



MASERATI



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

The Rokker Company:

Vom Harley-Kult zum Kleider-Kult

Seite 12



Der Standort als Unternehmen

Von Fusionen und Vermarktungsstrategien.
Was Gemeinden und Städte in Zukunft herausfordert.

Seite 64

pronto
REINIGUNG

pronto-reinigung.ch



Wenn Sie hier geschäften, sollten
Sie einen unserer 6 Standorte
in der Schweiz besuchen.

Mittelstandsbank. Die Bank für KMU.

Ganz gleich, ob Sie mit Asien, Europa oder Amerika geschäften – als exportorientiertes Unternehmen haben Sie spezielle Anforderungen an Ihre Bank. Verlassen Sie sich auf das umfassende Know-how einer starken, weltweit vertretenen Bank mit 140 Jahren Expertise und 100 000 betreuten Firmenkunden. Neu bieten wir Ihnen auch in der Schweiz über Ihre gesamte Wertschöpfungskette konkrete Optimierungsmöglichkeiten in allen Phasen der Zusammenarbeit: von den ersten Verkaufsverhandlungen bis zum Zahlungseingang.

Lernen Sie uns kennen. Weitere Informationen, auch zu unseren 6 Standorten in der Schweiz:
www.commerzbank.ch

COMMERZBANK 
Die Bank an Ihrer Seite



Die Gewerkschaften schaffen sich ab

Es gab eine Zeit, da waren die Gewerkschaften dazu da, die Interessen der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zu schützen. Das ist längst Vergangenheit: Unter der Führung von Leuten wie SP-Ständerat Paul Rechsteiner, gleichzeitig Präsident des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes (SGB), haben die einstigen Schutztruppen der Arbeiterschaft einen verwirrenden Kurs eingeschlagen. Sie beziehen in jeder Frage Position links der Mitte, selbst wenn das den Interessen der eigenen Klientel diametral entgegen steht.

Jüngstes Beispiel ist das Nein des SGB zur vorgeschlagenen Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative. Die Gewerkschaftsfunktionäre schlagen argumentativ ein halbes Dutzend Haken, um zu erklären, warum sie der grenzenlosen Zuwanderung das Wort sprechen. Dass die Arbeiterinnen und Arbeiter in der Schweiz, die von ausländischen Arbeitskräften bedrängt werden, das gleich sehen, ist stark zu bezweifeln. Natürlich gibt es Branchen, in denen die Schweiz auf Zuwanderer angewiesen ist, aber mit Sicherheit nicht überall und nicht in der Masse, wie es die Personenfreizügigkeit verursacht hat. Statt nun zu helfen, der Masslosigkeit einen Riegel zu schieben, gehören die Gewerkschaften zu den lautesten Stimmen im Konzert der Öffnungs-Euphoriker.

Damit sind die Gewerkschaften mit ein wenig Verspätung der SP gefolgt, die ebenfalls längst nur noch auf dem Papier die «Büezer» vertritt, in Wahrheit aber für eine Politik steht, die den Arbeitnehmern das Leben schwer macht. Mit ihrem wirtschaftsfeindlichen Kurs gefährdet die SP zunächst Arbeitsplätze, um dann, wenn diese rarer werden, mit dem Ruf nach Öffnung den Kampf um Jobs im Inland noch zusätzlich anzukurbeln. Kein Wunder, dass sich echte Arbeiter längst anderen politischen Parteien zugewandt haben. Für die Mitglieder der Gewerkschaften ist die Sache allerdings ein bisschen komplizierter: Sie wünschen sich eine Interessenvertretung für den Fall, dass sie mit dem Arbeitgeber im Clinch stehen. Und sie müssen staunend zusehen, wie eben dieser Interessenvertreter, dem sie Mitgliederbeiträge zahlen, lauthals für eine Politik wirbt, die ihnen das Leben schwer macht.

Arbeiten tun in diesem Land die Unternehmer und ihre Angestellten. Die Gewerkschaftsfunktionäre hingegen sind die wahren Abzocker: Sie lassen sich dafür bezahlen, dass sie ihre eigenen Kunden an der Nase herumführen.

Natal Schnetzer
Verleger

Büroratgeber für schlaue Füchse

MEHR EINDRUCK MIT JEDEM AUSDRUCK

Ansprechend gestaltete Unterlagen sind gut für das Image und den Umsatz. Viele davon kann man mit den multifunktionalen Drucksystemen von heute in guter Qualität auch im eigenen Haus drucken. Ob Briefpapier, Offerte oder technische Dokumentation, Flugblatt, Prospekt, Broschüre oder Poster: so einfach und effizient war es noch nie, mit jedem Ausdruck mehr Eindruck zu machen.



Tipps zum selber Drucken

1. Nutzen Sie die Möglichkeiten Ihrer bestehenden Druckumgebung voll aus. Oft kann diese mehr, als Sie denken.
2. Lassen Sie Online-Vorlagen für alle wichtigen Dokumente gestalten, am besten mit Hilfe von Profis.
3. Broschüren und Prospekte können Sie auch in Word gestalten, für den Druck aufbereiten und direkt bei Ihnen ausdrucken. Tipps dazu finden Sie im Internet z.B. unter folgenden Links:
www.ktipp.ch/artikel/d/broschueren-selber-drucken/
www.papier-und-mehr.de/papier-und-mehr_beratung/tipps
www.pcwelt.de/ratgeber/
4. Vielleicht lohnt sich eine Anpassung Ihrer Druckumgebung. Lassen Sie sich professionell beraten.
5. Gehen Sie neue Wege im Kundenkontakt, z. B. mit individuellen Offerten in Form von Broschüren.

Blatt für Blatt mehr Image und Eindruck

Vorgedrucktes Briefpapier in den Drucker legen? Mit der hochstehenden Ausgabequalität moderner Drucker macht dies nur noch in Teilbereichen Sinn. Viel besser und effizienter fährt man heute mit einer Kombination aus sauber gestalteten Online-Dokumentvorlagen und einem leistungsfähigen Farbdrucker. Das verkürzt die Wege, garantiert einen starken Image-Auftritt und spart erheblich Zeit und Kosten...

Broschüren und Offerten inhouse fixfertig drucken und ausrüsten



Mehr Power für Verkauf und Marketing

Eine personalisierte Offerte in Form einer gebundenen Broschüre. Ansprechende Flugblätter, Prospekte und Broschüren, die sich individuell an Ihre Kunden anpassen lassen. Poster und Steller aus eigener Produktion, die Ihre Marke ins beste Licht rücken. All dies und noch mehr kann man mit heutigen Printsystemen einfach und kostengünstig selber herstellen - farbig, in bester Qualität und mit zahlreichen Ausrüstmöglichkeiten wie Lochen, Heften usw.

Alles für Ihre eigene Hausdruckerei

Die meisten Komponenten für eine moderne Hausdruckerei sind wahrscheinlich schon bei Ihnen vorhanden. Alles, was es sonst noch braucht, finden Sie bei uns unter einem Dach: persönliche Beratung und fachliches Know-how, moderne Drucksysteme mit Broschüren-Druckfunktion und Ausrüstmöglichkeiten, Lösungen für Ihre Dokument-Management und dazu ein erstklassiger Service mit Zubehör- und Papiernachschub, der Sie auf Wunsch von allen Umtrieben entlastet.

Rufen Sie uns an: **071 274 00 80**.
Unsere Berater zeigen Ihnen gerne, was im Inhouse-Druck heute möglich und sinnvoll ist.



Brückenschlag der Künste

Norman J. Huber,
Huber Uhren und Schmuck

Seite 24

- | | |
|---|---|
| <p>7 Kommentar
Biedere Jungpolitiker</p> <p>8 Bunte Vögel und Querdenker
Der Hofnarr im Körper des CEO</p> <p>12 The Rokker Company AG
Durchbruch mit Bieridee</p> <p>16 Flagstuff Motorcycles AG
Drei Enthusiasten auf zwei Rädern</p> <p>18 Unkonventionelle Unternehmer
Drei, die ihrer Berufung folgten</p> <p>27 Sven Bradke, Mediapolis AG
Freiheit oder Hungerspiele?</p> <p>30 Peter Fratton
Ort des lebendigen Lernens</p> <p>33 Leaderinnen
Christine Egger-Schöb</p> <p>34 Richard Tschannen, «UG 24»
Stadtoriginal im 24-Stunden-Modus</p> <p>37 Michael Götte, Fraktionspräsident SVP SG
Die Expo2027 mitgestalten</p> <p>42 Konrad Hummler, M1 AG
Auszug aus der aktuellen «Bergsicht»</p> <p>44 Spotlight
Raiffeisen und die Spassgesellschaft</p> <p>45 Markus Amstutz
Trader des Monats Mai</p> <p>49 Maurer, Brunner und Co.
SVP-Spitze in Romanshorn</p> | <p>53 Die neue Führung
Impressionen vom GrassForum</p> <p>57 Axel Thoma, E,T&H Werbeagentur
Wann starke Botschaften wirken</p> <p>60 Sina Trinkwalder, Unternehmerin
Ausblick auf den Networking-Tag 2015</p> <p>61 Leonhard Fopp, Continuum AG
Zweifache Unternehmensführung</p> <p>64 Roger W. Sonderegger, Universität St.Gallen
«Arbeitszeitbeschränkungen machen Sinn»</p> <p>67 Susanne Hartmann, Stadt Wil
«Kein Selbstzweck»</p> <p>70 Bruno Schaible, Gemeindereformer
«Die Grenzen verschwimmen immer mehr»</p> <p>74 Daniel Gut, Stadt Buchs
Keine «Windfahne» sein</p> <p>75 Paul Huber, Gemeinde Berg
«Absoluter Spitzenwert»</p> <p>78 PwC Public-Forum
Innovationen im öffentlichen Sektor</p> <p>80 Kurt Baumann, Gemeinde Sirnach
«Gemeindeführung im Geschäftsleitungsmodell»</p> <p>81 Roland Rino Büchel, Nationalrat SVP SG
Freiheit vs. Zwangsumverteilung</p> <p>81 Schlusspunkt
Die Ostschweiz kann es</p> |
|---|---|

KMU UND MITARBEITENDE – INSPIRIEREN, MOTIVIEREN, BEWEGEN

Online-Anmeldung unter www.kmu-tag.ch



Brigitte Breisacher



Beat Guhl

 kmu-tag.ch



Urs Fueglistaller



Thomas König



Sascha Lobo



Heike Bruch



Kurt Aeschbacher

23/OKTOBER 2015

**SCHWEIZER KMU-TAG
ST.GALLEN**



Marco Büchel

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

Veranstalter



alea iacta-

Hauptsponsoren

RAIFFEISEN

helvetia

ABACUS
business software

OBT

Kommunikations-
partnerin



Medienpartner

LEADER

Liebe Jungpolitiker



Und natürlich auch Jungpolitikerinnen. Ihr seid wichtig, weil die Politik wichtig ist und Ihr eines Tages diese Politik prägen werdet. Naja, einige von Euch zumindest. In gewissen Fällen blicke ich mit Vorfreude diesem Tag entgegen, weil mich die heute aktive Riege mässig begeistert. In anderen treibt es mir den Angst-

schweiss auf die Stirn, weil es auch bei Euch Exemplare gibt, die nichts Gutes verheissen. Vor allem aber frage ich mich bei einigen Dingen, die Ihr so tut und sagt, warum Ihr sie genau so tut und sagt – und nicht völlig anders. Denn eigentlich habt Ihr ja einen Startvorteil: Alle Parteien sind auf Euch angewiesen, wenn sie langfristig überleben wollen. Es gibt eine Nachfrage, aber oft wird sie nicht mit dem passenden Angebot befriedigt.

Paradebeispiel, und als Liberaler tut mir das wirklich weh, sind die Jungfreisinnigen. Wir erwarten vom Nachwuchs ganz allgemein, dass er sich irgendwie unterscheidet von den «Alten»: Neue Ideen, frisches Auftreten, andere Ansätze. Aber das Erste, was ein junger Mann tut, wenn er sich den Jungfreisinnigen anschliesst, ist offenbar das: Sich einen Anzug mit Krawatte kaufen, einen Seitenscheitel ziehen, eine Hornbrille aufsetzen, glattrasieren und vor dem Spiegel staatsmännische Gesichtszüge einstudieren. Die Mitglieder dieser Jungpartei wirken wie Abziehbilder der Mutterpartei. Wenn man ihnen ein Mikrofon hinstellt, klingen sie leider auch so. Sie haben die an der HSG vermittelten Lehrsätze derart verinnerlicht, dass sie phrasendreschermässig aus ihren Mündern kommen. Nichts gegen die HSG und deren Lehre, aber wenn ich das hören will, kann ich mich auch an die ausgewachsenen Exemplare der FDP halten. Was an der Jung-FDP jung sein soll, erschliesst sich mir nicht, und wer schon in jungen Jahren versucht, angepasster und konventioneller zu sein als seine Vorgänger, dessen Halbwertszeit dürfte gering sein. In einem legendären Webfilmchen erzählt eine jungfreisinnige Dame in einem kurzen Eigenporträt, dass sie sich in der Jungpartei so wohl fühle, weil dort echt die Post abgehe. Da könne eine Sitzung schon mal in einer feuchtfröhlichen Runde enden, die dann bis, Zitat, 10 Uhr abends dauert. Unsere Jugend ist wirklich hart im Nehmen!

Jungsozialisten wiederum geben sich gerne etwas revolutionär. Da aber bereits die Mutterpartei bekanntlich den Kapitalismus überwinden will, ist es schwierig, diese inhaltlich links zu überholen. Also setzen Jusos zur Unterscheidung eher auf die Vermittlungsform. Da gab es unter anderem den kiffenden Jungparteipräsidenten oder Aktionen wie die «Nacktbilder» von Vasella und Co. Alles furchtbar originell, alles furchtbar peinlich und vermutlich auch wenig einträglich. Wie soll man heutzutage noch mit einem Joint provozieren?

Wer wirklich abseits der Pfade wandeln will, tritt sowieso gar nicht erst einer Partei bei.

Jung-CVP-Mitglieder haben das Problem, dass man sich unwillkürlich fragt: Was bitte treibt einen jungen Menschen zu einer Partei mit einem so verkrusteten Image? Wie kann die «Mitte» auf Junge verlockend wirken? Wie politisiert jemand mit 50, wenn er oder sie bereits mit 20 den Ausgleich und den Kompromiss über alles setzt? Auch hier: Nichts gegen Kompromisse. Aber wenn man diesen bereits vor Beginn der eigentlichen Politkarriere über alles stellt, woher sollen dann noch die wirklich spannenden Forderungen und Ideen kommen? Zudem gewinnt man junge Mitstreiter in der Regel mit einem spannenden Rahmenprogramm: Nach der trockenen Vorstandssitzung noch flüssig abhängen sozusagen. Wie sieht so was wohl bei der Jung-CVP aus? Gemeinsames Brotbrechen?

Und dann ist da noch die Jung-SVP. Sie ist aus zwei Gründen spannend für aufstrebende Charaktere: Erstens ist die Partei noch immer ein gutes Sprungbrett selbst für unbekannte Namen, da SVP-Wähler die Liste meist unbesehen in voller Pracht einwerfen. Und zweitens kann man sich unter seinesgleichen wunderschön abheben und in Szene setzen, indem man für eine Ideologie einsteht, die auf Anhieb nicht mit «jung» assoziiert wird. Die negativen Auswirkungen waren allerdings in den vergangenen Wochen zu besichtigen. Bei der SVP wird, um den Nachwuchs zu sichern, alles fast unbesehen gefördert, was unter 35 Jahren alt (und im Idealfall weiblich) ist. Gleichzeitig fallen Parteipräsentanten mit diesem Profil auf wie ein Wolf in einer Schafsherde, finden entsprechende mediale Beachtung – und das in guten wie in schlechten Zeiten. Gepaart mit mangelnder Erfahrung in Kommunikationsfragen führt das zu einer Art wandelnder Pulverfässer, die jederzeit hoch gehen können; unter Beweis gestellt in diesem Frühjahr bei einer Gemeindeparlamentarierin in Wil.

Die gute Nachricht ist natürlich: Wer jung ist, in die Politik will und es richtig macht, hat gute Chancen. Der erste Schritt dafür wäre es wohl, die Alteingesessenen nicht zum Vorbild zu machen. Nicht, dass alles, was diese tun, schlecht wäre. Aber wenn sich inhaltlich und im Auftritt zwischen Jung und Alt nichts unterscheidet, entscheide ich mich für die Variante mit mehr Erfahrung und dem grösseren Netzwerk und nicht für den Jungspund. Also – ein bisschen mehr Mut, liebe politisch interessierte Jugendliche. Das geht auch ohne Joint.

Herzliche Grüsse

Stefan Millius, stv. Chefredaktor LEADER

Der Hofnarr im Körper des CEO

Gleichförmig, uniform, austauschbar: Diese Etiketten müssen sich viele Führungskräfte gefallen lassen. Das ist selten ihre eigene Schuld.

Denn in vielen Unternehmen wird nicht das Besondere gefördert, sondern die Anpassung. Bunte Vögel, Querdenker und Hofnarren sind lästig und unbequem im harten Geschäftsalltag. Was aber, wenn der Chef oder die Chefin selbst in diese Kategorie fällt? Ein Blick auf einige Paradiesvögel in der Ostschweizer Unternehmenslandschaft.

Text: Stefan Millius Bilder: Archiv

Die Könige leisteten sich in ferner Vorzeit einen hübschen Luxus: Sie hielten sich einen Hofnarren. Der diente keineswegs einfach der Belustigung, wie viele Leute glauben, sondern hatte eine wichtige Rolle. Könige konnten weder alles wissen noch ausnahmslos immer richtig entscheiden – zumal sie ja meist durch Thronfolge oder Schlachtsiege an die Macht gekommen waren und demzufolge nicht einmal besonders hell auf der Platte sein mussten. Dennoch traute sich kaum jemand aus dem Hofgefolge, den König auf die größten Fehler aufmerksam zu machen oder ihm zu widersprechen. Der Hofnarr durfte das. Indem man ihn offiziell zur Spassfigur degradierte, erhielt er die Narrenfreiheit, ungestraft selbst heikle Fragen und Thesen in den Raum zu stellen. Der König konnte sich danach ohne Gesichtsverlust korrigieren, wenn er in den Worten des Hofnarren die Wahrheit erkannte.

Wer in der Kantine eine Schachtel aufstellt, in der Mitarbeiter anonym ihre Verbesserungsvorschläge deponieren, denkt noch nicht quer.

Nicht jeder ist ein Querdenker

Eine solche Funktion gibt es in modernen Unternehmen nicht. Hier müssen wagemutige Teammitglieder den «Advocatus Diaboli» spielen. Das sollte auch kein Problem sein, denn die meisten Firmenchefs erklären in Interviews unisono, dass sie keine Jasager um sich haben wollten, sondern kritische Geister. Ob das der Wahrheit entspricht oder eher der Imagepflege dient, weiss allerdings nur, wer direkten Einblick hat.

Manchmal ist der CEO aber gleichzeitig sein eigener Hofnarr. Das sind Menschen, die den Widerspruch lieben, um die Ecke denken und Sätze wie «Das haben wir schon immer so gemacht» nicht dulden. Ste-

hen sie an der Spitze eines Unternehmens, endet das meist im totalen Triumph oder im absoluten Fiasko. Denn es sind oft Leute, die das, was sie tun, mit letzter Konsequenz tun. Allerdings: Begriffe wie «Querdenker» wurden in den vergangenen Jahren derart inflationär verwendet, dass sie in vielen Fällen nicht mehr treffen, was wirklich gemeint ist. Wer in der Kantine eine Schachtel aufstellt, in der Mitarbeiter anonym ihre Verbesserungsvorschläge deponieren, denkt noch nicht quer. Dafür braucht es mehr.

Welche Ostschweizer Unternehmer verbergen einen Hofnarren in sich? Das Rennen ist im Grunde entschieden, bevor es begonnen hat – wenn das Ganze wirklich ein Wettbewerb wäre. Der bunteste Vogel in den Chefetagen der Ostschweiz ist mit Sicherheit das selbsternannte Oberhaupt seines selbst erfundenen Staatsgebildes: Daniel Model. Der Thurgauer verbindet wie kein Zweiter erfolgreiches unternehmerisches Handeln mit einem ausgeprägten Hang zum Nonkonformismus. Model kümmert sich keinen Deut darum, was man von ihm hält, wenn er Münzen mit seinem Konterfei darauf zur Währung seines fiktiven Staats erklärt oder in einem palastähnlichen Bau Hof hält. Er hat sich lang mit Möglichkeiten und Grenzen von Staatswesen beschäftigt, den Schweizer (Sozial-)Staat hart ins Gericht genommen. Das tun viele, was Model aber zum bunten Vogel macht, ist die Tatsache, dass er es nicht dabei belässt, sondern den letzten Schritt auch noch macht: Gründen wir doch einfach einen eigenen Staat.

Am Traum festgehalten

Nicht ganz so weit getrieben hat es der in Teufen wohnhafte Fredy Lienhard, der die Marke Lista zu einem Begriff machte. Mit 22 Jahren wurde er gewissermassen ins Unternehmertum gezwungen: Sein Vater verstarb 1970 mit nur 44 Jahren, der Sohn rückte nach. Das Wagnis glückte. Vielleicht auch, weil er nicht wie manch anderer mit dem Amtsantritt



*Daniel Model:
Der bunte Vogel
in den Chefetagen
der Ostschweiz.*



Fredy Lienhard: Mixtur aus Risiko und Kontrolle.

auch gleich alle eigenen Träume begrub. Lienhard ackerte für sein Unternehmen, eine Pionierfirma im Büromöbelbereich – und fuhr gleichzeitig Autorennen. Ob in der damaligen Formel 2 oder auf klangvollen Strecken wie Le Mans und dem Nürburgring, ob im Ferrari oder im Porsche: Lienhard liess es sich

Die meisten Firmenchefs erklären unisono, dass sie keine Jasager um sich haben wollten, sondern kritische Geister.

nicht nehmen, seine Leidenschaft auszuleben. Krönen konnte er sie später mit dem «Autobau», einer Auto-Erlebniswelt in Romanshorn. Die Mixtur aus Risiko und Kontrolle, die er am Lenkrad benötigte, kam ihm wohl auch als Unternehmer zugute.

Das wiederum könnte man auch auf einen anderen Ostschweizer übertragen: Hans «Hausi» Leutenegger. Mit der Maschinenpistole durch den Dschungel (im Film), im Bob durch den Eiskanal (real) bis hin zum olympischen Gold: Der Mann braucht den Adrenalin Schub. Inwiefern er diesen auch beim Aufbau der Hans Leutenegger AG erlebte, einen Personal-

dienstleister im Bereich Bau und Industrie, ist nicht bekannt. Mit rund tausend Mitarbeitern und völliger Unabhängigkeit von Banken ist ihm der unternehmerische Teil seiner Biografie aber zweifellos gelungen.

Einfache Ideen stechen

In anderen Fällen verwirklichen Unternehmer nicht ihre Bubenträume, bewahren sich aber bei der Geschäftstätigkeit eine erfrischende Art und tun auch mal Dinge, die in keinem Handbuch über Unternehmensführung stehen. Andreas Sallmann beispielsweise ist so einer. Der Chef der Unterwäschefirma ISA Sallmann AG liest Zeitung, stolpert über eine Information – und verschickt sein Produkt. Die deutsche Bundeskanzlerin Angela Merkel erhielt nach einem Skiunfall von ihm einen Pyjama (und retournierte ihn dankend, um nicht in Bestechungsverdacht zu geraten). Viele andere Politiker nahmen hingegen dankend an. Ebenfalls nicht gegen das Geschenk gewehrt haben sich die Stierfiguren auf dem Kreisel direkt vor Sallmanns Firmengebäude, denen der Patron kurzerhand Unterhosen überzog. All das tat er nicht aus Nächstenliebe, sondern um im Gespräch zu bleiben. Sallmann ist der König der einfachen Ideen – etwas, das sich nur wenige Chefs trauen.

Er habe die Schuhwelt revolutioniert, sagt Karl Müller von sich. Sicher ist: Der Thurgauer ist mit seiner ersten bekannten Schöpfung, dem MBT-Schuh, reich geworden und hat nach dem Verkauf des Unternehmens diverse neue Kreationen nachgeschoben. Er sieht sich in erster Linie als Erfinder. Und er denkt gross. Mit seiner neuen Marke Kybun und den an das Konzept angegliederten Produkten wie einer speziellen Unterlagsmatte und einem neuen Schuh will er laut eigenem Bekunden den Westen erobern. So viel Selbstbewusstsein ist nicht sehr ostschweizerisch. Genau so wenig wie Müllers Offenheit beim Thema Geld; er kokettiert damit, mit schlechten Bankgeschäften 100 Millionen Franken verloren zu haben. Und auch sein offensiv gelebtes Bekenntnis zum Christentum ist in Unternehmerkreisen eher exotisch.

Nachfrage gezielt erkennen

Einige der genannten Unternehmer haben sich bereits aus dem operativen Geschäft zurückgezogen oder ihre Aktivitäten zumindest reduziert. Was folgt nach in Sachen bunte Vögel? Einer könnte Marc Boller sein. Der 39-Jährige macht sein Geschäft mit Hanfsamen, die er in Automaten verkauft. Einst möchte er europaweit 200 dieser Automaten in Betrieb haben, nicht in der Schweiz, denn der Handel ist hier nicht legal. (Ost-)Schweizer gehören aber mit Sicherheit zu seinen Kunden, denn einer seiner Automaten steht im vorarlbergischen Hörbranz. Dass Boller gewisse Anlagen zum Hofnarren in sich trägt, darauf deutet allein die Tatsache hin, dass er als Erster auf die Idee kam, ein Produkt, für das sichtlich eine Nachfrage besteht, das aber argwöhnisch beäugt wird, so niederschwellig anzubieten.

«Think out of the box» nennt es der Engländer, wenn er beschreiben will, wie jemand gedanklich aus dem gewohnten Rahmen austritt. Seltsam, dass das nicht mehr Unternehmer tun. Stets wird betont, in einem immer härteren Wettbewerb gehe es darum, sich immer stärker von den Konkurrenten zu unterscheiden. Der erste Schritt in diese Richtung dürfte es sein, anders als sie zu denken.

Weitere Beispiele von Paradiesvögeln in der Ostschweizer Unternehmenslandschaft finden Sie auf den nächsten Seiten.

*Karl Müller:
In erster Linie Erfinder.*



Verwaltungsblödsinn

Die Groupe Mutuel ist im Recht, wenn sie Mahnspesen verrechnet. Kundenfreundlich ist es nicht. Und verhältnismässig schon gar nicht.

Von Marcel Baumgartner



Sind waschechte Bürokraten am Werk, entsteht nicht selten ein verhältnismässiger Blödsinn, der seinesgleichen sucht. Und gerade in faktisch geschützten Werkstätten, wie es der gesamte Bereich der Krankenkassen ist, reibt man sich oftmals verwundert die Augen ob der Vorgehensweise inklusive Argumentarium.

Rechtlich wähnt sich meine derzeitige – aber bald ehemalige – Zusatzversicherung, die Groupe Mutuel, auf der sicheren Seite, wenn sie mir Mitte Mai für eine unbezahlte Prämie in der Höhe von CHF 9.80 vom vergangenen März zusätzlich Mahnspesen von CHF 10.00 verrechnet. Sicherlich ist das in den entsprechenden AGBs, die ich wohl nicht allzu genau gelesen habe, entsprechend ausformuliert.

Dass in der Mahnung richtigerweise aufgeführt wird, dass ich – abgesehen von der besagten Märzprämie – schon vor mehreren Wochen sämtliche Rechnungen bis und mit Juni des laufenden Jahres bezahlte habe, zeigt, dass nicht nur automatisiert eine Standardmahnung verschickt wurde. Im Gegenteil: Hier hat sich jemand die Mühe gemacht, meinen Überweisungsverlauf zu prüfen. Die entsprechende Person hätte also feststellen können, dass ich einerseits bisher sämtliche Rechnung bezahlt habe – und andererseits die Überweisungen jeweils sogar vor den gesetzten Fristen erfolgten.

Mein Fehler war – so im Schreiben aufgeführt –, dass ich für die Einzahlung der Märzprämie eine falsche Referenznummer verwendet habe. Ich habe damit also gemäss System nicht die inzwischen längst überfällige Prämienperiode bezahlt, sondern einen künftigen Monat beglichen.

Auf meine Email an den sogenannten Kundendienst der Groupe Mutuel erhielt ich dann auch umgehend eine Antwort: «Ihr E-Mail haben wir erhalten und danken Ihnen für das Interesse an unserem Unternehmen. Die Zufriedenheit unserer Kunden ist uns sehr wichtig; wir werden Ihr Anliegen deshalb raschmöglichst bearbeiten.» Auf ein entsprechendes Feedback warte ich noch heute...

Marcel Baumgartner ist Chefredaktor de LEADER und Mitinhaber der insomnia GmbH

Eine Bieridee schafft den internationalen Durchbruch

Oft wird die Bieridee zur Schnapsidee. Nicht so bei The Rokker Company: Die Jungunternehmer Kai Glatt und Michael Kuratli aus dem Rheintal kombinieren ihre Leidenschaft mit Business. Es führt vom Harley-Kult zu einem neuen Kleider-Kult.

Text: Nathalie Schoch **Bilder:** Bodo Rüedi

Wie so oft nach einer herrlichen Motorradtour gibt es zum Abschluss ein Bier. So schön es war, ein fahler Beigeschmack bleibt auch an diesem Abend zurück: Wie immer fahren die beiden Freunde in Jeans durch die Gegend. Sie wissen, wie unvernünftig das ist. Aber weder die dick gepolsterten Gore-Tex-Klamotten noch die Lederkombis sind ihr Ding. «Komm, wir kaufen uns eine Jeans, die auch schützt», sagt Kai Glatt. Eine gute Idee, findet Michael Kuratli. «Auf die coolen Klamotten. Prost!» Doch der gute Vorsatz endet jäh: So sehr sie danach suchen, sie werden nicht fündig. Niemand bietet Jeans an, die auch schützen. Und so nimmt die Bieridee Gestalt an.

«Wir würden gerne hierzulande fertigen, aber es gibt einfach keinen Anbieter, der das ökonomisch hinkriegt.»

Die Schwierigkeiten mit dem Stoff

Die Freunde machen sich auf die Suche nach Schutzgewebe, das sich für Motorradfahrer eignet. Das ist gar nicht so einfach, doch der Zufall will es, dass die Rheintaler in Sevelen fündig werden. Bei der Schoeller Textil AG. «Jung und frech, wie wir waren, stellten wir dort unsere Idee vor», so der Widnauer Kai Glatt. Und die Verantwortlichen bei Schoeller sind begeistert. Jetzt geht es an den Prototypen. Die Jugendfreunde schnappen sich im Laden eine coole Jeans und legen sie zusammen mit dem Schutzgewebe dem Schneider auf den Tisch. Dann einem anderen Schneider. Und nochmals einem Schneider. «Das hat uns zig Nadeln gekostet, keiner schien unser Material verarbeiten zu können», so Glatt. Dann entdecken sie das Couture-Lehratelier der GBS St.Gallen, das Bekleidungsgestalter/innen ausbildet – und es schafft, den Schutzstoff zu verarbeiten.

Schnell wird klar, diese Produktion ist zu kostspielig, auch die Menge wird irgendwann zum Problem. Eine andere Lösung muss her. Glatt und Kuratli betreiben Marktforschung, wo die Produktion effizienter erfolgen könnte. Dabei stellen sie fest, dass ihr Bedürfnis auch das vieler anderer Motorradfahrer ist. Jetzt gibt es für die beiden Jungunternehmer kein Halten mehr. Die beiden legen einen höheren Gang ein und ziehen los. Bei Schoeller kaufen sie das Schutzgewebe und in Italien den Jeans-Stoff ein, beides zusammen geht nach Portugal zur Fertigung. Ein knappes Jahr später bringen die Jungunternehmer ihre erste «Töff-Jeans» auf den Markt – unter dem Namen The Rokker Company. «Wir würden gerne hierzulande fertigen, aber es gibt einfach keinen Anbieter, der das ökonomisch hinkriegt.» Trotzdem betont Glatt, dass es ein Schweizer Produkt ist: «Die Jeans werden hier kreiert, entwickelt und vorgefertigt.»

Wasserdicht und geschützt vor Abrieb

Schaut man sich das Beinkleid an, könnte man so manche Wette abschliessen. Wohl jeder würde dagegen setzen, bei der Behauptung, es sei eine Jeans, die der herkömmlichen Motorradbekleidung gleichkommt. Von aussen ist der Hose nichts anzumerken. Eine modische Jeans mit hohem Tragekomfort. Die Schnitte sind mit denen der führenden Herstellern Levi's, G-Star oder Diesel vergleichbar. Erst beim Greifen und Umkehren erkennt man das Schutzgewebe mit den geschweissten Nähten. Das Innenleben der Jeans garantiert dem Kunden Schutz und Sicherheit. Mit der innovativen Technologie von Schoeller sorgt die Jeans auch bei einer Geschwindigkeit von bis zu 100 km/h Schutz vor Abrieb und Hitze. Die neuen Modelle sind zudem hundertprozentig wasserdicht. Als die «Rokkers» kürzlich einen potenziellen Kunden aus Schweden zu Besuch hatte, schickten sie ihn auf Probefahrt. Es regnete Bindfäden. Doch er kam zurück, innen trocken, äusserlich total erstaunt und begeistert. Die jüngste Entwicklung ist

Kai Glatt (rechts) und Michael Kuratli von «The Rokker Company»:

Die Vision hat rasant an Fahrt gewonnen.





Platz für tausend Dinge.

Der Sprinter.

altherr nesslau

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



altherr schaan

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

the investor – Der Schweizer Börsenbrief seit 1985

Jetzt 4 Wochen kostenlos testen!

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

www.theinvestor.ch

Kompetente Infos zu Geld und Börse

- wöchentlich erscheinend
- 24 Seiten Finanz-Analysen
- ohne Werbung und bankenunabhängig!
- digital oder in gedruckter Form
- täglich informiert mit unseren Daily News
- jede 2. Woche:
«theinvestor – Der Deutsche Börsenbrief» kostenlos



Renditen des Musterdepots:

2014: +11,66%	2007: + 13,4%	2000: + 8,4%	
2013: +15,39%	2006: + 16,0%	1999: + 7,1%	
2012: +11,64%	2005: + 22,8%	1998: + 23,1%	
2011: + 7,3%	2004: + 10,8%	1997: + 38,8%	1993: + 34,4%
2010: + 7,4%	2003: + 24,2%	1996: + 35,1%	1992: + 21,2%
2009: + 34,1%	2002: - 8,2%	1995: + 21,2%	1991: + 15,6%
2008: - 11,4%	2001: + 8,7%	1994: + 6,6%	1990: + 11,3%

theinvestor.ch
HOUSE OF FINANCE

eine dunkle Jeans für Frauen. Hauteng passt sie sich der Puppe im Ausstellungsraum an. Dass sich darin Schutzgewebe befindet, ist nur schwer zu glauben. «Ja, die könnte ein echter Renner werden», schmunzelt Glatt.

Aktuell bedient The Rokker Company circa 30 Länder. Angefangen in der Schweiz, in Österreich und Deutschland, kommen ziemlich rasant weitere Länder hinzu: Frankreich, Italien, die Beneluxstaaten, mittlerweile auch skandinavische Länder. In den meisten haben sie feste Handelspartner, die ihre Marke in den Läden vertreiben. Die europäische Linie kommt auch in den USA gut an. Erstaunlicherweise gibt es dort kein vergleichbares Produkt. Deshalb rechnen die Inhaber mit einem massiven Anstieg

aufgesprungen. Hinzu kommt der tiefe Fall des Euros, der sie fordert. «Aufgrund des Mindestkurses mussten wir unsere Preise anpassen. Was bedeutet, dass wir bei der Marge Federn lassen», so Glatt. Auch die zahlreichen Discounter sind nicht zu unterschätzen. Doch die «Rokkers» stehen zu ihren Preisen, weil sie für Qualität bürgten. Auf die Frage nach weiteren Herausforderungen lachen Glatt und Kuratli: «Die Textilbranche überhaupt.» Bis sie den Rhythmus gefunden hätten, sei viel Zeit vergangen. Von verschiedenen Produzenten abhängig zu sein, mache die Arbeit nicht einfacher. Noch dazu im Ausland. Schnell könne es zu Produktionsengpässen oder Verzögerungen kommen. «Lieferanten zu finden, die Qualität produzieren und verlässlich sind, das fordert uns jeden Tag aufs Neue», sagt Kuratli. Anfangs hätten sie viel Lehrgeld bezahlt. Heute kennen sie die Tücken des Textilmarktes ein wenig besser.

2007 gestartet, expandiert The Rokker Company schon in den ersten Jahren. 2011 wird Kai Glatt von Ernst & Young zum «Entrepreneur of the Year» gekürt. Zu diesem Zeitpunkt gehört das Unternehmen bereits zu den 100 besten Start-ups. Heute gibt es die Marke in über 30 Ländern. Dieser rasante Erfolg könnte den Eindruck erwecken, dass die Inhaber alles erreicht haben und als Frühpensionierte mit den Harleys durch die Gegend kurven. Dem ist nicht so. Im Gegenteil: Die beiden haben weitere Ziele. «Wir möchten uns als ernstzunehmenden Mitspieler im Markt etablieren, unser Image festigen und unsere Produktpalette ausbauen», so Glatt. Gerade in der Entwicklung steckt eine funktionelle Unterwäsche-Kollektion; sie soll 2016 auf den Markt kommen.

Da war sie nun, die Bieridee der beiden Harleyfans. An der Bar der «Habsburg» in Widnau ausgeheckt, kurvt sie heute in aller Welt über die Strassen. «Hätte uns damals einer gesagt, dass wir heute hier stehen, hätten wir ihm garantiert ein Bier spendiert.»

Gerade in der Entwicklung steckt eine funktionelle Unterwäsche-Kollektion; sie soll 2016 auf den Markt kommen.

Schliesslich ist die Zielgruppe geradezu prädestiniert für ihre Marke. 98 Prozent der Ware werden über den Fachhandel vertrieben, nur zwei Prozent über den Online-Shop. «Diesen wollen wir jetzt ausbauen», so Glatt. Zu zweit begonnen, sind es heute elf Mitarbeitende: Acht in der Schweiz angestellt, drei im Ausland. Kürzlich haben sie den Laden Jeanswerk in St.Gallen mit drei Angestellten übernommen.

Die Tücken der Textilbranche

Ein Ausbau fand auch im Angebot statt: Neben dem Ursprungsprodukt gibt es mittlerweile Jacken, Shirts, Schuhe und Taschen. Als Kai Glatt und Michael Kuratli 2007 starten, besetzen sie eine absolute Marktnische. Inzwischen sind es 30 bis 40 Anbieter, viele sind in den letzten Jahren auf diesen Zug

Anzeige

DIE 10 VERBOTE

Die schleichende Machtübernahme des Staates

Wie unser Land reguliert wird - Eine untypische Dokumentation zur Verbotswelle in der Schweiz

Ab Herbst 2015 im Kino

www.facebook.com/Die10Verbote
www.die10verbote.ch

Drei Enthusiasten auf zwei Rädern

Einzigartig? Das behauptet heute praktisch jeder, der irgendein Produkt oder eine Dienstleistung vermarktet. Aber bei Flagstuff Motorcycles bekommt dieser Ausdruck eine ganz neue Bedeutung.

Text: Nathalie Schoch **Bilder:** Leo Boesinger

Die neue Sitzbank ist so gar nicht, wie man es von einer Harley Davidson kennt. Kein Wunder, sie ist Marke Eigenbau. Aus dem Vollen geformt und eloxiert. Auch der Rest vom Bike ist alles andere als Standard: Die Leitungen sind neu verlegt worden. Der Rahmen neu lackiert. Das Front-End im Karbon-Look beschichtet und die Gabelstandrohre vergoldet. Als wäre das nicht schon aussergewöhnlich genug, verpasst Star-Airbrusher Knud Tiroch dem Softail-Tank ein Design, das seinesgleichen sucht. Das Bike wird auf den Namen «Espresso» getauft und

ist die Nummer 1 im Stall der Flagstuff Motorcycles AG. Eine junge Firma aus Altenrhein, die anfangs 2015 ihre Werkstatttüren öffnete.

Drei Biker – eine Passion

Hinter den Türen stecken drei Männer oder vielmehr drei enthusiastische Biker. Alles Vollblutunternehmer, die wissen, wie man eine Idee zum Geschäft macht. Warum sollte es also beim Hobby nicht genauso klappen? Remo Friberg wirft die Idee als Erster in die Runde. Als ehemaliger interna-



Stefan Haase, Remo Friberg und René Eugster (von links): Mit Flagstuff Motorcycles strebt das Trio nicht auf Anhieb Millionenumsätze an.



tionaler Motorsportler und Inhaber der Rheinecker Carrosserie Friberg bringt er grosse Erfahrung für Spezialanfertigungen in Metall mit. Stefan Haase ist sofort angetan von der Idee. Der gelernte Motorradmechaniker aus Brandenburg hat vor ein paar Jahren sein Glück in der Schweiz gesucht und gefunden. Schon als Teenager baute er seine erste Simson um. Das Schrauben und Fertigen ist also aufgeleitet. Was jetzt noch fehlt, ist die Lancierung der Idee und das Vermarkten. Wie gut, dass man René Eugster als Freund hat. Ein leidenschaftlicher Harleyfahrer und Marketingprofi, der seine Altenrheiner «Agentur am Flughafen» mit Auszeichnungen tapeziert.

Angefangen bei circa 20 000 Franken, endet das Schlussresultat gut und gerne bei 60 000 Franken – und mehr. Je nach Wunsch, Marke und Vorstellung.

Her mit dem verstaubten Kellerstück

Das Trio setzt sich an den Tisch und diskutiert die Möglichkeiten. Schnell sind sie sich einig: Bikes customizen. Im Detail heisst das: die edle, vielleicht etwas aus der Mode gekommene Triumph zu einem revolutionären neuen Bike verwandeln. Die rampolierte Moto Guzzi, die im Keller vor sich hin modert, zum rollenden Blickfang machen. Der serienmässigen Harley einen individuellen Look verpassen. Kurzum, jedes Motorrad wird zum Hingucker und auf den Fahrer abgestimmt. Darum werden sämtliche Flagbikes durchnummeriert und mit dem Familienwappen, dem Motto oder dem Logo des Riders brandet.

Die Teile kommen aus aller Welt

Als das erste Flagbike in einem Motorradgeschäft zur Schau steht, kommen auch die Kunden. «Die meisten von ihnen haben konkrete Vorstellungen, lassen sich aber gerne durch uns beraten oder von anderen Umsetzungen überzeugen», sagt Haase. Die Einzelteile bezieht Flagstuff Motorcycles aus mehreren Län-

dern, oft auch aus den USA. «Da kann es schon mal sein, dass wir vier Monate auf spezielle Carrosserie-Teile warten müssen», erklärt Friberg. Entsprechend braucht auch der Bikebesitzer Geduld. Hinzu kommt die Arbeit in der Werkstatt, die akribische Sorgfalt erfordert. Schliesslich geht es nicht darum, ein paar Teile auszuwechseln, sondern um komplette Um- und Neuanfertigungen mit speziellen Spengler- und Lackierarbeiten. Auch das Branding ist anspruchsvoll; für Eugster jedoch immer eine willkommene Herausforderung. Stolz ist das Trio auf die Zusammenarbeit mit dem weltbekannten Österreicher Airbrusher Knud Tiroch. Zu seiner Kundschaft gehören Prinz Albert von Monaco, ZZ-Top und das Formel1-Team Toro Rosso.

Alles an den Bikes ist an seinen Plätzen. Jedes Detail ist perfekt auf das andere abgestimmt. Am Beispiel von «Espresso» zeigt sich das folgendermassen: Die wenig hilfreichen Stossdämpfer fliegen raus und werden durch Öhlins ersetzt. Armaturen, Lenker, Fussraster sowie Luftfilter sind vom kalifornischen Designer Roland Sands. Beeindruckend ist auch die Lösung aus Carbon für den Tacho und die Anzeigen von Motogadget auf dem Benzintank. Neben dem roten Rahmen ist das schlanke Aluheck besonders markant. Damit wird die schmale Silhouette der Forty-Eight betont. Und das Wichtigste: Mögen die Teile noch so augenfällig sein, Flagbikes haben eine Schweizer Zulassung. Damit sie endlich aus den verstaubten Kellern und den hintersten Ecken der Garagen rauskommen und über die Strassen brummen.

Trotz Passion konkrete wirtschaftliche Ziele

Mit Flagstuff Motorcycles strebt das Trio nicht auf Anhieb Millionenumsätze an. Vielmehr ist es ein Geschäft aus Leidenschaft und Enthusiasmus. Das einzige, erst mal angestrebte Ziel: Material- und Mietkosten sowie der Lohn für Stefan sind gedeckt. Denn er arbeitet vollberuflich für Flagstuff. «Natürlich ist es unser Wunsch, im Jahr rund 20 bis 30 Bikes zu bauen», sagt Eugster. «Doch erst mal sind wir um jeden Umbau-, Reparatur- und Serviceauftrag dankbar». Es gilt nun, sich zu profilieren und begeisterte Kunden zu finden. Das ist nicht ganz einfach, denn für ein handgefertigtes Flagbike greift man tief in die Tasche: Angefangen bei circa 20 000 Franken, endet das Schlussresultat gut und gerne bei 60 000 Franken – und mehr. Je nach Wunsch, Marke und Vorstellung.

Doch die Herren von Flagstuff sind auf Kurs: Inzwischen schraubt Stefan an Flagbike Nummer 7, Nummer 8 und 9 stehen bereits auf dem Werkstattlift. Da warten einige Herausforderungen auf ihn. Und die Kunden warten auf ihr edles, massgeschneidertes Bike. Doch die Resultate zeigen: Das Warten lohnt sich.

Der Berufung folgen

Sie entsprechen keinem klassischen Jobprofil, vielmehr folgen sie dem Drang der Erfüllung. Sie leben ihre Berufung. Die Rede ist von drei Unternehmern, die den unkonventionellen Weg gehen. Wie sie ihn meistern: Mit Mut, Ausdauer und auch einer Portion Narrenfreiheit.

Text: Nathalie Schoch **Bilder:** Tiziana Secchi/zVg.

Skizzen von Funktionen, Formen, Blumen und Vögeln zieren die Wände. Bilder, die sich aus Kundenwünschen zu Einzelstücken formen – wie zugeflogene Gedanken. Schablonen und Werkzeuge liegen auf dem Tisch. Fertige Instrumentenrahmen hängen zum Trocknen über der Werkbank. Es duftet nach Holz, Kreativität erfüllt den Raum. Peter Diezi sitzt gedankenversunken auf dem Stuhl und schneidet an einer Intarsie. Nur ungern will man ihn bei dieser Arbeit unterbrechen, doch er blickt auf und strahlt. «Ich erzähle Ihnen gerne von meiner Arbeit.»

Vom Gemeindearbeiter zum Zithermacher

Peter Diezi hat vor sieben Jahren seinen sicheren Job beim Bauamt der Gemeinde Kesswil TG aufgegeben, um sich seiner Leidenschaft hinzugeben: der Zithermacherei. Angefangen hat es 1994, als er in einer Radiosendung hörte, dass ein Rheintaler Bausätze verkauft. Dazu kam, dass seine Mutter eine Zither im Estrich herumliegen hatte. Diezis Neugier war geweckt. Er tüftelte, recherchierte, besuchte Museen. Dabei stellte er fest, dass Akkordzithern zwar schön tönen, aber extrem grob sind. Und so kam er auf die

*Zitherbauer Peter Diezi:
«Dienst im öffentlichen
Raum erträgt man
oft nur als Narr.»*





*Töpfer Fred Braun:
«Im Kunsthandwerk
kann ich meine Ideen
verwirklichen.»*

Idee, diese Instrumente zu verfeinern und leichter zu bauen. Allmählich entstanden so verschiedene Prototypen von Akkordzithern. Und erste Interessenten fanden zu ihm. Nach und nach konnte er sein Pensum bei der Gemeinde reduzieren und sich mehr dem Zitherbau widmen. «Ein idealer Ausgleich zur groben Arbeit beim Bauamt», so Diezi.

Mit Zehn die ersten Versuche

Die Leidenschaft trieb auch den Küfer Martin Thurnheer. Er sammelte seine Berufserfahrung im elterlichen Betrieb. Um sein Fachwissen zu erweitern, arbeitete er während eines Jahres in einer Kuferei in

die Töpferei zu übernehmen. Seither ist er selbstständiger Unternehmer der Töpferei Braun in Berneck.

Herzblut kennt keine Existenzangst

Peter Diezi ist heute vollberuflich als Zithermacher tätig. Eine einfache Zither hat er in etwa zehn Stunden gebaut. Bei einem Instrument mit spezieller Form oder einer Einlegearbeit rechnet er mit etwa 90 Arbeitsstunden. Manchmal auch länger. Bis heute hat er über 500 Zithern produziert. Das sind circa 30 Instrumente pro Jahr. Auf die Frage, ob er davon leben könne, antwortet er: «Ja, weil ich mit Herzblut dabei bin.» Anfangs sei es aber schon harzig gewesen. Er habe nachts ab und zu geträumt, dass die Zither knirscht und ihre Stimmung nicht hält. Später seien die Aufträge hereingeströmt. Existenzängste kennt Diezi nicht. «Wir leben bescheiden und ich hatte von Anfang an ein gutes Gefühl.» Ängste hatten vielmehr die Einwohner von Kesswil. Sie hielten Peter Diezi für verrückt, den Job als Gemeindearbeiter nach 21 Jahren aufzugeben und sich selbstständig zu machen. In einem Gebiet, das den meisten fremd war.

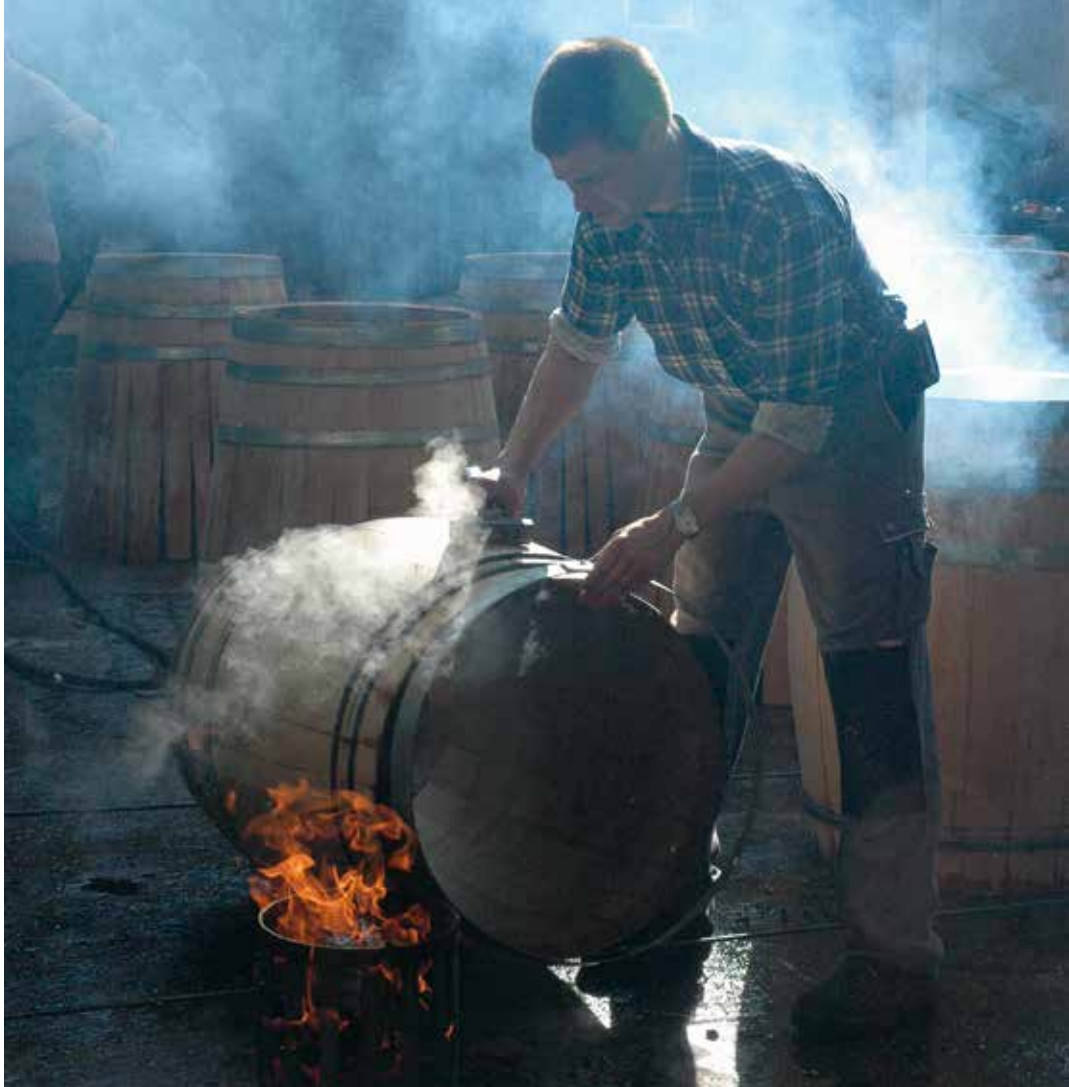
Den Schritt nie bereut

Anders lief es bei Martin Thurnheer. Ihm wurde der Beruf in die Wiege gelegt. Seit 1854 werden in der Kuferei Thurnheer in Berneck Lagerfässer, Barriques, Gärstanden, Holzbadewannen und weitere Fassgebinde hergestellt. Der kleine Familienbetrieb wird mittlerweile in der fünften Generation geführt. Auch

Der kleine Familienbetrieb wird mittlerweile in der fünften Generation geführt.

Frankreich. Seit 2005 führt er den betrieblichen Teil der Kuferei Thurnheer in Berneck. Der Handwerker geht geschickt und mit viel Herzblut mit dem Holz um. Schon als kleiner Junge schaute er seinem Vater und Grossvater über die Schultern und half fleissig mit. Den ersten Versuch, allein ein kleines Fass zu bauen, machte er mit zehn Jahren.

Den Grossvater als Vorbild hatte auch Fred Braun, und so entschied er sich mit 15 Jahren, eine Töpferlehre bei ihm zu beginnen. Sieben Jahre später wird sein Grossvater krank – und Fred bekommt das Angebot,



*Küfer Martin Thurnheer:
«Neue Ideen führen
zu neuen Aufträgen.»*

wenn der Druck innerhalb der Schweiz und aus dem Ausland gross sei, hat Thurnheer den Schritt zum Unternehmer nie bereut. «Man muss immer wieder nach neuen Ideen suchen, damit man Aufträge bekommt». Genauso sieht es Fred Braun: «Im Kunsthandwerk kann ich meine eigenen Ideen verwirklichen.»

Auch Peter Diezi's positive Einstellung hat zu einem vollen Auftragsbuch geführt. Eine Leerzeit sei für ihn eine willkommene Gelegenheit, Neues zu entwickeln. Gerade kam ein Auftrag von einer Schule

tig, frei zu bleiben. Er habe immer darauf geachtet, sich nicht zu verschulden oder viel zu riskieren, damit er eines Tages problemlos ein Stück Entwicklung hinter sich lassen könne, ohne Verluste. Das rät er auch den Menschen, die ihre Leidenschaft zum Beruf machen wollen: So wenig wie möglich fremdes Kapital zu investieren, überzeugt davon zu sein, sich keine Ängste einreden zu lassen. Denn Leidenschaft, Neugier und Fertigkeit seien der Dünger für gute Produkte. «Es braucht das nötige Grundwissen und Ausdauer», findet Martin Thurnheer.

Die Verwirklichung der eigenen Sache ist der Lohn.

in Sarnen. Kein Instrument für die Musik, sondern für den Physikunterricht. «Ein Musiklehrer, der dort unterrichtet, weiss, dass ich etwas von Musikinstrumentenbau verstehe», schmunzelt Diezi.

Wichtig, frei zu bleiben

Ein Unternehmer setzt sich Ziele, stellt einen Businessplan auf, überlegt, wo er in den nächsten Jahren hin will. Peter Diezi lacht bei dieser Frage herzhaft. «Um Gottes Willen nein, ich lasse mich einfach von der Sache führen und inspirieren. Sollte ich irgendwann keine Instrumente mehr bauen können, dann feile ich an meiner Spieltechnik.» Das ist Diezi wich-

Verwirklichung als Lohn

Fred Brauns Einkommen variiert je nach Konsumentenstimmung; geht es den Leuten schlechter, leisten sie sich weniger Handgemachtes. Er habe aber im Laufe der Jahre gelernt, sich der aktuellen Wirtschaftslage anzupassen. «Wirtschaftliche Interessen dürfen nicht im Vordergrund stehen. Die Verwirklichung der eigenen Sache in Verbindung mit der fachlichen Weiterentwicklung sind der Lohn», so Braun. Peter Diezi denkt oft an die Zeit beim Bauamt zurück, an die mehr oder weniger angenehmen Arbeiten. «Dienst im öffentlichen Raum erträgt man oft nur als Narr. Mag sein, dass mir der Narr bis heute geblieben ist», sagt's und hobelt am nächsten Instrument, das irgendwann in die Hände eines Menschen kommt, der die Leichtigkeit und die klaren Töne der Zither liebt.

Internationalisierung: Mit den Kunden ins Ausland

Die erfolgreiche Finanzierung von Internationalisierungsstrategien erfordert einen international gut etablierten Bankpartner. Die Commerzbank begleitet Unternehmen aus St. Gallen heraus in die ganze Welt.



*André Merz, Leiter
Region Ostschweiz &
Liechtenstein der
Commerzbank AG.*

das Firmenkundengeschäft. Diesen Fokus mit dem besonderen Schwerpunkt auf KMU und Grossunternehmen hat keine andere Bank.

Aber was heisst denn das jetzt konkret für Ihre Kunden?

Unser Betreuungsansatz ist sehr einfach: Unser Kunde hat nur einen einzigen Ansprechpartner. Egal, in welcher internationalen Commerzbankfiliale ein Konto eröffnet werden soll: Unternehmen können dies ganz einfach bei uns in St.Gallen veranlassen. Der Firmenkundenbetreuer leitet alles Notwendige in die Wege, sodass die Umsetzung in den jeweiligen Ländern reibungslos erfolgt. Er verhandelt auch die Kreditkonditionen für alle Länder, koordiniert die Kundenbetreuer und kümmert sich schlicht um alles. Das versprechen viele – aber bei uns funktioniert es tatsächlich.

Was sind aus Ihrer Sicht die Hauptabsatzmärkte für exportorientierte Schweizer KMU?

Wichtigster Handelspartner der Schweiz ist nach wie vor die EU. Schweizer Unternehmen exportieren dorthin 55% ihrer Ausfuhren. In umgekehrter Richtung kommen 75% der Schweizer Importe aus der EU. Trotz Eurokrise und kaum Dynamik in vielen Euroländern sagten zwei Drittel von über 100 Unternehmen, die wir 2013 im Rahmen einer Studie befragt haben, die EU bleibe als Absatzmarkt für Schweizer Unternehmen wichtig. Und jede zweite Firma misst Deutschland als Handelspartner innerhalb der EU wachsende Bedeutung bei. Auf der anderen Seite werden für 82% der Firmen die fünf BRICS-Staaten immer wichtiger, und 72% sagen dasselbe über den südostasiatischen Staatenverbund ASEAN.

Die Commerzbank ist weder Regionalbank noch global tätige Investmentbank, sie liegt irgendwo dazwischen. Was bedeutet das für das internationale Geschäft?

Das ist für uns durchaus eine komfortable Position. Im Unterschied zu den Kantonalbanken haben wir mit mehr als 70 Standorten in über 50 Ländern der Welt eine umfassende Präsenz. Anders als die grossen Investmentbanken setzen wir aber ganz klar auf

Nach welchen Kriterien wählen Sie Ihre internationalen Standorte aus?

Wir folgen unseren Kunden in ihre jeweiligen Märkte – und manchmal gehen wir auch voran, wenn wir vor Ort Entwicklungspotenzial sehen. So haben wir Anfang des Jahres eine Repräsentanz in Abidjan, der Wirtschaftsmetropole der Elfenbeinküste, eröffnet. Auch Brasilien ist für viele unserer Kunden ein wichtiger Markt. Deshalb planen wir, noch in diesem Jahr eine Filiale in São Paulo zu eröffnen.

Und wie können Sie die KMU unterstützen, die direkt aus der Schweiz heraus exportieren?

Wenn unsere Unternehmenskunden ihren Abnehmern insbesondere in Schwellenländern zusätzlich zu vernünftigen Preisen und exzellenten Produkteigenschaften auch noch anbieten können, dass die Finanzierung des Exportguts für die ersten Jahre übernommen wird, ist das oftmals ein entscheidendes Verkaufsargument. Insbesondere Unternehmen, die bspw. noch nie einen SERV-gedeckten Lieferantenkredit abgewickelt haben, bringen oftmals eine gewisse Skepsis oder Berührungängste mit. Durch unseren engen und persönlichen Austausch mit der SERV können wir, auch bei wertmässig kleinen Exporten, hier sehr einfach und unkompliziert weiterhelfen.

«Keine Rezession durch Frankenaufwertung»

Ist die aktuelle Frankenschwäche mit der früheren vergleichbar? Was hätte die SNB besser machen können? Warum kommen auch die Grosskonzerne nicht ungeschoren davon? Zu diesen Fragen sowie darüber, warum die Geldpolitik trotz des SNB-Entscheids nicht wirklich schweizerisch ist, steht Bernd Hartmann, Chefstrategie und Leiter Investment Research der VP Bank Gruppe, Rede und Antwort.

Die Frankenstärke beschäftigt die ganze Schweiz, besonders aber die Unternehmen. Wie stark ist die aktuelle Situation mit jener vom Spätsommer 2011 vergleichbar?

Klar, es gibt Parallelen. Der EUR/CHF-Wechselkurs notiert heute auf vergleichbaren Niveaus wie damals – kurz bevor die SNB entschied, eine Untergrenze einzuführen. Es gibt aber wesentliche Unterschiede zu 2011. So waren aufgrund der Schuldenkrise die Unsicherheiten global sehr gross, viele Länder standen am Anfang einer Rezession. Die Nachfrage ging global zurück, unabhängig von Währungseinflüssen. Heute ist die Stimmung durchaus zuversichtlicher, gerade aus der Eurozone erreichen uns wieder vermehrt positive Konjunkturnachrichten.

es gewisse Hoffnung, dass die Wachstumseinbussen des Aussenbeitrages nicht ganz so dramatisch ausfallen werden. Immerhin sorgt die internationale Konjunktur für eine recht solide Nachfrage. Innerhalb der Schweiz dürfte sich der private Konsum als Stütze erweisen. Wir haben aber unsere BIP-Prognose im Zuge der Frankenfreigabe von 1.5 % auf 0.5 % deutlich reduziert.

Im ersten Quartal ist die Schweizer Wirtschaft ja bereits gegenüber dem Vorquartal leicht geschrumpft. Sie gehen aber nicht von einer Rezession aus?

Die nächsten Quartale werden holprig verlaufen. Die Frankenaufwertung muss zunächst einmal verdaut werden. Gegenüber den Vorquartalen werden wir beim BIP zunächst Rückgänge sehen. Der BIP-Zuwachs wird aber im Gesamtjahr 2015 im positiven Bereich liegen, wir erwarten keine Rezession.

«Der Einfluss der EZB ist weiterhin stark.»

Dann dürfte die global intakte Nachfrage das Wachstum der Schweiz etwas stützen. Gibt es noch weitere Unterschiede?

In der Diskussion wird stets stark auf den EUR/CHF-Wechselkurs geblickt. Mit rund 44 % geht auch ein grosser Teil der Exporte in die Eurozone. Viele Unternehmen verkaufen aber auch nach Nordamerika und nach Asien. Hier ist der US-Dollar relevant – und gegenüber diesem ist der Franken heute günstiger als noch vor einem Jahr.

Sind die wahrscheinlichen Auswirkungen des starken Frankenanstiegs auf die Schweizer Konjunktur bzw. Volkswirtschaft als Ganzes bereits absehbar? Haben Sie bereits Revisionen vorgenommen?

Aufgrund der starken Exportorientiertheit schlägt die Frankenaufwertung entsprechend zu Buche. Da allerdings zuletzt auch die Importe nachgaben, gibt

Mittlerweile sind über 5 Monate seit der Frankenfreigabe vergangen. Wie beurteilen Sie aus heutiger Sicht den Schritt der SNB?

Angesichts des gewaltigen Anleihenprogrammes der EZB hatte die SNB wohl keine andere Wahl. Dementsprechend richtet sich meine Kritik auch nicht gegen den Entscheid an sich, sondern gegen den Zeitpunkt. Die SNB hat sozusagen im letzten Moment gehandelt. Dabei haben sich schon während des Sommers 2014 die Anzeichen gemehrt, dass die EZB in den Anleihenmarkt eingreifen werde. Hätte man damals, bei Niveaus um die 1.24, eine Anpassung vorgenommen, wären die Schockwellen wohl geringer ausgefallen.

Auffallend ist, dass sich die Zinsen nur leicht, der Aktienmarkt aber sehr eindrücklich erholen konnten. Warum gibt es so grosse Unterschiede?

Sowohl die Aktienkurse als auch die Anleihenrenditen sind am 15. Januar parallel und in einem Satz



Über die Person

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

Kontakt: bernd.hartmann@vpbank.com

nach unten gegangen. Die unterschiedliche Entwicklung seither stellt aber keinen Widerspruch dar. Denn beide Märkte haben sich nach dem ersten Schock, von tieferen Niveaus aus, wieder analog zu den internationalen Entwicklungen bewegt. Und diese Trends waren unterschiedlich.

Eine möglich Begründung ist, dass die grossen Konzerne keine nennenswerten Probleme haben, weil sie ja auch im Ausland produzieren lassen.

Es ist richtig, dass sich bei den grossen Konzernen die Erträge und Kosten in ausländischen Währungen in etwa ausgleichen. Dies wird durch Produktion vor Ort und/oder Einkauf im Ausland erzielt. Dennoch gibt es auch hier einen negativen Effekt. Noch stärker betroffen sind Unternehmen, die im Inland produzieren müssen, da dies ihr Alleinstellungsmerkmal ist. Zu diesen «Made in Switzerland»-Produkten zählen etwa die Schweizer Uhrenindustrie oder die Vermögensverwalter.

Wie sieht dieser negative Effekt aus?

Wenn ein Unternehmen an der Börse kotiert ist, wird sein Gewinn in das Verhältnis zu seiner Marktkapitalisierung gesetzt. Daraus ergibt sich dann die Bewertung, die anzeigt, ob ein Unternehmen attraktiv ist oder eben nicht. Ein Grossteil der Gewinne fällt in der Regel im Ausland an, diese müssen zurückgeführt oder zumindest umgerechnet werden. Durch die Frankenstärke bleibt weniger über. Das heisst, selbst bei unverändertem Aktienkurs verteuert sich die Aktienbewertung automatisch.

Durch die Aufgabe der Mindestgrenze zum Euro wird der Frankenkurs nicht mehr von der EZB bestimmt. Wie frei ist die SNB?

Auf den ersten Blick mag dies stimmen. Der Einfluss aus Frankfurt, wo die EZB ihren Sitz hat, ist aber weiterhin stark. Dies gilt in erster Linie für die Zinsentwicklung. Die Zinsen und Renditen werden sich nur

nach oben bewegen können, wenn dies zuvor in den USA und in Europa der Fall ist.

Dann kann die SNB vorest nicht das heute negative Zinsniveau wieder normalisieren?

Die SNB hat aktuell gar kein Interesse daran, dass die Zinsen in der Schweiz anziehen - zumindest nicht stärker als im Ausland. Dadurch würde automatisch der Franken für ausländische Anleger an Attraktivität gewinnen. Frankenkäufe könnten dann das Wechselkurspaar EUR/CHF schnell in Richtung Parität bringen. Hier dürfte wohl auch die Schmerzgrenze der SNB liegen.

Über das Unternehmen

Die VP Bank AG wurde 1956 gegründet und gehört mit 755 Mitarbeitenden per Ende 2014 (teilzeitbereinigt 694.9) zu den grössten Banken Liechtensteins. Heute ist sie an den Standorten Vaduz, Zürich, Luxemburg, Tortola auf den British Virgin Islands, Singapur, Hongkong und Moskau vertreten. Die VP Bank Gruppe bietet massgeschneiderte Vermögensverwaltung und Anlageberatung für Privatpersonen und Intermediäre. Aufgrund der gelebten offenen Architektur profitieren die Kunden von einer unabhängigen Beratung: In die Empfehlungen einbezogen werden sowohl Produkte und Dienstleistungen führender Finanzinstitute als auch bank-eigene Investmentlösungen. Die VP Bank ist an der Schweizer Börse SIX kotiert und hat von Standard & Poor's ein «A-»-Rating erhalten. Die Bank verfügt über eine solide Bilanz und Eigenmittelausstattung. Ihre Ankeraktionäre sind langfristig ausgerichtet und garantieren dadurch Kontinuität, Unabhängigkeit sowie Nachhaltigkeit.



*Norman J. Huber, CEO Huber Uhren und Schmuck:
«Schon der erste Schritt in den
Weissen Würfel soll ein Ereignis sein,
der Einkauf zum Erlebnis werden.»*

Brückenschlag der Künste

Das Unternehmen «Huber Uhren und Schmuck» aus Vaduz und die Hilti Art Foundation spannten zusammen und errichteten neben dem Kunstmuseum in Vaduz ein neues Geschäfts- und Ausstellungsgebäude. Vor wenigen Tagen wurde dieses eröffnet. Im Gespräch mit Norman J. Huber, CEO Huber Uhren und Schmuck.

Interview: Marcel Baumgartner **Bild:** Leo Boesinger

Norman J. Huber, Ihr Unternehmen floriert. Sie müssten sich eigentlich nicht mit Bauprojekten herumschlagen. Was war der Grund, sich an diesem Projekt zu beteiligen?

Einerseits ist Huber Uhren und Schmuck in Vaduz ein «House of Brands». Wir wollten diesen wertvollen Uhrenmarken und den kostbaren Schmuckstücken ein adäquates «Zuhause» bieten und dieses Zuhause selber zu einem «branded House» machen, was uns mit dem Weissen Würfel glaube ich gut gelungen ist. Andererseits steht das traditionelle Fachgeschäft vor grossen Herausforderungen und ist in einem starken Wandel begriffen. Dieser Wandel hat auch mit dem Wandel vom Bedürfnis-Kauf zum Ereignis-Konsum zu tun. Wir haben daher bei diesem Bau radikal neu gedacht. Schon der erste Schritt in den Weissen Würfel soll ein Ereignis sein, der Einkauf zum Erlebnis werden.

«Nachdem die Architektur des Weissen Würfels eher kühl und futuristisch daherkommt, wollten wir im Innenbereich einen Kontrast dazu schaffen.»

Vor wenigen Tagen fand die Eröffnung statt. Wie verlief die Projekt- und Bauphase?

Jetzt, wo man diesen einzigartigen Solitär sieht, vergisst man vieles. Das ganze Projekt hat über fünf Jahre gedauert – von der ersten Idee bis heute. Die grösste Herausforderung war, eine Einheit zu bilden. Ich meine damit Wärme und Emotionen. Das ist nicht ganz einfach: Das Gebäude ist sehr minimalistisch und eher schlicht, im Inneren mussten aber andere Akzente gesetzt werden. Wir hatten mit Gebrüder Hilti als Generalunternehmerin und Arthur Willi als Bauherrenvertreter echte Profis, die während der gesamten Projekt- und Bauphase jederzeit jeden Schritt im Griff hatten. Es gab praktisch keine Stolpersteine, keine schlaflosen Nächte. Höchstens der Zeitdruck war enorm, eine grosse Herausforderung, weil eben zwei Gebäude in einem entstanden – das Uhren- und Schmuck-Geschäft und die Hilti Art Foundation.

Waren sich die beiden am Projekt beteiligten Partner stets über die Ausrichtung und Gestaltung einig?

Die Initiative ist von Michael Hilti und der Hilti Art Foundation ausgegangen. Ich war sofort begeistert von dem Projekt: Ein Haus, das bildende Kunst und handwerkliche Kunst vereint, ist grossartig! Wir wollten neben dem bestehenden Kunstmuseum einen Kubus, ein Gebäude schaffen, das im Dialog mit dem Museum steht und nicht in Konkurrenz. Dies ist den Basler Architekten Morger & Dettli sehr gut gelungen. Gleichzeitig wussten wir, dass wir beide – Michael Hilti und ich – ganz unterschiedliche Zielsetzungen hatten, die es in einem Gebäude zu verbinden galt: helle, nach aussen hin offene Räume für Uhren und Schmuck und nach innen gerichtete Räumlichkeiten für die Präsentation von Kunstwerken. Was uns aber wieder verbindet, ist die Freude an schönen, grossen Werken, seien es hochwertige Uhren oder bedeutende Kunst. Herausgekommen ist ein Brückenschlag zwischen bildender Kunst und handgefertigter Uhrmacher-Kunst.

Inwiefern wird Ihr Unternehmen künftig im Gebäude präsent sein?

Neben unseren 350 Quadratmeter grossen Geschäftsräumen auf zwei Etagen haben wir im zweiten Obergeschoss unsere «Collectors Club» eingerichtet. Auf 150 Quadratmetern – fast über den Dächern von Vaduz – können wir, wie schon der Name vermuten lässt, Ausstellungen, private Veranstaltungen und Themen-Abende durchführen. Dieser Raum ist vom Tagesgeschäft voll getrennt, und wir können zeitlich unabhängig agieren.

Das Gebäude trägt aufgrund seiner Form und des Einsatzes von weissem Spezialbeton den Namen «Weisser Würfel». Bekommt Vaduz damit ein neues Wahrzeichen?

Der «Weisse Würfel» ist nur schon durch seine Grösse, Form und Farbe ein Anziehungspunkt. Zusammen mit dem «Schwarzen Kubus» des Kunstmuse-



ums Liechtenstein und dem daraus entstandenen Museumsplatz ist für Vaduz eine attraktive Ecke entstanden. Der Weisse Würfel ist ein grosser Entwurf der Architekten Morger & Dettli, die ja schon das Kunstmuseum entworfen und gebaut haben. Diese beiden Gebäude werden nicht nur das Zentrum von Vaduz bereichern, sondern weit über die Landesgrenzen hinaus strahlen und Menschen anziehen. Der Weisse Würfel wird es auch ermöglichen, dass Liechtenstein sich noch stärker als Kultur- und Kunststandort positionieren kann.

Was zeichnet den Neubau sonst noch aus?

Am Neubau wird besonders die Inneneinrichtung unseres Hauses auffallen und Aufsehen erregen. Der Pariser Innenarchitekt Tino Zervudachi hat unsere drei Stockwerke designt und umgesetzt. Er hat meine Gefühle und Intentionen für Uhren und Schmuck, für die Präsentation höchster Handwerkskunst, schon in Lech am Arlberg ideal umgesetzt, und ich hatte daher vollstes Vertrauen, dass er auch bei diesem, viel komplexeren Bau die richtigen Entscheide treffen wird. Nachdem die Architektur des Weissen Würfels eher kühl und futuristisch daherkommt, wollten wir im Innenbereich nämlich einen Kontrast dazu schaffen. Dies ist uns mit dem Einsatz von warmen Farben, edlen Materialien und dezenten Möbelstücken sehr gut gelungen.

«Am Neubau wird besonders die Inneneinrichtung unseres Hauses auffallen und Aufsehen erregen.»

Im Rahmen wechselnder Ausstellungen werden künftig bedeutende Gemälde und Plastiken vom späten 19. Jahrhundert bis zur Gegenwart in der Hilti Art Foundation zu sehen sein. Welchen persönlichen Bezug haben Sie zu dieser Kunst?

Wie erwähnt verbindet uns die Liebe zu bedeutender Kunst. Meine Kunden und ich schätzen nicht nur hochwertige Uhren- und Schmuck-Kunstwerke, sondern auch Meisterwerke, die – wie viele Uhren – schon vor Jahrzehnten entstanden sind. Die Kunstwerke der Hilti Art Foundation bedeuten Werterhaltung, Beständigkeit und Langlebigkeit. Genau wie unsere auch von künstlerischer Meisterhand gefertigten Produkte.

Werden damit ähnliche Sinne angesprochen wie mit Uhren oder Schmuck?

Ganz gewiss. Daher war es auch ein Einfaches, mit Michael Hilti dieses Projekt umzusetzen. Hier werden alle Sinne angesprochen.

Freiheit oder Hungerspiele?

Vor ein paar Wochen schaute ich mit meiner Tochter den Kinofilm «Hunger Games» mit Oscar-Preisträgerin Jennifer Lawrence. Wo liegen die Parallelen zu unserer Gesellschaft?



Von Sven Bradke

Es handelt sich dabei um eine Story, die insbesondere den Jugendlichen gut gefällt: Es geht um einen exzentrischen Präsidenten namens «Snow», der viele Menschen und Regionen unterdrückt. Warum kann er das? Weil in seinem Land keine rechtsstaatlichen Verfahren und keine freien Wahlen existieren. Der Präsident ist ein Diktator, der uneingeschränkte Macht ausübt, die öffentlichen Regeln nach Lust und Laune bestimmt und den Menschen kaum Freiraum für ihre persönliche Entfaltung ermöglicht.

Blutiger Aufstand?

Wäre der Präsident ein guter Regent, so würden im Land der «Hungerspiele» kaum Gelüste zur Veränderung bestehen. Der Präsident ist aber kein gerechter, gutmütiger und weitsichtiger Herrscher, der für sein Volk und sein Land schaut – er ist vielmehr ein fieser Tyrann. Deshalb versuchen die Unterdrückten, sich mit ihren Mitteln zu wehren und eine Revolution anzuzetteln. Ein typisches Phänomen unfreier Gesellschaftsordnungen. Solche Revolutionen «von unten» sind aber bei Weitem keine Garantie für Erfolg und damit mehr Freiheit, wenden die Machthaber «von oben» doch oft grausame und blutige Gegenmassnahmen an.

Freiheit statt Diktatur!

Was ist daran neu? Eigentlich nichts! Diktaturen sind vielerorts auf der Welt zu finden. Der Film sollte uns aber wieder einmal daran erinnern, dass wir das Privileg haben, in einem freien Land mit rechtsstaatlichen Verfahren und demokratischen Wahlen leben zu dürfen. Freie und geheime Wahlen sind ein geschütztes Gut, die einen friedlichen Wechsel zulassen. Verschenken wir also unsere Stimmen nicht und gehen wir am 18. Oktober 2015 zugunsten unserer Freiheit, unserer Demokratie und unseres Rechtsstaates wählen. Unsere National- und Ständeratswahlen stehen dann nämlich wieder vor der Tür. Wer wählt, entscheidet letztlich auch über den Grad unserer zukünftigen Freiheit.

Dr. rer. publ. HSG Sven Bradke ist Geschäftsführer der Mediapolis AG für Wirtschaft und Kommunikation in St. Gallen

Vertrauen bildet das Fundament

Das Familienunternehmen Baldegger Automobile AG kann bereits auf eine 20-jährige Geschichte zurückblicken. Im April 1995 wurde der Standort in St.Gallen eröffnet, sieben Jahre später folgte ein zweiter in Wil. Inzwischen beschäftigt die Firma 45 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Gespräch erklärt Unternehmensleiter Urs Baldegger, welche massgeblichen Veränderungen die Branche in den zwei Jahrzehnten erfasst haben und weshalb es gerade für einen Betrieb dieser Grössenordnung von Vorteil ist, wenn Mitglieder der Familie am Steuer sitzen.

Urs Baldegger, woran denkt man, wenn das eigene Unternehmen 20-jährig wird? An erfolgreiche Stationen, an verpasst Chancen oder an die Zukunft?

An die Zukunft. Zuerst muss man Visionen haben. Und das Spannende für mich ist anschliessend immer das Umsetzen dieser Visionen.

Was gab den Ausschlag, Mitte der 1990er Jahre einen eigenen Betrieb zu gründen?

Selbstverwirklichung und der Ansporn, in einem auch damals schwierigen, aber spannenden Umfeld in der Automobilbranche neue Wege zu gehen – mit Menschen zusammen, die Spass und Freude haben, etwas Aussergewöhnliches zu bewegen.

Seither hat sich die Wirtschaft markant verändert. Wie stark war beziehungsweise ist Ihre Branche in Bewegung?

Die Automobilbranche erfindet sich permanent neu. Damit meine ich nicht nur die Veränderung der Produkte. Ein 20-jähriges Auto fährt sich anders und sieht im Design anders aus als ein Auto von heute. Das Internet hat unsere Branche im Vertrieb grundsätzlich verändert. Wir sind gläsern geworden, die Fahrzeugangebote sind über die Schweiz hinaus vergleichbar. Wir haben uns auf diese Herausforderung eingestellt und bieten mit dem Label «Best Price» unseren Kunden eine Preisgarantie an – und schaffen so Vertrauen.

Andere Firmen kämpfen mit der Nachfolgeplanung. Sie konnten diese quasi intern lösen. Wie haben Sie die eigenen Familienmitglieder an die Aufgabe herangeführt?

Begeisterungsfähigkeit, Vorbildrolle und Enthusiasmus können im unternehmerischen Umfeld viel

Wo Werte auf Qualität und Tradition treffen. Die Familie Baldegger (von links): Yves (Geschäftsleitung St.Gallen), Lara (Marketing und Verkauf), Manuela (Leitung Controlling), Urs (Unternehmensleitung) und Marc Baldegger (Geschäftsleitung Wil).



bewegen. Wenn Sie das Glück haben, diese Tugenden mit einer starken Frau an der Seite nicht nur im Unternehmen, sondern auch im familiären Umfeld vorzuleben, dann ist die Chance gross, dass diese Tugenden auch auf die nächste Generation übergehen.

Bildet diese Konstellation demnach einen wesentlichen Vorteil? Etwa indem auch Familienwerte ins Unternehmen integriert werden?

Meine Frau und ich, unsere erwachsene Tochter und unsere beiden erwachsenen Söhne ergänzen uns im Unternehmen ideal. Wir sind aber natürlich auch privat stark vernetzt. In der Familie wie im Unternehmen spielt das Vertrauen eine sehr wichtige Rolle.

Einen Meilenstein bildete 2009 die Eröffnung des neuen Ausstellungsgebäudes in St.Gallen. Wie wesentlich sind in diesem Markt laufende Investitionen in die Infrastruktur?

Die Automobilbranche ist wie gesagt immer in Bewegung. Die Kundenbedürfnisse ändern sich. Die Vorgaben und Standards der Automobilimporteure – auch beispielsweise in die Infrastruktur – sorgen dafür, dass wir als Vertriebspartner den Kundenbedürfnissen Rechnung tragen. Wir wollen, dass unsere Kunden sich bei uns als Gast fühlen, ihren Besuch bei uns als positives Erlebnis empfinden und uns weiter empfehlen.

Kern ist und bleibt das Fahrzeug an sich. Was war in all den Jahren ein klarer Verkaufsschlager?

Der erste Volvo XC90 war einer der erfolgreichsten SUVs des letzten Jahrzehnts – sein kompakter Bruder, der Volvo XC60, entwickelte sich in den letzten Jahren zum erfolgreichsten Modell von Volvo.

Und welches Modell bildet das Highlight in der aktuellen Saison?

Im Juni 2015 ist die Einführung des neuen Volvo XC90 geplant – als wiederum eines der innovativsten Fahrzeuge seiner Klasse. Er wird die Erfolgsgeschichte fortsetzen, mit noch höheren Sicherheitsstandards sowie als vielseitiges Familienauto.

Baldegger Automobile AG

Erlachstrasse 3, 9014 St.Gallen, Tel. 071 274 80 40
Flawilerstrasse 31, 9500 Wil, Tel. 071 929 80 40
www.baldegger.com, info@baldegger.com



Der neue Volvo XC90: Skandinavischer Luxus neu definiert

Mit dem neuen Volvo XC90 wiederholt sich Geschichte: Zwölf Jahre nach der ersten Modellgeneration revolutioniert der schwedische Premiumhersteller erneut das Segment der luxuriösen SUV.



Fortschrittliche Technik, schönes und geradliniges Design, handgefertigte Elemente, erlesenste Materialien: Das Interieur des neuen Volvo XC90 zeigt sich so luxuriös wie bei keinem anderen Modell des schwedischen Premiumherstellers zuvor. Im Interieur harmonisieren Materialien wie weiches Leder und Holz mit handgefertigten Details. Das zentrale Bedienelement, ein Bildschirm im Hochformat, bei dem die Funktionen per Touchscreen gesteuert werden, trägt entscheidend zum modernen, grosszügigen und aufgeräumten Eindruck des Innenraums bei.

Der neue Volvo XC90 bietet eine für Sport Utility Vehicles (SUV) weltweit einzigartige Kombination aus Leistung und Effizienz: Die Neuauflage des allradgetriebenen Siebensitzers wartet etwa als Hybrid mit einer Leistung von 236 kW (320 PS) plus 59 kW (80 PS) auf, emittiert dabei aber gerade einmal 64 Gramm CO₂ pro Kilometer (NEFZ). Nie zuvor erreichte ein SUV bei solch geringen Emissionswerten ein derartiges Leistungsniveau. Herzstück des Volvo XC90 sind die Motoren der neuen Drive-E-Familie – jene Vierzylinder-Diesel und Benziner, die seit Kurzem Einzug im gesamten Modellprogramm der Marke halten. Zur Markteinführung bestellbar sind die Motoren T6 AWD (236 kW/320 PS) und der 165 kW (225 PS) starke D5 AWD mit Twin-Turbo-Aufladung. Die neue Plug-in-Hybrid-Version setzt Massstäbe bei Leistungsentfaltung und Effizienz. Für die Kraftübertragung sorgt stets eine komfortable Achtgang-Automatik. Volvo bietet den neuen Volvo XC90 in vier Ausstattungslinien an. Die Basis bildet die Linie Kinetic, auf der die Version Momentum aufbaut. Als Topausstattungen stehen die besonders sportliche und dynamische R-Design-Variante und die elegante und luxuriöse Version Inscription zur Auswahl.

Eine Probefahrt mit dem XC90 ist bei der Baldegger Automobile AG ab sofort möglich.



Peter Fratton:

«Wir möchten Kreativität und Sozialkompetenz in den Mittelpunkt stellen.»

«Kein Schulhaus – sondern ein Ort des lebendigen Lernens»

Öffentliche Schulen erhalten zunehmend Konkurrenz von neuartigen Privatschulen wie der Neuen Stadtschule in St.Gallen (NSSG), die sich über den kantonalen Lehrplan hinaus am modernen Zeitgeist und am praktischen Leben orientieren. Die Oberstufenschule von Initiatorin Bettina Würth und dem Pädagogischen Leiter Peter Fratton versteht sich als Basislager, von dem aus die Welt erkundet, erforscht und mitgestaltet wird. Auch die Förderung von sozialverträglichen unternehmerischen Fähigkeiten hat einen hohen Stellenwert. Fratton erklärt das Schulkonzept.

Text: Katja Hongler-Gmünder **Bild:** Bodo Rüedi

Die Idee der Neuen Stadtschulen begleitet den Schweizer Schulgründer Peter Fratton schon seit vielen Jahren. In seiner Pädagogik des autonomen Lernens in der gestalteten Umgebung ging Fratton seit 1980 davon aus, dass jeder Lernende an Autonomie und Wissen gewinnt, wenn er die dazu geeignete Umgebung bekommt. Auf dieser Grundlage entstanden ab 1980 die «Häuser des Lernens», deren Grundprinzipien auch heute noch im Schulwesen verbreitet sind. Zusammen mit der Unternehmerin und Schulgründerin Bettina Würth, der

Unterschied ist sicher die völlig veränderte Lernarchitektur, die wenig mit einem Schulhaus gemeinsam hat. Anstelle von Klassenzimmern findet man Inputräume, «Libraries», «Think Tanks» und Lernateliers.» Was die Besucher ausserdem erstaune, sei die konzentrierte Lernatmosphäre und die verbindliche Zielorientierung. Über iPad kann jeder Lernpartner (Schüler) sofort zeigen, welche Ziele er bis wann erreicht haben möchte oder muss. Der Lernalltag ist aufgeteilt in Pflicht- und Kürziele. Erstere beziehen sich auf den auch für die Neue Stadtschule verbindlichen Lehrplan, Letztere sind die Ziele, die sich jeder selber setzen darf und die danach ebenso verbindlich sind wie Pflichtziele.

Fratton ist überzeugt, dass Kinder gute Unternehmer sind, nämlich: neugierig, interessiert, kreativ und risikobereit.

Beiratsvorsitzenden der weltweit tätigen Würth-Gruppe, konkretisierte sich die Umsetzung der Stadtschulidee. Bettina Würth ihrerseits gründete 2006 in Erinnerung an ihre Tochter Anne-Sophie, die bei einem tragischen Unfall ihr Leben verlor, die Freie Schule Anne-Sophie in Deutschland. Ziel der Gründerin ist es, Orte zu schaffen, an denen Kinder und Jugendliche nicht übersehen werden, autonom lernen und leisten können und sich so in ihrem Wesen und ihren Ansprüchen, in ihren Potenzialen und Fähigkeiten, ihren Stärken und Begabungen entwickeln können.

Raum- und Lernkonzept

Die Räumlichkeiten der NSSG sind nicht vergleichbar mit einem Schulzimmer im herkömmlichen Sinn. Fratton beschreibt es so: «Der augenfälligste

Neu auch Matura

Auf das Schuljahr 2015/16 bietet die Neue Stadtschule St.Gallen einen neuen Weg zur Hochschulreife an. Sie ermöglicht geeigneten Kandidatinnen und Kandidaten den Erwerb der bilingualen Schweizerischen Maturität. Anstelle von fixen Lehrplänen basiert der Lehrgang auf individuellen Bedürfnissen der Lernenden. Es geht nicht mehr darum, fünf Stunden Mathematik zu besuchen und Stunden abzusetzen, sondern mathematische Ziele rechtzeitig in der vorgegeben Qualität zu erreichen. Damit ist die unternehmerische Ausrichtung umschrieben: Die Lernenden, unterstützt von einem qualifizierten Lernbegleiter, organisieren ihr Lernen. Die Schule sorgt für die geeigneten Lern- und Arbeitsorte sowie die Evaluation der Zielerreichung. Die Prüfungen werden durch die Schweizerische Maturitätskommission angeboten und vom Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation organisiert.

Besonders ist auch die Kleinheit der Schule. Im ganzen Haus befinden sich maximal 60 Jugendliche. Und noch etwas ist anders: Jahrgangsklassen gibt es keine, dafür leistungshomogene Lernteams mit acht bis zehn Lernpartnern für alle Fachbereiche. Um den Lernpartnern ein praxis-, leistungsbezogenes und verbindliches Lernen zu ermöglichen, werden die Lerninhalte mit schulexternen Lernorten verknüpft mit Betrieben, Museen, Theater, Ateliers, Verwaltungen, Universität oder anderen lehrreichen Institutionen.

Faires unternehmerisches Denken und Handeln fördern

Fratton ist überzeugt, dass Kinder gute Unternehmer sind, nämlich: neugierig, interessiert, kreativ und risikobereit. «Erst durch ungeeignete Umgebungen wurden diese Fähigkeiten mehr und mehr in den Hintergrund gedrängt. Statt Neugierde gibt es nunmehr Gleichschritt, Interesse weicht Müssen, Kreativität kommt nach Anpassung und Freude am Risiko weicht dem Sicherheitsdenken.» Um das kindliche Grundinteresse wieder zu beleben, verbindet die neue Stadtschule das theoretische Wissen mit praktischem Nutzen. Sinn und Zweck des Lernens stehen im Vordergrund und wird direkt begreif- und erlebbar. Genau auf diesen Erkenntnissen basieren die übergeordneten Lernzielen: Lernen mit Zielen, ler-

nen durch Unternehmen und Lernen in Zusammenhängen. Fratton möchte verhindern, dass lernen zu einem fremdbestimmten Prozess wird: «Sonst gehen unternehmerisches und selbstständiges Denken verloren, insbesondere die Leistungsbereitschaft.»

Auch Bettina Würth ist es ein grosses Anliegen, das Unternehmertum bei Jugendlichen zu fördern. Sie kann bei diesem Thema viel aus eigener Erfahrung schöpfen. Sie hat sich von der Pike auf an die Spitze des Familienunternehmens der Würth-Gruppe hochgearbeitet. Heute ist sie als Beiratsvorsitzende oberste Chefin dieses Weltkonzerns. Im Zuge der Globalisierung ist auch Englisch ein grosses Thema. Die NSSG bietet einen zweisprachigen Unterricht an. Die Schüler können selbst bestimmen, ob sie hauptsächlich auf Deutsch oder Englisch unterrichtet werden wollen. Die Strategie geht auch dahin, in anderssprachigen Landesteilen und anderssprachigen Ländern weitere Lernorte zu errichten, um den Austausch in einer Fremdsprache sinnvoll zu fördern. Zurzeit wird am Aufbau eines Lernortes in Australien gearbeitet. «Darum geht dieses Jahr eine Gruppe von Jugendlichen nach Australien», erklärt Fratton.

Wer kann sich Privatschulen leisten?

Im Gegensatz zu Deutschland, wo der Staat aufgrund des sogenannten Sonderungsverbot privatschulen...

Anzeige



FHS Alumni
Thematisches Netzwerk
der FHS St. Gallen

FHO Fachhochschule Ostschweiz



Wohlstand

**«Werte?
Mir doch egal...»**

Referierende



Mathias Binswanger
Forscher, Professor, Buchautor



Bänz Friedli
Autor, Kabarettist, Hausmann



Dölf Früh
Unternehmer, Präsident FCSG



Jakob Kellenberger
Langjähriger IKRK-Präsident



Jeroen van Rooijen
Stilxperte, Mode-Journalist



Sina Trinkwalder
Sozialunternehmerin

Moderation



René Wellinger
Brigadier, Kdt LVb Pz/Art



Sonja Hasler
Ehemalige Arena-Moderatorin

Presenting Sponsor


Official Sponsors













Medienpartner


FREITAG 4. SEPTEMBER 2015

NETWORKING TAG

ÜBERRASCHEND INSPIRIEREND

Informationen und Anmeldung: www.networkingtag.ch

te Schulen unterstützen muss, damit auch einkommensschwächeren Eltern eine freie Schulwahl haben, kennt die Schweiz keine Unterstützung. Fratton ist sich dessen bewusst: «Das Schulgeld ist eine hohe Eintrittshürde. Es ist aber das Anliegen von Bettina Würth, dass die Schule jenen offen steht, die ein echtes Interesse am unternehmerischen Lernen haben. Daher sind auch Jugendliche an der Schule, deren Eltern sich diesen Lernort nicht leisten könnten.» Die Schule ist auf maximal 60 Lernpartner ausgerichtet, um eine beziehungsreiche Umgebung zu gewährleisten. Im ersten Jahr besuchen 20 Jugendliche die Schule, sodass nach drei Jahren die Maximalzahl erreicht ist. «Interessant ist sicher auch, dass das Schulgeld – maximal 24 000 Franken – die Kosten eines Schülers an einer staatlichen Schule nicht übersteigt. Nur werden diese Kosten über Steuern vergütet», fügt Fratton an.

«Die Verantwortlichen sehen trotz des finanziellen Eintrittshemmnisses optimistisch in die Zukunft.»

Die Verantwortlichen der NSSG sehen trotz des finanziellen Eintrittshemmnisses optimistisch in die Zukunft und möchten ihr Angebot weiter ausbauen. Uns so bietet die NSSG auf das neue Lernjahr 15/16 auch einen Ausbildungsgang zur schweizerischen Maturität an, den die Lernenden individuell und unternehmerisch gestalten können. Fratton meint dazu: «Diese Form der Ausbildung gibt es – mindestens im deutschsprachigen Raum – noch nicht und wir möchten damit Kreativität und Sozialkompetenz in den Mittelpunkt stellen.»

Über Peter Fratton

Der Ostschweizer gehört zu den renommiertesten Schulgründern und Schulinnovatoren Europas. 1980 gründete Peter Fratton das erste SBW-Lernhaus in Romanshorn. Dies auf der Basis des von ihm entwickelten Konzeptes des autonomen Lernens in gestalteter Umgebung. Vor acht Jahren hat sich Peter Fratton von seinem Lebenswerk «SBW Haus des Lernens» losgelöst. Zwischenzeitlich war er Berater des Kultusministeriums Baden-Württemberg, verantwortlicher Ausbildungsleiter zur Weiterqualifizierung vom Lehrer zum Lernbegleiter in Baden-Württemberg und im Expertenrat des Wissenschaftsministeriums zur Frage der Weiterentwicklung der Lehreraus- und -weiterbildung. Zurück in der Schweiz half er beim Aufbau der Neuen Stadtschule St. Gallen und hat ausserdem ein Buch verfasst mit dem Titel «Lass mir die Welt, verschule sie nicht!» Fratton ist 66 Jahre alt und wohnt mit seiner Frau, die unter anderem auch die NSSG räumlich gestaltet hat, in Rickenbach bei Wil.

Das Feuer weitergegeben

1949 gründete Werner Schöb die Schreinerei der heutigen Schöb AG in Gams. 1978 übernahm Walter Schöb als neuer Eigentümer den väterlichen Betrieb, den er bereits mehrere Jahre führte. Seit 2013 führen die Geschwister Philipp und Christine Schöb in dritter Generation das Familienunternehmen.

Ein LEADERINNEN-Porträt.



Christine Egger-Schöb

Die Schöb AG ist mit ihren 80 Mitarbeitenden einer der schweizweit führenden Hersteller von Holzsystembauten und nutzt dafür neuste technologische Errungenschaften für klimafreundliches Bauen. Für das Traditionsunternehmen mit einer Produktions- und Lagerfläche von 10 000 Quadratmetern ist die Wohnqualität das A und O. Und da Qualität sehr individuell ist, stellt Schöb die persönlichen Bedürfnisse der Kunden an die erste Stelle. Bei Schöb geht die Steigerung der Energieeffizienz Hand in Hand mit der Erhöhung des Wohnkomforts.

Christine Schöb (*1983) verschrieb sich bis zum Alter von 23 Jahren ganz dem Spitzensport und schaffte es ins C-Kader von Swiss Ski Alpin. Aus gesundheitlichen Gründen musste sie diese Passion schweren Herzens an den Nagel hängen. Der Einstieg von Christine Schöb in den elterlichen Betrieb war nicht geplant: Nach Abschluss der sportlichen Laufbahn widmete sie sich berufsgeleitend dem betriebswirtschaftlichen Studium an Fachhochschule und Universität. Ihren Job in der Finanzabteilung eines internationalen Automobilzulieferers mochte sie sehr gerne. Eine Reorganisation von VR und GL im elterlichen Betrieb liess sie 2012/2013 unverhofft auf Wunsch ihres Vaters in den VR eintreten. Durch Christine Schöbs Zahlenaffinität war die Neugierde und Begeisterung für neue Aufgaben schnell geweckt. Im Januar 2014 stieg sie vollends in den elterlichen Betrieb ein. Seither ist sie Mitglied der Geschäftsleitung – ganz zur Freude ihrer Familie.

Aufgrund ihres beruflichen Werdeganges ergänzt Christine Schöb ihren Bruder Philipp und das dritte GL-Mitglied Nicola Sanzo sehr gut. Neben den gesamten finanziellen Belangen betreut sie auch das Marketing. Mehr und mehr übernimmt sie auch die öffentlichen Auftritte ihres Vaters, der mit 70 Jahren noch immer um 5 Uhr früh als Erster im Büro ist, das operative Geschäft jedoch längst abgegeben hat. Christine Schöb schätzt die Bürogemeinschaft mit ihrem Vater: Der tägliche Austausch mit ihm lässt sie staunen, mit welcher Leidenschaft er bei der Sache ist. Kein Wunder, denn sein Feuer für Schweizer Holz und industrielle Fertigungsanlagen für den modernen Holzsystembau brennt nach wie vor lichterloh. Dieses Feuer hat er an seine Kinder weitergegeben.

Ein Stadtoriginal im 24-Stunden-Modus

Ein kultiger Ort schliesst seine Türen. Zwangsläufig, um «Grösserem» Platz zu machen. Die Rede ist vom «UG 24» in St.Gallen – Bistro, Tankstelle, Parkhaus, Garage, Treffpunkt. Es hat mit Querdenker Richard Tschannen so manche Geschichte geschrieben. Jetzt folgt die letzte in 30 Jahren.

Text: Nathalie Schoch **Bild:** Bodo Rüedi

Ein junges Pärchen steht an der Kasse und bezahlt zwei Biere und eine Packung Chips. Dabei schauen sie sich verliebt-verstohlen an. Dann gehen sie händchenhaltend in die Nacht hinaus. Die Frau an der Kasse lächelt: «Ach, das waren noch Zeiten.» Genau das denkt auch Richard Tschannen, der Inhaber der UG 24 AG in St.Gallen. Damals konnte er all die (liebess)-hungrigen und durstigen Besucher mit seinem 24-Stunden-Betrieb glücklich machen. Mittlerweile liegt ein jahrelanger Kampf um Öffnungszeiten hinter ihm. Jetzt muss er sogar schliessen. Sowohl Tankstelle, Shop und Bistro als auch die Zentrum Garage. Damit geht ein Stück Stadtgeschichte zu Ende. Denn das UG 24 gehört zur Stadt St.Gallen wie die Stiftsbibliothek und die OLMA. Es ist nicht nur Parkhaus und Tankstelle, sondern ein Treffpunkt für Nachtschwärmer, Zeitlose, Arbeitende und Spontanshopper. Dieser Kult nimmt jetzt ein jähes Ende.

Der Unternehmer hat gekämpft. Immer wieder. Den aktuellen Kampf hat er verloren.

Die erste Selbstbedienungstankstelle

Alles fängt 1970 an. «Du musst nach Hause kommen und das Geschäft übernehmen», sagen die Eltern am Telefon zu Richard Tschannen. Gewünscht, getan. Er hängt seinen Beruf an den Nagel und übernimmt das Taxigeschäft. Drei Jahre später eröffnet er die erste Selbstbedienungstankstelle der Schweiz. «Keiner der Treibstoffmultis glaubte an meine Idee. Alle hielten mich für einen Spinner», so Tschannen. 1980 verkehrt Tschannens Flotte als erste in der Schweiz mit Flüssiggas. Zur selben Zeit betreibt er in Wittenbach den ersten Rufbus der Schweiz. Aber sowohl die Flüssiggasgeschichte als auch den Rufbus muss er zwei Jahre später aufgeben. Zur Freude jener, die ihm den Misserfolg voraussagten.

Einzig die Treibstoffmultis verstummen, denn Richard Tschannen hat Erfolg mit der Selbstbedienung und seinem kleinen 24-Stunden-Laden. 1985 will er

vergrössern. Der Zufall will es, dass am Unteren Graben 21-25 Platz frei wird. Es ist der ideale Ort für ihn: zentral, mit Parkhaus, direkt am Stadtverkehr. Die Eigentümerin zeigt sich begeistert von ihrem neuen Mieter, nicht so die Verwalterin KMPG Fides. «Ich war eine Einzelperson, hatte keine Lobby im Hintergrund, das schien der Verwaltung zu riskant», so Tschannen. Doch die Eigentümerin setzt sich durch. Wieder spotten Neider und Kritiker.

Schluss mit 24-Stunden-Betrieb

Die Missgunst und die Ablehnung der Verwaltung ist noch das kleinere Übel. Denn was folgt, ist ein harter Kampf: Die Öffnungszeiten und das Sortiment verstossen zwar gegen geltendes Recht, was die Behörden allerdings eine Zeit lang dulden. 1997 ersucht Tschannen beim Kanton um eine Ausnahmegewilligung, um Klarheit zu schaffen. Diese wird im Sommer 2003 von der Kantonsregierung und Ende 2003 vom kantonalen Verwaltungsgericht abgelehnt.

Richard Tschannen zieht das Urteil weiter und legt im Februar 2004 beim Bundesgericht eine staatsrechtliche Beschwerde ein. «Wir betreiben den einzigen 24-Stunden-Shop im Kanton. Und wenn ich die Entwicklung der letzten 20 Jahre betrachte, dann sehe ich in der Bevölkerung ein echtes Bedürfnis nach dem 24-Stunden-Betrieb», so Tschannen. Am 1. Juli 2004 tritt das revidierte kantonale Ladenschlussgesetz in Kraft, das besagt: Tankstellenshops und Lebensmitteläden mit bis zu 120 Quadratmeter Verkaufsfläche kommen in den Genuss von erweiterten Öffnungszeiten. Sie dürfen werktags von 5 bis 22 Uhr, an Ruhetagen und hohen Feiertagen von 7 bis 21 Uhr verkaufen. 24-Stunden-Shops sind laut Gesetz nicht erlaubt.

Neues Konzept: Ein Bistro

2005 blitzt Tschannen vor dem Bundesgericht ab mit der Begründung: «Die Betreiberin des Shops habe von der bisherigen Haltung der Behörden, welche die schleichende Erweiterung des ursprünglichen Kioskes hinnahmen und in der Folge die gesetzeswidrigen



*Richard Tschannen:
Ein Kult geht zu Ende.*

Öffnungszeiten im Hinblick auf die in Aussicht stehenden Rechtsänderungen tolerierten, einzig profitiert». Für den Tankstellenshop gilt nun eine sechsmonatige Übergangsfrist. Ab 1. Januar 2005 muss der Shop seine Verkaufsfläche auf 120 Quadratmeter reduzieren, um in den Genuss der erweiterten Öffnungszeiten zu kommen, aber 24 Stunden darf er nicht mehr geöffnet sein. Tschannen ist enttäuscht: Jahrelang schaut die Behörde zu, für eine Rechtsantwort brauchen sie sechs Jahre – und jetzt ist ihnen egal, dass ein Teil der Belegschaft wohl stempeln gehen muss. Doch Tschannen wäre nicht Tschannen, wenn er nicht bereits die nächste Idee im Köcher hätte.

Sein neues Konzept: Ein Umbau und damit verbunden ein Bistro. Die Bewilligung für den Umbau geht durch. Einziger Knackpunkt: Das Bistro muss von 24 bis 5 Uhr schliessen. So will es die Baupolizeikommision. Im März 2005 eröffnet er sein Bistro. Ohne 24-Stunden-Betrieb, Alkohol darf auch keiner ausgeschenkt werden. Dafür ist Freitag und Samstag bis 1 Uhr offen. Warme Küche gibt es von 9 bis 24 Uhr. Die Kunden kommen und gehen. Vieles sind Stammgäste. Man kennt sich. Man sitzt dort. Man geniesst den Kaffee und plaudert mit den Angestellten. Doch Tschannen will seinen 24-Stunden-Betrieb aufrechterhalten und legt erneut Rekurs ein beim Kantonsgericht. Im November 2005 bekommt er Recht: Das Bistro hat fortan 24 Stunden geöffnet. Dann wird es ruhiger um das UG

24. Bis vor Kurzem, als die Kündigung ins Haus fliegt. Schon geht der Kampf von Neuem los.

Platz machen für HSG und Parkhaus

Dieses Mal nicht wegen der Öffnungszeiten, sondern der Schlusszeit: Tschannen muss Platz machen. Platz für die Universität St.Gallen und das grösste Parkhaus der Stadt, das unter dem Namen «UG 25» entstehen soll. Bereits 1999 gab es Pläne für einen solchen Ausbau. Als sich dieser nicht realisieren liess, wurde der Mietvertrag von Tschannen bis 2015 verlängert, mit Option für weitere fünf Jahre. Doch dieser wurde nun auf den 30. Juni 2015 gekündigt. Grund: Für die Aufstockung des Gebäudes muss die Statik verstärkt werden, damit es das Gewicht der zwei zusätzlichen Stockwerke tragen kann. Noch dazu scheint der Eigentümer mit der Universität einen lukrativeren Mieter gefunden zu haben. Auf den Vorschlag, während der statischen Bauphase drei Monate zu schliessen und die Zeit für eigene Umbauten zu nutzen, um dann wieder zu eröffnen, ging der Eigentümer nicht ein.

Auch die Zentrum Garage im Parterre muss ihren Platz räumen. Sie zieht nach Freidorf. Ob alle Kunden mitgehen, ist fraglich. Aber Geschäftsführer Daniel Niethammer ist guter Dinge: «Von den 100 Kunden, die bei uns ihre Pneus lagern, sind gerade mal fünf vorbeigekommen, um sie abzuholen.»

Anzeige

SIMPLY CLEVER

ŠKODA



www.skoda.ch

New ŠKODA Superb ab 29'230.-

Der neue ŠKODA Superb kombiniert dynamisches Design, innovative Fahrerassistenzsysteme und klassenbestes Platz- und Raumangebot mit einem unschlagbaren Preis-Leistungs-Verhältnis. Jetzt bei uns Probe fahren und geniessen. **ŠKODA. Made for Switzerland.**

New ŠKODA Superb Limousine Ambition 1.4 I TSI ACT, 150 PS, 6-Gang, unverbindliche Preisempfehlung des Importeurs 29'230.-. Abgebildetes Fahrzeug: New ŠKODA Superb Limousine Ambition 1.4 I TSI ACT, 150 PS, 6-Gang, Lackierung Business Grau, Metallic, Bi-Xenonscheinwerfer mit AFS (Adaptive Frontlight System) und LED Tagfahrlicht, Leichtmetallräder 19" «SIRIUS», unverbindliche Preisempfehlung des Importeurs 32'011.-. Kraftstoffverbrauch gesamt: 5.0 l/100 km, CO₂-Ausstoss: 116 g/km, Energieeffizienz-Kategorie: B. Durchschnitt aller verkauften Neuwagen: 144 g/km.

Scheidweg-Garage AG

Gontenstrasse 1, 9050 Appenzell
Tel. 071 788 18 18, www.scheidweg-garage.ch



Trotzdem sei es ein schwerer Schritt, der Standort sei perfekt gewesen, und die Garage hätte einen guten Ruf genossen. Nicht zuletzt, weil sie seit Anfang an Teil des UG-24-Betriebes war. Die ersten 24 Jahre unter der Leitung von Richard Tschannen, seit sechs Jahren unter Niethammer.

Mitarbeitende stehen auf der Strasse

Richard Tschannen kann man für einen Querulanten halten. Aber dahinter verbirgt sich eine äusserst menschliche und lebenswürdige Seite. Als das Thema auf die Mitarbeitenden fällt, wird er nachdenklich: Erst zwei der 19 Mitarbeitenden haben danach eine Anstellung. «Das macht mir am meisten Sorgen.» Viele von ihnen waren zehn Jahre und länger bei ihm. Das mag einer der Gründe sein, warum sie andernorts nicht unterkommen. Tschannen sieht einen weiteren: die Bezahlung. Er habe schon immer 25 bis 30 Prozent mehr Lohn gezahlt als seine Branchenkollegen. «Bei drei Nächten die Woche verdient ein Mitarbeiter 3000 Franken netto.»

Nicht immer war es ein einfacher Job; ab und an kam ein unangenehmer Gast. Vor allem nachts. Aber die Mitarbeitenden wussten, wie man damit umgeht. «Die Behörde denkt vermutlich, ab 1. Juli sei das Alkoholproblem gelöst. Ich denke, sie werden sich einen anderen Sündenbock dafür suchen müssen.» Dabei schmunzelt Tschannen spitzbübisch.

Tschannen muss Platz machen. Platz für die Universität St.Gallen und das grösste Parkhaus der Stadt.

In Kanada verarbeiten

Es ist später Nachmittag. Im UG 24 ist Hochbetrieb. Im Shop gehen sie ein und aus: Der Herr im Anzug, der vollgetankt hat und auf dem Sprung zum nächsten Termin ist. Zwei Freundinnen, die sich einen Zvieri holen. Ein Handwerker, der kurz einen Stopp einlegt, um Zigaretten zu kaufen. Und im Bistro sitzen zwei Männer mittleren Alters und sinnieren über Vergangenes. «Wo sollen wir jetzt hin? Wir waren doch wie eine Familie?» Die Angestellte wirkt traurig: «Ich weiss es nicht, aber leider interessiert das auch niemanden.» Tschannen hat gekämpft. Immer wieder. Den aktuellen Kampf hat er verloren. Aber nach all dem Gehörten taucht unweigerlich die Frage auf: Hört so ein Mensch jemals auf zu kämpfen? «Was danach ist, weiss ich nicht. Im Moment beschäftigt mich nur eines: der Abschluss und mein Personal.»

Dazu komme der private Umzug; bis anhin wohnt er in diesem Gebäude. Jetzt lasse er die Stadt ganz hinter sich. Zudem könne er endlich mal für längere Zeit nach Kanada. Dafür sei in den letzten 30 Jahren kaum Zeit geblieben. Dort könne er dann verarbeiten und auf eine Eingebung warten. Wieder ist da dieses schelmische Grinsen, das man so oft an diesem Nachmittag bemerkt. Um sofort wieder alles herunter zu schaukeln: «Ich male und schreibe gerne. Vor allem Landschaften und Tiere.» Man wird sehen, ob Richard Tschannen fortan Braunbären und Bergseen zeichnet

Die Expo2027 mitgestalten

Gegenwärtig ist in den Kantonen TG, AR und SG die politische Diskussion im Gang, ob für eine Machbarkeitsstudie der Ostschweizer Expo2027 insgesamt 9,5 Millionen Franken bewilligt werden sollen. Die Debatte ist bereits im Vorfeld sehr lebhaft.



Von Michael Götte

Es treffen «Expo-Turbos» auf «Spar-Politiker». Die eigentliche Überzeugungsarbeit fängt aber erst nach der Erstellung der Machbarkeitsstudie von knapp zehn Millionen an. Dann geht es um die eigentliche Finanzierung des Expo-Projektes, dessen Gesamtkosten auf rund zwei Milliarden Franken geschätzt werden. Der Bund hat in Aussicht gestellt, rund die Hälfte der Kosten zu übernehmen.

Ich bin sicher, dass Diskussionen um eine solche hohe Finanzierung nicht im politisch luftleeren Raum zu realisieren sind. Das bedeutet, die Bevölkerung, die Wirtschaft und der Tourismus sollten in einer möglichst frühen Phase die Expo mitgestalten können. Dies soll in einer noch zu bestimmen Form erfolgen. Denkbar ist etwa eine Konsultativabstimmung, wie sie der Kanton Graubünden im Zusammenhang mit der Kandidatur für die Winterolympiade durchgeführt hat – oder der Einbezug von Vereinen und Interessengruppen in die Planungsphase.

Ich bin überzeugt, dass ein solch langfristiges Projekt, über drei Kantone mit unterschiedlichen Geschichten, ab der Geburtsstunde eine einheitliche Stimme braucht. Im Übrigen ist es fraglich, inwiefern die herkömmlichen – teilweise nicht nachhaltigen – Formate solcher Grossveranstaltungen noch zeitgemäss sind.

Die Landesausstellung Expo.02 ist ein Beispiel dafür, wie Spektakuläres (wie etwa der Kubus oder die künstliche Wolke) zwar auf reges Interesse gestossen ist, nach Ende der Expo zum Bedauern vieler Besucher aber zurückgebaut wurde, weil es die Planer so vorgesehen hatten.

Hier gibt es bessere Beispiele aus der weiteren Vergangenheit – Expo (Landi) in Zürich im Jahr 1939 oder die Expo 1964 in Lausanne. Wir müssen es besser und vor allem nachhaltiger machen als unsere Vorgänger der Expo.02 in der Westschweiz. Mit der vielfältigen See- und Berglandschaft wäre die Ostschweiz eine – auf Neudeutsch – ideale Location für die Expo 2027. Unsere Region bleibt aber in jedem Fall, auch ohne Landesausstellung, ein äusserst attraktiver Wirtschafts- und Lebensraum.

Michael Götte ist Gemeindepräsident von Tübach und Fraktionspräsident der SVP SG

50 Jahre SITAG AG: Anlass um in die Zukunft zu blicken

In den 50 Jahren ihres Bestehens hat sich die SITAG AG einen hervorragenden Namen in der Herstellung von Büroeinrichtungslösungen gemacht. Das Rheintaler Unternehmen ist das beste Beispiel dafür, dass die Schweiz als Produktionsland längst nicht ausgedient hat, wenn man auf Qualität und Hochwertigkeit setzt. CEO Toni Lee im Gespräch über das Erfolgsrezept der SITAG AG und die künftigen Ziele.

Toni Lee, die SITAG AG feiert in diesem Jahr ein rundes Jubiläum: Ein halbes Jahrhundert auf dem Markt. Wie hat sich das Unternehmen in dieser Zeit entwickelt, welches waren die Meilensteine?

SITAG wurde 1965 vom Unternehmer Emil «Migg» Eberle gegründet und hatte seinen ersten Standort als Stuhl-Hersteller in St. Margrethen. In fünf Jahrzehnten haben wir uns fest als Hersteller hochwertiger Büroeinrichtungslösungen im europäischen Markt etabliert. Seit 1980 liegt unser Schwerpunkt in der Entwicklung und Produktion exklusiver Büromöbel (Loungegruppen, Konferenztische), ergonomisch ausgestatteter Bürostühle und ganzer Systemlösungen – von der Einrichtung von Konferenz- und Empfangsräumen bis hin zu flexibel anwendbaren Büroräumlichkeiten.

1988 hat die SITAG einen neuen Standort in Sennwald bezogen. Wie wichtig war dieser Schritt?

Mit unserem Umzug nach Sennwald schärften wir nochmals unser Profil als Anbieter hochwertiger Gesamtlösungen, die wir zunehmend auch individuell auf Kundenwunsch anfertigen. Alle unsere Produkte werden in der Schweiz entwickelt und hergestellt. Wir stehen für eine wettbewerbsfähige Swissness und handwerkliche Präzisionsarbeit. Seit 2011 setzen wir bei der Kantenverarbeitung auch Lasertechnologie ein. Als einer der innovativsten Anbieter moderner Büroeinrichtungslösungen auf dem europäischen Markt und mit 130 Mitarbeitenden sind wir heute ein wichtiger regionaler Arbeitgeber.

*Seit 50 Jahren erfolgreich:
Die SITAG AG
in Sennwald.*





Lasertechnologie in der Büromöbelfertigung. Dank höchster Präzisionsleistung sind die Kantenübergänge nicht sichtbar.

Sie sind nicht allein auf dem Markt, der Wettbewerb ist immens. Womit zeichnen Sie sich besonders aus?

Wir haben schon früh auf handwerkliche Perfektion in Kombination mit Design und Innovation gesetzt und unser Stuhl-Angebot mit ganzheitlichen Systemlösungen für Büros, Konferenz- und Empfangsräume ergänzt. «Swiss Style at work» – das ist kein leeres Wort. Dass wir uns dank eigener Forschungs- und Entwicklungsabteilung stets mit den Trends der modernen Arbeitsplatzgestaltung auseinandersetzen und so früh innovative Produkte «inhouse» entwickeln können, hilft uns im hart umkämpften Markt. Ein weiterer Vorteil ist unsere Grösse.

Inwiefern liegt darin ein Vorteil?

Wir sind ein KMU, das schnell und flexibel auf Kundenwünsche reagieren kann. Das ist in der heutigen mitunter komplizierten Geschäftswelt ein wichtiges



Funktionsdrehstuhl-Variante aus der ganzheitlichen Produktfamilie SitagTeam, welche im Zuge der anstehenden Roadshow präsentiert wird.

Plus. Uns unterscheidet aber auch unser Anspruch für durchdachte Einrichtungslösungen – in den Produkten, im Service und im Preis. Und vor allem auch die Suche nach dem idealen Zusammenwirken von Funktionalität und Design. «Form follows function», heisst es in der Architektur. Sich an schönen Dingen zu erbauen, ist ein menschliches Bedürfnis. Aber schön zu sein allein genügt nicht, wenn es darum geht, den ganzen Tag am Schreibtisch zu sitzen. Man sollte das auch auf einem funktional ausgereiften Stuhl tun können, der die Gesundheit unterstützt.

Welche Rolle spielt der Standort Ihres Unternehmens, welche Stärken und Schwächen bietet das Produktionsland Schweiz beziehungsweise das Rheintal?

Wir befinden uns mit dem Hauptstandort in Sennwald im St.Galler Rheintal in einem hochtechnologischen Gebiet im Grossraum Bodensee und können



Speziell für den 24-Stunden-Betrieb mit Steh-Sitz-Arbeitsplätzen und halbkreisförmiger Anordnung der Monitore entwickelte SITAG diesen Kommandotisch im Kundenauftrag.

Oberflächen mit neuen Materialien: Linoleum ist für die Oberflächengestaltung von Büromöbeln aufgrund seiner Umwelteigenschaften, seiner Haptik und Optik interessant.



hier auf einen sehr innovativen und inspirierenden Wirtschaftsstandort setzen. Die Grenznähe im Dreiländereck Schweiz, Deutschland und Österreich bietet gerade für den internationalen Markt Vorteile. Nachteile sehe ich zurzeit eher in der Frankenstärke, und da macht es keinen Unterschied, ob wir in der Innerschweiz oder in der Ostschweiz sind. Und dass wir unter teilweise unsinnigsten Wettbewerbsbedingungen anbieten müssen, ist ein Bürokratie- und kein Standortproblem.

Stichwort 50-Jahr-Jubiläum: Wie werden Sie dieses feiern? Oder sind andere besondere Aktivitäten geplant?

Im Spätsommer werden wir unter anderem die ganzheitliche Stuhlfamilie SITAGTeam vorstellen, die auch die Zukunft unserer Arbeitswelten verkörpert – Individualität, Flexibilität und Mobilität. Im Zuge dieser Roadshow an mehreren Standorten in der Schweiz und Deutschland suchen wir die Begegnung mit unseren Kunden und Partnern, auch um Danke zu sagen im Hinblick auf unser Jubiläum. Das diesjährige Jubiläum nehmen wir vor allem aber zum Anlass, in die Zukunft zu blicken. So planen wir im kom-

menden Jahr eine Veranstaltung unter dem Motto 50+1, sozusagen als Start in die weitere Zukunft. An unserem Hauptsitz arbeiten wir bis dahin an einem Showroom-Konzept, welches sehr innovative und teilweise auch überraschende Arbeitsformen aufzeigen wird. Gerade mit Blick auf die Digitalisierung unserer Lebens- und Arbeitswelten möchten wir aufzeigen, wohin wir uns diesbezüglich weiterentwickeln.

Wo liegt über das Jubiläumsjahr hinaus Ihr Fokus für die Zukunft, wohin führt die Reise?

Wir glauben, dass die erfolgreiche Zukunft des Unternehmens vor allem auch im Export liegt. Mit dem Label Swissmade lässt sich international hervorragend arbeiten. Neben der Schweiz gehörte bisher vor allem Deutschland zu unseren Hauptmärkten, wir sind aber auch internationaler Lizenzgeber, etwa in Polen und Frankreich. Und seit letztem Jahr sind wir auch im asiatischen Raum aktiv. Dieses Jahr richten wir zusammen mit einem asiatischen Partner ein Montagewerk in Singapur ein, von wo aus wir den asiatischen Markt mit SITAG-Qualitätsprodukten beliefern können.

Aufwendige Furnierarbeiten und massgeschneiderte Konferenzanlagen sind eine Spezialität von SITAG.



Langjährige Erfahrung unter einem Dach vereint

Die Gebietsverkaufsleiter der SITAG AG im Raum Ostschweiz zeigen beispielhaft: In der Beratung setzt das Unternehmen auf eine Kombination aus Wissen, Können und breiter Erfahrung, um den Kunden massgeschneiderte Gesamtlösungen anbieten zu können. Die vier Ansprechpartner im Kurzporträt.



Toni Lee, CEO SITAG AG

Der vierfache Familienvater hat nach dem KV diverse zusätzliche Aus- und Weiterbildungen absolviert, unter anderem zum Marketingleiter, die HWV – höhere Wirtschafts- und Verwaltungsschule sowie die Schweizerische Kaderschule für Unternehmensführung. Bereits seit 1982 ist er im Bereich Büromöbel

tätig, kann also auf über 30 Jahre Erfahrung verweisen. Seit 2006 ist Toni Lee CEO der SITAG AG in Sennwald und Teilhaber der SITAG Holding B.V. in Holland. In seiner Freizeit fährt er je nach Jahreszeit Motorrad oder Ski, spielt Golf und geht gern auf Reisen. Sein Motto: «Jeder Tag ein SITAG!»



Yilmaz Boduk, CCO SITAG AG

Seit bald 30 Jahren ist Yilmaz Boduk im Stuhl- und Büromöbelmarkt tätig, davon allein 25 Jahre bei der SITAG, die letzten 15 Jahre als Verkaufsleiter und CCO. Bereits seine kaufmännische Ausbildung absolvierte er in dieser Branche. Das weltweite Lizenzgeschäft der SITAG erfolgt dank seiner sehr guten Verankerung im Büromöbelsektor im In- und Ausland

über ihn. Als Basis dienen ihm mehrere Zusatzausbildungen, zuletzt das Intensiv-Nachdiplomstudium der HSG zum Dipl. KMU HSG. Der leidenschaftliche Sportler, Motorradfahrer und Schwimmer interessiert sich auch privat für Design und beschäftigt sich intensiv mit den Zukunftsaussichten der Büromöbelbranche.



Roger Ottiger, Gebietsverkaufsleiter

Der geprüfte Arbeitsplatzexerte ist als Gebietsverkaufsleiter für das Gebiet St.Gallen Richtung Zürich zuständig. Er ist seit März 2009 bei SITAG tätig. Ursprünglich absolvierte Roger Ottiger eine Lehre zum Bäcker-Konditor und nahm danach die zweite Ausbildung zum Hochbauzeichner in Angriff. Bei verschiedenen grossen Unternehmen war er in

der Folge im Projektmanagement und Vertrieb aktiv. Der dreifache Familienvater ist ein passionierter Taucher und gibt diese Leidenschaft als Tauchlehrer weiter. Biken, Joggen, Skifahren, Langlauf, Wandern und Motorradfahren gehören neben Zeichnen und Malen, Reisen und Kino ebenfalls zu seinen Hobbys.



Immanuel Eggmann, Gebietsverkaufsleiter

Seit 1992 gehört Immanuel Eggmann zum Verkaufsteam der SITAG AG. Als Gebietsverkaufsleiter kann er auf 21 Jahre Erfahrung verweisen. Fragen rund um Design, Produkte und Qualität haben den zweifachen Familienvater stets interessiert. Und das über den reinen Bürobereich hinaus. So gehört seine Leidenschaft unter anderem auch der Architektur. Da-

neben ist er gern mit dem Mountain Bike unterwegs, wandert und kocht gerne mit hochwertigen Lebensmitteln, die er auf dem Markt erwirbt. Themen, die ihn begeistern, sind zudem die Nautik und die Aviatik. Alles, was auf dem Wasser und in der Luft unterwegs ist, fesselt den geprüften Arbeitsplatzexperten, ebenso wie die Meteorologie.

EU-CH: Die Notwendigkeit eines Plans B

Wie könnte die Schweiz die bilateralen Verträge mit der EU retten? Nur, wenn sie bereit ist, allenfalls auch ohne dieses Vertragswerk den Kontinent mit der EU zu teilen.

Text: Konrad Hummler **Bild:** zVg.

Seit 1999 beziehungsweise 2004 besteht zwischen der EU und dem Nicht-Mitglied Schweiz ein umfassendes, siebenteiliges Vertragswerk, das weite Teile des wirtschaftlichen und rechtlichen Umgangs regelt. Rechte und Pflichten der Vertragspartner halten sich im Wesentlichen die Waage. Teil des bilateralen Vertragswerks ist die in der EU geltende Personenfreizügigkeit, nach der es jeder Person aus der EU freisteht, sich in einem der Mitgliedsländer niederzulassen, sofern sie dort Arbeit findet.

Überheblicher Umgang

Aufgrund der sich in den letzten Jahren stetig erhöhenden Zuwanderung von EU-Bürgern in die Schweiz, aufgrund des ohnehin schon sehr hohen Ausländeranteils an der Bevölkerung und aufgrund des unübersehbar überheblichen Umgangs von Regierung, Verwaltung und Wirtschaftskräften mit den diesbezüglichen Sorgen der Schweizer Bevölkerung

Ein solcher Plan B hat nur dann Chancen auf Realisation, wenn er von einer Schweizer Regierung mit echter bürgerlicher Mehrheit getragen würde.

wurde im Februar 2014 eine Volksinitiative zur Beschränkung der mit der EU vereinbarten Personenfreizügigkeit angenommen. Die EU reagierte auf den Volksentscheid zur Beschränkung der vereinbarten Personenfreizügigkeit mit einem harschen «Njet». Seither herrscht in der kleinen Alpennation Ratlosigkeit. Denn einerseits und verständlicherweise möchte man am insgesamt günstigen Vertragspaket der «Bilateralen» festhalten. Sie seien «alternativlos», heisst es. Andererseits ist der Verfassungsauftrag unzweideutig: Die Zuwanderung aus Europa muss über die Einführung von Kontingenten gedrosselt werden. Die eingeräumte Frist von drei Jahren ist zur Hälfte verstrichen. Ein zweites Problem kommt hinzu: Die EU will die Schweiz zu einer selbstgewählten Unterstellung unter den EU-Gerichtshof bewegen, um eine unterschiedliche Interpretation ein und desselben

Rechts durch verschiedene Instanzen zu vermeiden. Im Kern geht es in beiden Teilbereichen um die weder durch oberflächliche Schönrederei noch Pragmatismus zu lösende Grundfrage: Inwieweit die Schweiz als Nicht-EU-Mitglied Teil des Binnenmarkts sein kann oder aber ihr Verhältnis mit der EU zwischenstaatlich gestalten will oder muss. Gretchenfragen haben es in sich, irgendwann einmal unausweichlich zu werden. Im Angesicht der Unausweichlichkeit können Gefühle der Ohnmacht aufkommen. Das ist es, woran die Schweiz leidet. Ein Plan B, oder mindestens eine Idee für einen solchen, ist längst fällig.

Wie ein Plan B entstehen kann

Erste Anzeichen und mithin eine der Voraussetzungen, dass ein Plan B überhaupt entstehen kann, sind im vorherrschenden intellektuellen «mind-set» zu suchen, im Zeitgeist. Die Einsicht, dass «es so nicht mehr weitergehen kann», muss erst einmal reifen. Zweite Voraussetzung für das Entstehen eines Plans B ist die vorbehaltlos ungeschminkte, ungeschönte Analyse. Irgendwann muss, wie in der Geschichte von Hans Christian Andersen so trefflich erzählt, ein Kind aufstehen und sagen, dass der Kaiser nackt ist. Die dritte Voraussetzung ist am anspruchsvollsten. Aus scheinbar aussichtslosen Lagen findet man nämlich nur mit Menschen, die radikal anders denken können, phantasiebegabt sind und dennoch befähigt, praktikable Wege aufzuzeigen.

Etwas Mut und viel Kreativität

Die Schweiz kann, so meine Idee, ihre bilateralen Verträge mit der EU nur retten, wenn sie eventualiter bereit ist, auch ohne diese mit der EU auf dem europäischen Kontinent zusammenzuleben. Die Auffanglinie aller Verhandlungen, ob über die Zuwanderung oder über die Regelung der institutionellen Frage, muss der mögliche, aber nicht erwünschte Verzicht auf die 1999 und 2004 geschlossenen Abkommen sein. Dieser Eventualverzicht muss innenpolitisch einwandfrei abgestützt sein – bis hin zu jedem KMU, das sich auf dieses unwahrscheinliche, aber eben nicht unmögliche Szenario vorbereiten muss. Nur



Konrad Hummler,
Partner der M1 AG
in St. Gallen.

so erreicht unser Land ein einigermaßen symmetrisches Verhandlungsverhältnis mit der EU. Darüber hinaus sollte die Schweiz viel Fantasie walten lassen, was die Zuwanderungskontrolle betrifft. Die nicht EU-kompatible und politökonomisch fragwürdige Kontingentslösung könnte beispielsweise, eine etwas grosszügige Auslegung des Verfassungstexts vorausgesetzt, durch einen Preismechanismus ersetzt werden. Dies schlägt der ideenreiche Volkswirtschaftler Reiner Eichenberger in der jüngsten Ausgabe des «Schweizer Monat» vor. Es ist zu vermuten, dass die neue englische Regierung unter Premierminister Cameron in die ähnliche Richtung marschiert und die Möglichkeiten bei der Zulassung und Honorierung für Leistungen der Sozialversicherungen und in andern mit der Niederlassung verbundenen Bereichen des Wohlfahrtsstaates bis ins letzte ausreizen wird (muss). Die weitestgehende Parallelisierung der Beziehungen Berns mit London könnte den Ausweg aus der verfahrenen Situation bedeuten. Anzumerken wäre höchstens noch, dass ein solcher Plan B nur Chancen auf Realisation hätte, wenn er von einer Schweizer Regierung mit echter bürgerlicher Mehrheit getragen würde. Gerade in dieser von angeblicher Alternativlosigkeit, von Unwillen und Unfähigkeit zu lateralem Denken, von letztlich ermüdendem und ermattendem Konventionalismus geprägten Zeit erlangt der Ausruf von Albert Einstein von neuem höchste Bedeutung: «Imagination is more important than knowledge. For knowledge is limited, whereas imagination embraces the entire world stimulating progress, giving birth to evolution» (Cosmic Religion and Other Opinions and Aphorisms, 1931).

Dieser Beitrag ist ein Auszug aus der aktuellen Ausgabe 13 der *bergsicht* mit dem Titel «Nun kommt der Plan B». *bergsicht* stammt aus der Feder von Dr. Konrad Hummler, ehemaliger unbeschränkt haftender Teilhaber von Wegelin & Co. Privatbankiers und nun Partner der M1 AG, einem privaten Think-Tank für strategische Beratung von Unternehmungen. Mehr Informationen finden Sie auf www.m1ag.ch.

Die weltbesten Unternehmer

Am 6. Juni wurde in Monte Carlo von EY der «World Entrepreneur Of The Year» gekürt. Mit Otto Hofstetter reist ein typischer Vertreter der hiesigen KMU-Landschaft nach Monte Carlo. Gewonnen hat den Titel der französische Unternehmer Mohed Altrad.

EY hat mit dem «World Entrepreneur Of The Year» schon 2000 eine Auszeichnung ins Leben gerufen, die Unternehmer aus aller Welt eng verbindet. Aus dem Kreis von 60 nationalen «Entrepreneuren des Jahres» wird seither jeweils der «World Entrepreneur Of The Year» gekürt. Heuer konnte Mohed Altrad, CEO der französischen Altrad Group und Self-Made-Milliardär, Anfang Juni den Preis «EY World Entrepreneur Of The Year 2015» empfangen. In 30 Jahren ist seine multinationale Altrad-Gruppe zu einem Hauptakteur auf dem Baumaschinen- und Baugerätemarkt geworden.

Die Schweiz wurde mit Otto Hofstetter vertreten. Als CEO der Uznacher Otto Hofstetter AG wurde er im Herbst 2014 zum hiesigen «Entrepreneur Of The Year» gewählt und zum Repräsentanten der Schweiz an der aktuellen Wahl in Monte Carlo bestimmt. Hofstetter ist solider Tradition und unternehmerischen Werten verpflichtet und weiss, dass Qualität und Präzision täglich neu unter Beweis gestellt werden müssen. Zudem ist er ein vielseitig interessierter, politisch denkender und sozial aktiver Wirtschaftsführer.

Otto Hofstetter engagiert sich persönlich als Stiftungsratspräsident beim Schuldensanierungsfonds Linthgebiet und bringt sein Wissen und seine Erfahrung ein, wenn es um die berufliche Ausbildung von Jugendlichen geht. Im dualen Bildungsweg sieht Hofstetter einen der wichtigsten Erfolgsfaktoren der Schweiz. Zudem trägt der Unternehmer aktiv bei, die Berufsausbildung für junge Leute international zu fördern: Ein in Zusammenarbeit mit der Swiss-Indian Chamber of Commerce (SICC) entwickeltes Berufsbildungsmodell wird mittlerweile in die ganze Welt «exportiert».

Otto Hofstetter selber ist der beste Beweis dafür, was ein Mensch ausgehend von einer Berufslehre alles erreichen kann: Als gelernter Werkzeugmacher hat er das Unternehmen seines Vaters modernisiert, flexibilisiert, globalisiert und in die Spitzengruppe seiner Branche geführt. Die Otto Hofstetter AG produziert heute Spritzgiesswerkzeuge zur Herstellung von hochwertigen Kunststoffverpackungen.

Raiffeisen und die Spassgesellschaft

Ein ironischer Weltwoche-Redaktor. Ein sportlicher Stadtpräsident. Ein hoffnungsvoller FDP-Politiker. Und ein hochkarätig besetzter Verwaltungsrat.

Methodik der Weltwoche

Eine witzige Mediendebatte entspann sich kürzlich auf Facebook zwischen Adrian Schumacher, Geschäftsführer der St.Galler FDP, und Christoph Landolt, Weltwoche-Redaktor aus Rapperswil-Jona: Die Kantonspolizei berichtete von einer Frau, die alkoholisiert mit der Einfahrt einer Tiefgarage kollidiert war – im Mehrfamilienhaus, in dem Landolt wohnt. Schumacher argwöhnte, für einen solchen Selbstunfall sei mehr als eine Packung Kirschstängeli nötig gewesen. Worauf Landolt selbstironisch die Methodik der Weltwoche anwandte, die bekanntlich stets eine neue Perspektive auf die Dinge sucht: «Ich hab mit der Frau gesprochen (bin zwei Minuten nach dem Aufprall vorbeigefahren). Sie gab an, nach dem dritten Kirschstängeli sei sie von einem Beamten des Bundesamts für Gesundheit belastigt worden, der etwas von Gefahren von Alkohol gemurmelt habe. Daraufhin sei sie geflüchtet. Sie wurde also quasi vom Sozialstaat in die Parkgarageneinfahrt getrieben.»

Schwitzender Stadtpräsident

Der St.Galler Stadtpräsident Thomas Scheitlin betätigt sich gerne sportlich. So nahm er nicht nur am Halbmarathon des Auffahrtslaufs in St.Gallen teil, sondern tauschte im Rahmen der Aktion «Bike4car» auch für zwei Wochen sein Auto gegen ein E-Bike ein. Ein E-Bike deshalb, weil er nicht mit einem gewöhnlichen Velo zur Arbeit fahren könne, da er sonst verschwitzt ankäme. Auf Facebook wurde schliesslich darüber debattiert, wieso der Stadtpräsident ins Schwitzen komme, da es von seinem Zuhause in Rotmonten ins Rathaus schliesslich nur abwärts gehe. Eine mögliche Erklärung: Die rasante Abfahrt treibt Scheitlin den Angstschweiss in die Augen.



Druckereien schliessen sich zusammen

Die St.Galler Druckereien Tschudy Druck AG und Typotron AG legen ihre Geschäftstätigkeiten per 1. Juli 2015 zusammen. Das «neue» Unternehmen wird am heutigen Standort der Typotron domiziliert sein und in der Folge auch Typotron AG heissen. Patrick Gimmi, heutiger Geschäftsleiter der Tschudy Druck, wird per 1. Juli die Geschäftsleitung der Typotron von Michael Vogt übernehmen. Dieser wird sich zukünftig als Gründer und Geschäftsführer der Extremprint GmbH, Staad, um die Weiterentwicklung des spezialisierten Internetportals kümmern. Die Typotron AG wird als Nachfolgerin der Tschudy Druck AG eine Schwestergesellschaft der Ostschweiz Druck AG, Wittenbach. Der Verwaltungsrat setzt sich aus Rino Frei und Urs Kolb zusammen.

Spass mit roten Zahlen?

Im Herbst dieses Jahres erfolgt der Rollout des neuen E-Bankings von Raiffeisen Schweiz. Benutzerfreundlich, übersichtlich und schnell soll die neue Version werden, verspricht die Bank. Ihren Kundinnen und Kunden schreibt sie: «Freuen Sie sich auf ein Raiffeisen E-Banking, das Funktionalität und modernes Design miteinander vereint und Ihnen als Nutzer Spass macht.» Seit wann muss eigentlich auch noch das Einloggen ins Konto Spass bereiten? Und wie viel Spass haben wohl all jene, die entweder horrenden Rechnungen eingeben müssen oder von einer roten anstelle einer schwarzen Zahl willkommen geheissen werden?

Millionenbusse für Vadian Bank

Die von der St.Galler Kantonalbank übernommene Vadian Bank hat sich mit den US-Behörden im Steuerstreit geeinigt. Sie zahlt eine Busse von 4,253 Millionen Dollar. Die Vadian Bank habe 2008 – nachdem bekannt wurde, dass die UBS ins Visier der US-Justiz geraten war – Kunden aufgenommen, die in den USA steuerpflichtig sind. Dabei habe es sich um solche gehandelt, die bei anderen Schweizer Banken hinausgeworfen wurden.

Huber+Suhner streicht 50 Stellen

Der Kabelhersteller Huber+Suhner AG reagiert auf die Frankenstärke: Im Laufe dieses Jahres sind rund 25 vorzeitige Pensionierungen sowie etwa 25 Kündi-

gungen in Herisau und Pfäffikon geplant. Verschiedene Logistik- und Dienstleistungsfunktionen werden nach Polen, das Raumfahrt-Kompetenzzentrum in die USA verlagert. Die Kabelherstellung in China soll beschleunigt hochgefahren werden.

Envergate komplettiert Verwaltungsrat

Envergate Energy AG rüstet sich für die Zukunft und stellt sich strategisch neu auf. Mit Peter Weigelt komplettiert die junge Windturbinenentwicklerin aus dem thurgauischen Horn ihren Verwaltungsrat. Der Verwaltungsrat der Envergate Energy AG setzt sich damit aus sechs Mitgliedern zusammen: Dr. Konrad Hummler (Präsident), Roland Leuenberger (Vizepräsident), Peter Weigelt, Christoph Müller, Roman Bühler und Marcus B. Graf (Delegierter).



Schwieriges Umfeld für die Thurgauer Industrie

Die Geschäftslage in der Thurgauer Industrie hat sich nach der plötzlichen Frankenaufwertung zu Jahresbeginn deutlich abgekühlt. Insbesondere mussten die Betriebe niedrigere Verkaufspreise und Ertrags-einbussen verkraften. Die Baukonjunktur verliert zusehends an Schwung. Im Detailhandel hat sich die Stimmung eingetrübt, für das zweite Quartal erwarten die Detailhändler zwar eine leichte Erholung der Umsätze, aber weiter sinkende Preise.

Unternehmergeist an Hochschulen fördern

Wie können Hochschulen Gründungskultur und Unternehmergeist fördern, um ihre Studierenden auf den Weg in die Selbstständigkeit zu begleiten? Dieser Frage ging der Kongress der Internationalen Bodensee-Hochschule IBH vom 21. Mai in Kreuzlingen nach. Er stand unter dem Titel «Entrepreneurship – Startup – Spinoff». Vertreter von Hochschulen und Unternehmer diskutierten, welches Engagement es für mehr Unternehmergeist in der Lehre braucht und stellten erfolgreiche Beispiele vor.

Vor 10 Jahren im LEADER

Vor einem Jahrzehnt wurde Marc Mächler am Parteitag der FDP des Kantons St.Gallen zum neuen Präsidenten gewählt. Im LEADER-Interview sprach er über seine weiteren politischen Ambitionen: «Ich habe immer klar kommuniziert, dass ich weitere politische Ämter gerne annehmen würde und, dass es eine Vision von mir ist, einmal in Bern politisieren zu dürfen. Wann und ob es aber konkret einmal nach Bern gehen wird, kann ich Ihnen nicht sagen. Das hängt von vielen Faktoren ab, die ich nicht alle beeinflussen kann.» Ob diese bei den Eidgenössischen Wahlen 2015 für den Zuzwiler sprechen, wird sich im Herbst zeigen.

Trader des Monats Mai

Markus Amstutz von der «Future Trade Commodity Asset Management» in Zürich hat im Mai unter der Kategorie «Institutionelle Anleger» mit 2.43 % die beste Monatsperformance bei der Swiss Trading Championship erzielt (seit Anfang Jahr 5.99 %).

Als registrierter CTA Commodity Trading Advisor verfolgt Amstutz eine Global Macro Strategie und berücksichtigt charttechnische Signale und fundamentale Daten. Den Schwerpunkt bildet dabei sein mehrfach prämiertes «Thales Swing Trading Programme», das bereits mit den darin enthaltenen Handels-Modellen eine Diversifikation aufzeigt. Die Strategien dahinter sind sogenannte «regelbasierte» Strategien, welche in einem kurz- und mittelfristigen Zeitrahmen handeln.

Markus Amstutz, wie haben Sie im Monat Mai eine Performance von 2.43 % erzielt?

Mit nur zwei Trades – einmal mit Gold und einmal mit Lebend-Rindern. Bei Gold entwickelte sich eine charttechnische Dreiecksformation und bei Lebend-Rinder ein Trendkanal mit Widerstandslinie, welche meine Handelsmodelle beide erkannt haben. Der Erfolg dahinter ist aber nicht der eigentliche Trade, sondern das Risk- und Money-Management, welches die Anzahl der gehandelten Kontrakte optimal im Verhältnis des Kontowertes zum Marktrisiko abgestimmt hat.

Wie sieht Ihre Anlagestrategie aus?

Meine Strategie (Thales Swing Trading Programme) basiert auf mehreren Ebenen wie Strategie, Risk- und Money-Management sowie Execution. Alle meine Strategien sind «regelbasiert», müssen zuerst den «Markt-Setup» bestätigen, um falsche «Entry's» herauszufiltern, und die Grösse der Positionen sind an die Marktvolatilität angepasst. Dazu kommt eine breite Rohstoff-Produktepalette (ca. 28 Rohstoffe), damit das Portfoliorisiko nochmals reduziert werden kann.

Wie lange werden Sie diese Anlagestrategie verfolgen?

Bis auf weiteres, da sich mein «Korb» von unterschiedlichen Anlagestrategien bestens bewährt hat.

Steckbrief Markus Amstutz

Diplome/Qualifikationen:

NFA Associate Member, Series 3, CTA

Art of Investment: Rohstoff-Futures

Kontrakte gehandelt: Metalle, Landwirtschaft,

Energie, Zinsen, Aktienindices

Anzahl Trades im Monat: 25 bis 32

Initial Investment: Managed Account
ab USD 250 000.–

Durchschnittlicher Stop-Loss per Trade:

0.50 % bis 1.25 % vom Kontowert

Durchschnittliche Gewinnerwartung per Trade:

unterschiedlich je nach Handelsmodelle

Anlagehorizont: 3 bis 7 Tage, bei anhaltenden
Trends bis 12 Wochen

www.trading-championship.ch

Steigen die Aktienkurse weiter an oder folgt demnächst eine starke Korrektur?

Die Cosmopolitan Vermögensverwaltungs AG wurde 1988 gegründet und hat ihren Hauptsitz in Appenzell. Seit über 25 Jahren betreibt das Unternehmen aktive Vermögensverwaltung für private und institutionelle Kunden. Im Gespräch mit den Verwaltungsräten, Dr. iur. Daniel Candrian und Prof. Dr. Dominik Erny, sowie dem Vorsitzenden der Geschäftsleitung, Stefan Bischofberger.

Der Swiss Market Index (SMI) hat sich seit dem Tief im März 2009 sehr positiv entwickelt und notierte jüngst wieder nahe dem Allzeithoch aus dem Jahr 2007. Wie geht es nun aber weiter?

Candrian: Kurzfristig erachten wir das weitere Aufwärtspotenzial an den meisten europäischen Börsen sowie am Schweizer Aktienmarkt nach der markanten Rallye in den letzten Monaten als begrenzt. Auch eine zwischenzeitliche heftige Korrektur kann aus diversen Gründen nicht ausgeschlossen werden.

Erny: Betrachtet man die Entwicklung in den Sommermonaten der zurückliegenden Börsenjahre so wird schnell ersichtlich, dass die Aktienmärkte zwischen Mai/Juni bis August/September oft sehr korrekturanfällig waren. Auch in diesem Sommer könnte es aufgrund der latenten Griechenland-Krise sowie möglicher Irritationen beim erwarteten Wirtschaftswachstum in Kombination mit tiefen Handelsvolumen einmal mehr sehr volatil zu und her gehen.

«Das richtige Anlageverhalten bei volatilen Märkten.»

Wie können sich denn Anleger gegen volatile Marktphasen absichern oder gar davon profitieren?

Candrian: Grundsätzlich sollten sich Investoren über die Risiken und Einsatzmöglichkeiten der Vielzahl von möglichen Absicherungsinstrumenten informieren und deren Funktionsweise kennen. Zum Beispiel eignen sich Put-Optionen und Mini-Futures aus unserer Sicht nur für sehr erfahrene Investoren, welche mit den Hebelwirkungen solcher Anlagen und den damit verbundenen erhöhten Kursschwankungen umgehen können. Weniger erfahrene oder defensive Anleger sollten den Einsatz entsprechender ETF's oder strukturierter Produkte in Betracht ziehen.

Bischofberger: Für die weniger versierten Anleger bieten sich vor allem Short-ETF's an, um von einer Abwärtsbewegung zu profitieren. Fällt beispielsweise der SMI innerhalb eines Tages um 5%, steigt ein Short-ETF auf diesen Index um 5%. Umgekehrt jedoch führt ein steigender SMI zu entsprechenden Verlusten im Short-ETF. Diese Short-ETF's eignen sich aufgrund des Basiseffekts jedoch nicht für den langfristigen Vermögensaufbau, sondern nur als Ausgleich zu kurzfristigen Abwärtstrends. Weiter besteht natürlich auch die Möglichkeit, sich von Aktien frühzeitig zu trennen und damit die Liquidität temporär zu erhöhen, um nach erfolgter Korrektur auf tieferem Niveau wieder einsteigen zu können.

Erny: Um Kursschwankungen nicht nur abzusichern, sondern von diesen profitieren zu können, eignen sich ebenfalls gezielt ausgewählte Strukturierte Anlageprodukte. Bei der grossen Fülle der zur Verfügung stehenden Strukturierten Produkte ist es für einen «normalen» Anleger jedoch relativ schwierig, ein für sein Wertschriftendepot geeignetes Investment auszuwählen. Im Rahmen unseres bewährten 3D-Anlagekonzeptes werden nicht nur klassische Aktienanlagen, sondern aus Sicherheits- und Performanceüberlegungen auch immer wieder gezielt Strukturierte Produkte eingesetzt. Bei der Auswahl dieser Anlagen vertrauen wir auf unser langjähriges und umfassendes Analyse-Know-How, um für unsere Kunden die bestmögliche Entscheidung treffen zu können.

Wie könnte es denn aus Ihrer Sicht nach einer volatilen Sommerphase an den Aktienmärkten weiter gehen? Rechnen Sie mit einem baldigen Crash oder einem positiven Kursverlauf?

Bischofberger: Wir gehen davon aus, dass die Grundstimmung an den europäischen Aktienmärkten noch einige Zeit positiv bleiben wird. Die leicht



Dr. iur.
Daniel Candrian,
Präsident des
Verwaltungsrats



Prof. Dr.
Dominik Erny,
Mitglied des
Verwaltungsrats



Stefan
Bischofberger,
Vorsitzender der
Geschäftsleitung

anziehende Wirtschaftstätigkeit in Europa und die nach wie vor sehr lockere Geldpolitik der EZB bilden die Basis für tendenziell steigende Aktienkurse in Europa. Angesichts des sich weiter verschärfenden Anlagenotstandes, den die EZB durch ihre «gezwungenermassen» expansive Geldpolitik noch einige Zeit weiter anheizen dürfte, bilden europäische Aktien-Investments bis auf weiteres unsere klar favorisierte Anlageklasse. Natürlich liegt der Fokus bei der konkreten Aktienauswahl auf fundamental attraktiven und technisch interessanten Branchen und Unternehmen, damit von der nächsten Hausse-Phase optimal profitiert werden kann.

«Exogene Faktoren beeinflussen den Markt.»

Und wie erwarten Sie die Entwicklung am amerikanischen Aktienmarkt?

Erny: Die US-Notenbank dürfte im Laufe des dritten Quartals 2015 erstmals eine Leitzinserhöhung um 25 Basispunkte in Erwägung ziehen. Allerdings hat sich Janet Yellen, die Chefin des Fed, alle Türen offen gelassen, um gegebenenfalls auch erst später an der Zinsschraube zu drehen. Grundsätzlich erwarten wir nicht, dass eine anstehende Leitzinserhöhung zu grossen Turbulenzen führen wird, da dies von den Anlegern eher als Stärkezeichen der amerikanischen Wirtschaft eingestuft werden dürfte. Allerdings würde damit die seit Jahren bestehende Liquiditätshause abgeschwächt werden. Entsprechend sollten sich Anleger in den USA eher auf eine Fortsetzung der derzeit volatilen Seitwärtsphase als auf deutlich steigende Kurse einstellen. Aus diesen Gründen werden wir die US-Aktienpositionen für unsere Kunden in absehbarer Zeit weiter reduzieren und parallel die Engagements in europäische sowie Schweizer Aktien ausbauen.

Die Schweizer Vermögensverwalter «leiden» seit einigen Jahren unter einem grossen Regulierungs- und Reformierungsdruck. Welche Auswirkungen hat das auf Ihr Unternehmen?

Erny: Die laufend neuen Richtlinien und die damit verbundene zunehmende Regulierung für in der Schweiz tätige Vermögensverwalter haben sich in den letzten Jahren tatsächlich zu einer zentralen und für viele existenziell entscheidenden Dimension entwickelt. Natürlich haben die sich verändernden Rahmenbedingungen auch in unserem Unternehmen ihre «Spuren» hinterlassen. So haben wir viel in technische und personelle Ressourcen investiert, um den massiv gestiegenen Anforderungen in den Bereichen Compliance, Transparenz, Risikoaufklärung und Risikofähigkeit der Kunden, Steuerkonformität etc. gerecht zu werden. Da wir jedoch seit vielen Jahren über ISO-zertifizierte Unternehmensprozesse in sämtlichen Bereichen verfügen, konnten wir die sich laufend erhöhenden Anforderungen stets zeitgerecht und kundenfreundlich umsetzen. Es ist uns aber nicht entgangen, dass einige Vermögensverwalter grosse Schwierigkeiten bei der Umsetzung der geforderten Ansprüche bekunden, da sie oftmals finanziell und vor allem personell dazu nicht in der Lage sind. Wir sehen dabei durchaus Chancen für uns.

Das heisst, Ihre Firma gedenkt in Zukunft andere Vermögensverwalter zu übernehmen?

Candrian: Ja, wenn sich die Gelegenheit bietet, werden wir allfällige interessante Übernahmen von einzelnen Vermögensverwaltern sicherlich nicht scheuen. Insofern steht einem zusätzlichen Wachstum unseres Unternehmens mittels Akquisitionen nichts im Wege. Wir sehen den grossen Wandel in der Schweizer Finanzbranche und des Finanzplatzes Schweiz nicht nur als eine «Belastung», sondern viel mehr als eine Chance für unser Unternehmen.



Cosmopolitan Vermögensverwaltungs AG

Rütistrasse 20, CH-9050 Appenzell

Tel. +41 (0)71 353 35 15

Fax. +41 (0)71 353 35 18

welcome@cosmopolitan.ch

www.cosmopolitan.ch



Wie fit ist Ihr Wertschriftendepot?

Performance optimieren – Sicherheit erhöhen – Kosten einsparen

Handeln Sie jetzt! Wir helfen Ihnen gerne dabei.

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



Cosmopolitan
Image-Video

Mit System zum Erfolg:

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



COSMOPOLITAN®
VERMÖGENSVERWALTUNGS AG

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

BANKENUNABHÄNGIGE VERMÖGENSVERWALTUNG IN SWISS PRIVATE BANKING QUALITY SEIT 1988

Einfach nur Rückenwind



konturonline.ch

IVECO ISUZU



NATER
Staad | Gossau | Müllheim

SVP-Spitze in Romanshorn

Am 10. Juni 2015 trafen sich die Bundes-Parlamentarierinnen und -Parlamentarier der SVP Schweiz zu einem Umtrunk mit der Bevölkerung in Romanshorn. Mit dabei war auch Bundesrat Ueli Maurer. Für den LEADER fotografierte Gian Kaufmann.



Weisser Würfel ergänzt schwarzen Kubus

Mit dem «Weissen Würfel», dem Huber-Geschäftshaus für Uhren und Schmuck und dem Ausstellungsgebäude der Hilti Art Foundation, erhält das Kunstmuseum Vaduz, der schwarze Kubus, ein optisch markantes Pendant. Mitte Mai war Eröffnung. Für den LEADER fotografierte Roland Korner.





WORKSHOPS

FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE
UND PERSONALVERANTWORTLICHE



ONLINE-ANMELDUNG UND
WEITERE AKTUELLE
WEITERBILDUNGSANGEBOTE
WWW.ZEPRÄ.INFO/ARBEITSWELT

Burnout und Depression – früh erkennen und handeln

Betroffene erkennen die Anzeichen für Burnout oder Depression oft zu spät und werden auf längere Zeit arbeitsunfähig. Lernen Sie, wie Sie als Führungskraft dazu beitragen können, dass Ihre Mitarbeitenden arbeitsfähig bleiben.

- Merkmale und Anzeichen erkennen
- Konstruktive Strategien für Führungskräfte
- Handlungsmöglichkeiten und Hilfsangebote
- Psychische Gesundheit stärken

Termin: Mittwoch, 9. September 2015, 08:30 – 12:00 Uhr

Referent: Jürg Engler
Mediator, Coach, Supervisor und Erwachsenenbildner
Kosten: CHF 200.–

Sich selber und Mitarbeitende gesund führen

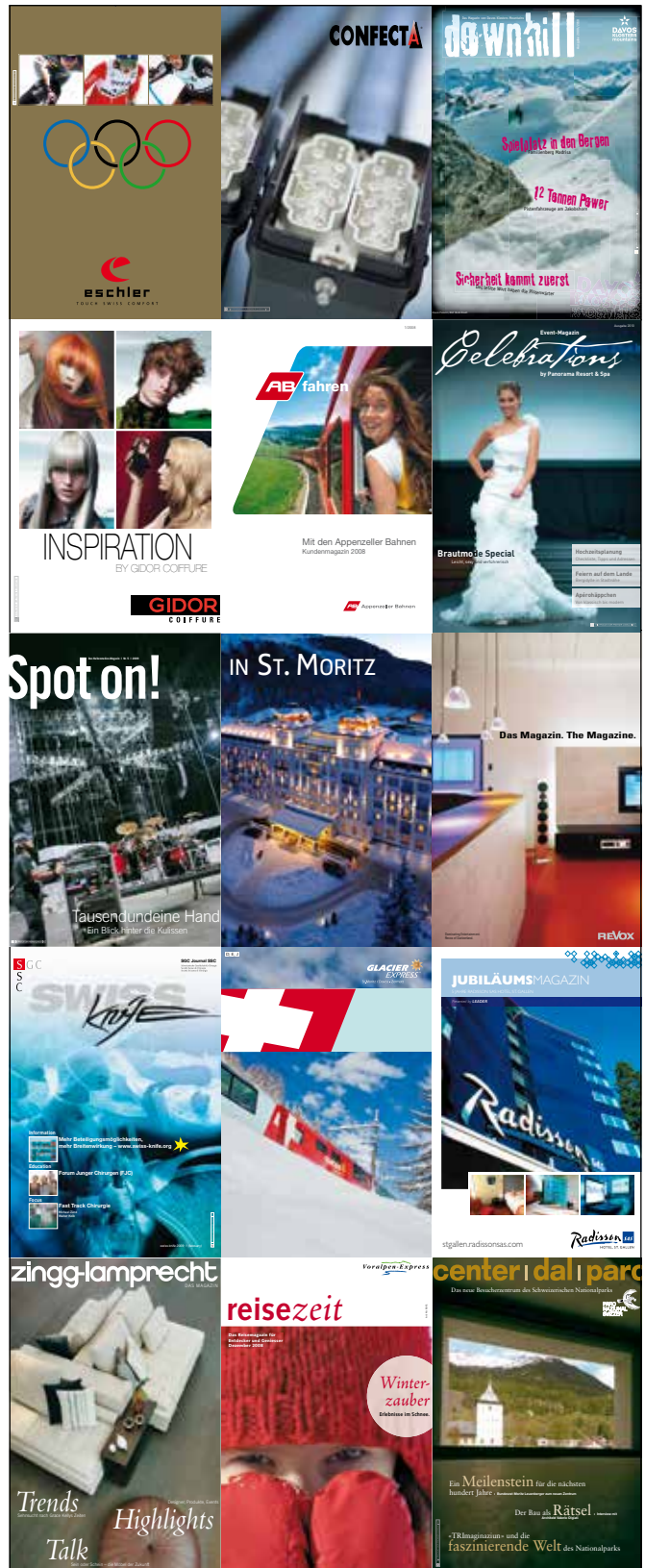
Aufgabengestaltung und Führungsstil von Vorgesetzten haben massgeblichen Einfluss auf das Wohlbefinden von Mitarbeitenden. Lernen Sie, wie Sie Ihre zentralen Aufgaben fürschungsgerecht wahrnehmen können.

- Wechselwirkungen zwischen Gesundheit und Arbeit
- Die richtige Balance zwischen Verausgabung und Gratifikation
- Der gesundheitsgerechte Führungsstil

Termin: Montag, 24. August 2015, 08:30 – 12:00 Uhr

Referentin: Annette Nitsche
NDS Management für NPO, Coach, Personal- und Teamentwicklerin BSO
Kosten: CHF 200.–

Ort: ZEPRÄ, Unterstrasse 22, 9001 St.Gallen, Tel. 058 229 87 60



ES LOHNT SICH.

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

**metro
comm**

MetroComm AG, Bahnhofstrasse 8
CH-9001 St.Gallen, Tel. +41 (0)71 272 80 50
info@metrocomm.ch

Eine neue Führung

Am 4. Ostschweizer GrassForum vom 4. Juni wurde das Thema «Eine neue Führung» aufgegriffen. Verschiedene Interview- und Geschäftspartner hinterfragten am Anlass Führungsstrategien und -konzepte. Für den LEADER fotografierte Leo Boesinger.



www.ibg.ch



60 Jahre Elektro-Engineering auf höchstem Niveau

IBG B. Graf AG Engineering darf auf eine beeindruckende, 60-jährige Firmengeschichte zurückblicken. Angefangen hat alles 1955. Ursprünglich vom St.Galler Bernhard Graf als Einzelfirma gegründet, entwickelte sich das Unternehmen im Verlaufe der Zeit zu einem der führenden Deutschschweizer Beratungsunternehmen für Elektro-Engineering.



Das Kader in traditionellen IBG-Farben



Stadtpräsident Thomas Scheitlin und VR-Präsident Reto Graf

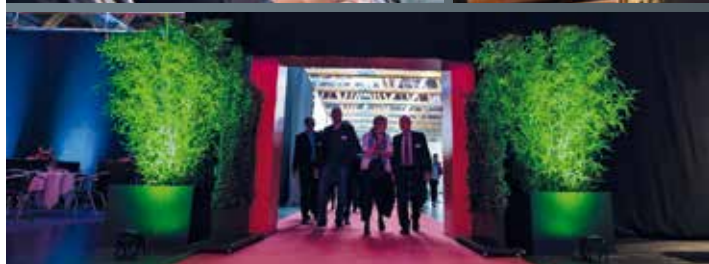


Gut gelaunte Kunden, Geschäftspartner und Gäste



Bilder vom Jubiläumsanlass

Am 18. Juni 2015 lud IBG zum Jubiläum nach St.Gallen. Über 500 Gäste folgten der Einladung des renommierten Ostschweizer Ingenieurunternehmens. Stadtpräsident Thomas Scheitlin überbrachte Grussworte, Nicolas Senn sorgte für musikalische Leckerbissen und der Bündner Komödiant Rolf Schmid setzte die Lachmuskeln unter Starkstrom. IBG dankt allen Künstlern und Gästen für den unvergesslichen Abend.



**WIR PLANEN
DIE INFRASTRUKTUR
VON MORGEN**



Ständig erreichbar und dauernd unterbrochen?

Die nächste Weiterbildungsveranstaltung des Forums BGM Ostschweiz widmet sich den Risiken der ständigen Erreichbarkeit und zeigt Lösungsansätze auf. Der Anlass am 14. September richtet sich an Führungskräfte und Personalverantwortliche.

Text: Fabrina Cerf **Bild:** zVg.

In der modernen Arbeitswelt sind wir ständig erreichbar, fast ununterbrochen online und damit praktisch rund um die Uhr ansprechbar. Die Grenzen zwischen Arbeitszeit und Privatleben verschwimmen zunehmend, und die ständige Unterbrechung bei der Arbeit ist zum Normalfall geworden. Welche Auswirkungen hat diese Entwicklung – für die Leistungsfähigkeit und die Gesundheit des Einzelnen, aber auch für den wirtschaftlichen Erfolg? Und mit welchen Strategien können wir die Vorteile der mobilen Kommunikation und der neuen Medien nutzen, ohne dass sich die ständige Erreichbarkeit negativ auf die Produktivität auswirkt? Diesen Fragen widmet sich die Weiterbildungsveranstaltung des Forum BGM Ostschweiz.

Verschiedene Lösungsansätze

Die Teilnehmenden lernen verschiedene Lösungsansätze für einen bewussten Umgang mit den neuen Kommunikationsmitteln kennen und erhalten Tipps, wie die Belastungsfaktoren des modernen Arbeitsumfeldes – für sich persönlich und für die Belegschaft – reduziert werden können. Nach einem ersten Teil mit Fachinput und Praxisbeispielen aus dem betrieblichen Alltag stehen den Teilnehmenden vier Parallel-Workshops zur Auswahl.

Arbeitsunterbrechungen unter der Lupe

Arbeitsunterbrechungen hinterlassen das unbefriedigende Gefühl von Ineffizienz, weil wir regelmässig nicht das erreichen, was wir uns vorgenommen ha-



ben. Gemeinsam erörtern die Teilnehmenden dieses Workshops unter der Leitung von Curdin Sedlacek, Bewegungswissenschaftler und geschäftsführender Partner bei Conaptis GmbH, die wichtigsten Quellen von Unterbrechungen und diskutieren, wie diese reduziert werden können.

Unterbrechung? Nein danke!

In Verwaltungs- und Dienstleistungsbetrieben geben 50 bis 75 Prozent der Beschäftigten an, ziemlich häufig oder sehr häufig bei ihrer Arbeit durch eine unvorhergesehene weitere Aufgabe unterbrochen zu werden. Anhand von Praxisbeispielen diskutiert Christoph Bertschinger, Inhaber b-gesundheitsmanagement, mit den Teilnehmenden konkrete Verbesserungsmaßnahmen.

Zeit haben heisst Nein sagen

Ständig gestört und unterbrochen zu werden ist zeitraubend und frustrierend. Im Workshop von Personalentwicklerin Marlen Bolliger tauschen die Anwesenden Erfahrungen und Ideen aus und erhalten Anregungen, die sie am nächsten Tag sofort erproben können.

Work-Life-Balance

Übermässiger und andauernder Stress beeinträchtigt das Wohlbefinden und Leistungsvermögen, erhöht die Unfallgefahr und schädigt die Gesundheit. Die Pflege der persönlichen Ressourcen und die Balance von Arbeits- und Privatleben helfen mit, negative Stressfolgen zu verhindern. Der Workshop von Mirjana Canjuga, Fachspezialistin Abteilung Präventionsangebote und Betriebliches Gesundheitswesen bei der Suva Luzern, vermittelt Lösungsansätze, wie die verschiedenen Lebensbereiche besser vereinbart werden können.

Infos und Anmeldung

Die Veranstaltung findet am 14. September von 15.30 bis 18.45 Uhr im Würth Haus Rorschach statt. Eine Anmeldung ist bis zum 31. August unter www.bgm-ostschweiz.ch/anmeldung möglich. Bei der Anmeldung kann angegeben werden, an welchem Workshop man in erster und zweiter Priorität teilnehmen möchte. Die Zuteilung erfolgt nach Eingang der Anmeldungen. Die Teilnahmegebühr beträgt 50 Franken für Mitglieder des Forums und 100 Franken für alle übrigen Teilnehmer.

Die Veranstaltung wird in Partnerschaft mit dem Amt für Wirtschaft und Arbeit des Kantons St.Gallen, der Würth Group und dem Unternehmermagazin LEADER durchgeführt.

Wann starke Botschaften wirken

Eine bewusst gewählte, für die Zielgruppe relevante Botschaft ist Grundvoraussetzung für wirkungsvolle Kommunikation. Doch mit der starken Botschaft alleine ist es nicht getan.

Von Axel Thoma



Eine Botschaft wirkt nur, wenn sie visuell und medial so umgesetzt ist, dass der Empfänger sie so versteht, wie der Absender dies beabsichtigt. Diese «Übersetzungsleistung» (also das Erfassen, Dekodieren und Verarbeiten) findet beim Empfänger statt. Und die visuelle Umsetzung verstärkt diesen Vorgang. Manchmal jedoch wirkt sie kontraproduktiv; neutralisiert die Botschaft also oder kehrt sie gar ins Gegenteil.

Die Bedeutung dieses Kurations- und Visualisierungsprozesses wird oft unterschätzt. Auftraggeber übermitteln ihre Botschaft an eine Werbeagentur und erwarten kreative Inszenierungen, für deren Wirksamkeit dann als Messlatte das eigene Empfinden oder die Meinungen anderer Personen eingeholt werden mit der Frage «Wie sieht das aus, gefällt Dir das?».

Und weil nur eine einzige Umsetzungsidee langweilig erscheint, wird oft gleich eine ganze Reihe an Plakatentwürfen, Anzeigenlayouts oder Spotideen produziert. Doch Studien zeigen, dass Kreativität und Werbedruck eine missverstandene Botschaft nicht retten können. Das Resultat: Optisch zwar ansprechende, von der Wirkung her aber schwache Umsetzungen und damit verschwendete Mediaausgaben. Was tun?

Erstens – testen Sie das Text-/Bildverständnis von Werbemitteln bereits in der Entstehungsphase. Post-Tests der Werbewirkung nach der Media-schaltung bringen die Kampagne nicht weiter. Zweitens – konzentrieren Sie sich vorab auf die einzig zentrale Frage, ob die visualisierte Botschaft auch genauso verstanden wird, wie Sie das beabsichtigen. Ist dies nicht so, dann sind Fragestellungen wie «Finden Sie die Anzeige sympathisch?» oder «Würden Sie dieses Produkt kaufen?» hinfällig. Drittens – führen Sie diese Beurteilung zusammen mit einer Agentur durch. Die weiss, wie Werbung wirkt.

Mehr auf www.ethcom.ch/insights

Axel Thoma ist Leiter Strategie der E,T&H Werbeagentur AG BSW

Zukunft HR – HR der Zukunft – wie wir die Herausforderungen meistern

Neue Lokalität:
Olma Halle 9.1.2

11. Ostschweizer Personaltag
Donnerstag, 25. Juni 2015, 13.30 Uhr

Patronat



Prof. Dr. Daniela
Eberhardt



Marcus Fischer



Marc Stoffel

Hauptsponsor



Die besten Jobs in der Region.



Dr. Iso Camartin



Bascha Mika



Sara Hildebrand
Moderation

Medienpartner

LEADER

Details und Online-Anmeldung
www.personaltag.ch



Karrierechancen und Lebensqualität in der Ostschweiz

Die Karriereveranstaltung ProOst findet am 14. August 2015 bereits zum zweiten Mal statt. Bei der Erstausgabe 2014 informierten sich rund 300 Professionals bei 35 Arbeitgebern über ihre Karrierechancen in der Ostschweiz.

Viele AbsolventInnen von Fachhochschulen und universitären Hochschulen 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 Fach- & Führungskräften eine Übersicht über die attraktiven Stellenangebote bei mehr als 35 multinationalen und regionalen Arbeitgebern in den Kantonen SG, TG, AR und AI geben und die hohe Lebensqualität in dieser Region aufzeigen. Kurzum: Sie erfahren, wo es sich besser leben, wohnen und arbeiten lässt!

Am Vormittag finden Unternehmensbesichtigungen bei Top-Arbeitgebern aus der Ostschweiz statt, am Nachmittag gibt es im Congress Center Einstein in St.Gallen ein spannendes Messe- und Kongressprogramm mit Informationsständen und Persönlichkeiten wie Jeff Saibene und Marcel Hug. Im Anschluss bietet sich die Gelegenheit, mit Bekannten das St.Gallerfest zu besuchen.

Anmeldung

Lassen auch Sie sich von der Ostschweiz überzeugen – und melden Sie sich noch heute für die Veranstaltung ProOst 2015 an: www.proost.ch

ProOst 2015

Congress Center Einstein, St. Gallen · 14. August 2015



Teilnehmende Unternehmen 2015



Hauptsponsor:

helbling

Co-Sponsoren:

HUBER-SUNNER

Kooperationspartner:

BOA lingua

electro

ostschweiz

SWISS ENGINEERING

Medienpartner:

Handelszeitung

LEADER

Neue Zürcher Zeitung

XING

together

Veranstalter:

→ Jetzt kostenlos registrieren: www.proost.ch

Fair in Mode

Zusammen mit ihrem Mann Stefan leitete Sina Trinkwalder (*1978) 13 Jahre lang eine Werbeagentur, bis es bei ihr «Klick» gemacht hat. Sie wollte inskünftig nicht mehr Dinge, sondern den Menschen in den Mittelpunkt ihrer Tätigkeit stellen und gründete die ökosoziale, hierarchielose Textilfirma manomama, in der sie auf dem Arbeitsmarkt benachteiligte Menschen beschäftigt. Für ihr Engagement wurde Trinkwalder mehrfach ausgezeichnet und hatte unter anderem Auftritte in den Talkshows von Anne Will und Günter Jauch. Am diesjährigen Networking-Tag vom 4. September in St.Gallen spricht sie über Werte und Führung.

Text: Eva Hediger **Bild:** zVg.

21 Jahre jung war Sina Trinkwalder, geborene Riefle, als sie mit ihrem Mann eine erfolgreiche Werbeagentur gründete. Mit Mitte 30 und nach der Geburt des Sohnes merkte die Deutsche: So will sie weder weiterarbeiten noch -leben. «Mir fehlte der Sinn in meiner Arbeit – für die Gesellschaft war meine Tätigkeit überhaupt nicht relevant», erklärt Trinkwalder. Stefan Trinkwalder übernahm die Agentur und Kinderbetreuung, Sina gründete 2010 die Textilfirma manomama. Ohne Businessplan, dafür mit einer klaren Idee: «Im Zentrum sollten die Werte stehen, die mein gesamtes Leben bestimmen: Ehrlichkeit, Verlässlichkeit und Gerechtigkeit.» Heute stellt Trinkwalder Leute ein, die sonst kaum mehr eine Chance haben: Langzeitarbeitslose, Aussortierte, Migranten. «Die einzigartige und beispiellose Ent-

wicklung von manomama beweist, dass Menschsein Qualifikation um Längen schlägt», ist Sina Trinkwalder überzeugt. Ebenfalls einzigartig und beispiellos: Im Unternehmen gibt es keine Hierarchie. Wichtige Entscheidungen werden von den Menschen getroffen, die den Bereich verantworten. «Diese Hierarchielosigkeit bedeutet, dass jeder für sein Handeln verantwortlich ist und wir letztlich gemeinschaftlich für unser Handeln verantwortlich sind.»

Kein Kredit

Für ihr soziales und ökologisches Engagement wurde Sina Trinkwalder bereits 2011 von der deutschen Bundesregierung als «Social Entrepreneur der Nachhaltigkeit» ausgezeichnet. Weitere wichtige Preise folgten. Trotzdem kämpfte die Jungunternehmerin



*Sina Trinkwalder:
Investierte ihr komplettes
Privatvermögen in die
Firma.*

mit Startschwierigkeiten: Zwar schien die Idee vielen zu gefallen, doch das Geschäft barg zu viel Risiko. Das Resultat? Die Banken gaben manomama keinen Kredit. Und für das Wirtschaftsministerium erwirtschaftete das Unternehmen zu wenig, um staatlich gefördert zu werden. Letztlich investierte Trinkwalder ihr komplettes Privatvermögen in die Firma und fand über das Internet Paten für Nähmaschinen. 87 solcher Maschinen konnte sie sich so leisten, die Produktion konnte beginnen.

Der Gewinn von manomama wird in neue Arbeitsplätze investiert.

Adaptierbares Modell

Heute ist manomama das einzige Social Business in der Textilbranche in Deutschland. Rund 150 Näherinnen produzieren in der Fabrik in Augsburg ökologisch einwandfreie, lokale Textilien unter fairen und transparenten Bedingungen. Erhältlich sind die Kleidungsstücke ausschliesslich über den Onlineversand – so spart Sina Trinkwalder Ausgaben für Werbung und Einzelhandel. Der Gewinn von manomama wird in neue Arbeitsplätze investiert. Mindestens zehn Euro pro Stunde kriegen die Angestellten sowie einen unbefristeten Vertrag bis zur Rente. Falls sie mehr als ihr Mindestsoll erreichen, gibt es einen Bonus. Lässt sich dieses einmalige Modell auf sämtliche Unternehmen adaptieren? Trinkwalders knappe und überzeugte Antwort: «Ja.»

Networking-Tag 2015

Der diesjährige Anlass behandelt das Motto «Werte? Mir doch egal ...». Zum Thema werden sich sieben Top-Referenten äussern: Jakob Kellenberger, langjähriger IKRK-Präsident und Spitzendiplomat, spricht über «Werte und Demokratien». Die ökonomische Sichtweise bringt Forscher Mathias Binswanger ein. Den Aspekt der Jugend beleuchtet Autor und Kabarettist Bänz Friedli. Ihre Gedanken zu «Werte und Führung» teilen FCSG-Präsident Dölf Früh, Sozialunternehmerin Sina Trinkwalder und Brigadier René Wellinger mit. Jeroen van Rooijen schliesslich wird sich dem Lifestyle-Bereich annehmen und zudem an der Networking-Party dem Publikum in einer Eins-zu-eins-Beratung die Wirkung des eigenen Auftritts zeigen. Der Anlass wird moderiert von SRF-Redaktorin Sonja Hasler.

Beginn ist am 4. September um 13 Uhr in der Olma-Halle 2.1 in St.Gallen. Der offizielle Teil endet um etwa 18 Uhr mit dem Schlusswort von Sigmar Willi, Leiter FHS Alumni. Der LEADER ist Medienpartner des Networking-Tages. Weitere Infos und Anmeldung unter www.networkingtag.ch.

Zweifache Unternehmensführung

Im 21. Jahrhundert gelten neue Realitäten. Der rational geprägte «Homo oeconomicus»-Ansatz bewährt sich nicht mehr. Vorbei ist die Periode der rein rational geprägten, faktenorientierten Unternehmensführung.



Von Leonhard Fopp

Von Firmen werden immer mehr eine echte Authentizität und eine entsprechende Legitimation verlangt. Um den Zeitgeist besser zu entsprechen, wird ein Paradigmenwechsel hin zur zweifachen Unternehmensführung unumgänglich: Neben der rationalen brauchen wir eine starke emotionale Führung.

Ab jetzt gilt es, die «Unternehmens-DNA» zu pflegen und in der Kommunikation mit Symbolen zu überzeugen. Benötigt wird neu ein Management, das sich auf das Essentielle im Unternehmen zurückbesinnt. Intuition und Emotionen bekommen Relevanz. Sie sind das Salz in der Suppe. Gefragt ist eine Erweiterung des Managementstils um eine kreativ-innovative-emotionale Dimension. Deshalb der Begriff von der «zweifachen Unternehmensführung».

Firmen sollten vorleben, wie der Erfolg durch einen Fokus auf eine eigenständige DNA und die zugehörige Corporate Identity bzw. den unternehmerischen Spirit möglich ist. Das Leben mit gezeigten Gefühlen darf nicht die Ausnahme sein. Mehr spüren und mehr erleben, dies thematisieren und mitteilen, ist die Maxime. Der Managementstil des 21. Jahrhunderts soll die emotionale Intelligenz der Firmen stimulieren, um mit mehr Innovation am Markt zu punkten und den Wettbewerb zu überrunden.

Eine Firma kann im globalen Wettbewerb nur unternehmerische Spitzenleistungen erbringen, wenn sie ihre Eigenständigkeit maximiert sowie sich authentisch und einzigartig im Markt positioniert. Dies bedingt oft eine neue Business-Logik, die in der Strategie der Unternehmung festzuhalten und zu leben ist. Die Auswirkungen auf die im Rahmen des Strategie-Quartetts der Continuum AG ebenfalls zu fokussierenden Situationen des Patrons, der Familie und der Vermögensteile müssen in der Neuausrichtung zwingend mitberücksichtigt werden.

Diese unternehmerischen Stossrichtungen können dann allenfalls auch den Verkauf von Immobilien oder Unternehmensteilen beinhalten – ebenso wie die Übernahme einer anderen Firma oder allenfalls auch eine zukunftsorientierte «Schlankheitskur».

Dr. Leonhard Fopp ist Verwaltungsratspräsident der Continuum AG, St. Gallen

Erfrischend konservativ

Die BTV VIER LÄNDER BANK lebt das Bankgeschäft so, wie es erfunden wurde: Sie fühlt sich der Realwirtschaft verpflichtet. Gelder wertheorientiert anzulegen und in profitable Unternehmen und Projekte zu investieren, ist ihre Aufgabe. «Wer tagtäglich eng mit erfolgreichen Unternehmern zusammenarbeitet, entwickelt auch ein gutes Gespür für die Geldanlage», begründen Martin Anker und Markus Scherer, Leiter der BTV in der Schweiz, den Erfolg der Bank auch in der Vermögensverwaltung.

Herr Scherer, die Finanzmärkte wurden mit Ausbruch der Finanz- und Weltwirtschaftskrise im Jahr 2008 zunehmend unberechenbar. Warum gelingt es der BTV, konsequent auf die richtige Karte zu setzen?

Scherer: Wir haben jahrzehntelange Erfahrung im klassischen Finanzgeschäft und betreuen Mittelstandsbetriebe und anspruchsvolle Privatkunden sehr aktiv. Daher erkennen wir Umschwünge rasch und handeln sofort. Diese Wachsamkeit hat uns in unserer 111-jährigen Geschichte immer geholfen. Auch in den vergangenen herausfordernden Jahren gelang es uns so, für unsere Kunden profitable Investitionsentscheidungen zu treffen.

Was heisst «profitabel» für eine konservative Kundenbank wie die BTV?

Scherer: Unser stark nachgefragtes BTV Vermögensmanagement Strategie Trend auf Dachfondsbasis weist seit Beginn im Jahr 2007 eine durchschnittliche Rendite von 6,06 Prozent jährlich auf. Zum Vergleich: Der Weltaktienindex lag im gleichen Zeitraum bei 4,30 Prozent jährlich, der

3-Monats CHF-Libor bei 0,47 Prozent (jeweils zum 08.06.2015, siehe Grafik).

Anker: Diese Rendite gepaart mit unserer auf Langfristigkeit und Bodenständigkeit basierenden Anlagestrategie hat uns einen grossen Zulauf beschert. So durften wir uns im vergangenen Jahr über 28 Prozent mehr an verwaltetem Volumen im BTV Vermögensmanagement Strategie und BTV Vermögensmanagement Premium im Vergleich zu 2013 freuen. Und auch dieses Jahr entwickelt sich vielversprechend...

Reicht es Vermögensverwaltern, Märkte genau zu beobachten?

Anker: Nein, uns nicht. Wir verfolgen eine konservative Veranlagungspolitik, von Spekulationen oder kurzlebigen Moden halten wir uns fern. Ein weiterer Aspekt kommt uns bzw. unseren Kunden sehr zugute: Als Kundenbank wissen wir, dass nicht nur Charts und Ratings zählen, sondern auch weiche Faktoren: Wie wird das Unternehmen geführt? Wie innovationsfähig ist der Betrieb, in den ich investiere? Schliesslich sind Anleihen und Aktien nichts an-

Die Finanzwelt wäre eine andere, würden Banken ihr Geschäft so leben, wie es erfunden wurde: dem Dienst am Kunden verpflichtet.



Wer eng in die Realwirtschaft eingebunden ist, hat auch ein gutes Gespür für die Geldanlage, sind Martin Anker und Markus Scherer (v.l.n.r.), Leiter der BTV in der Schweiz, überzeugt.



BTV VIER LÄNDER BANK

Kontakt

BTV Staad am Bodensee
Hauptstrasse 19, 9422 Staad
Tel. +41 (0)71 85 810 50
E-Mail: btv.staad@btv-bank.ch
www.btv-bank.ch

deres als eine Investition in ein Unternehmen. Und das sollten Sie demnach gut kennen. Die Mitarbeiter der BTV betreuen über Jahrzehnte tausende Unternehmenskunden und kennen Markt- und Branchenentwicklungen sehr gut. Das hilft uns bei Anlageentscheidungen. Denn wer die Realwirtschaft genau beobachtet, hat auch einen guten Riecher in der Geldanlage.

– Österreichischer Dachfonds Awards 2014 («GELD»-Magazin): 1. Platz, Aktiendachfonds dynamisch (3- und 5-Jahreswertung), 3 Banken Strategie Wachstum*

*Den Prospekt sowie das Kundeninformationsdokument («Wesentliche Anlegerinformationen») in deutscher Sprache erhalten Sie unter www.3bg.at oder bei der BTV, Hauptstrasse 19, 9422 Staad.



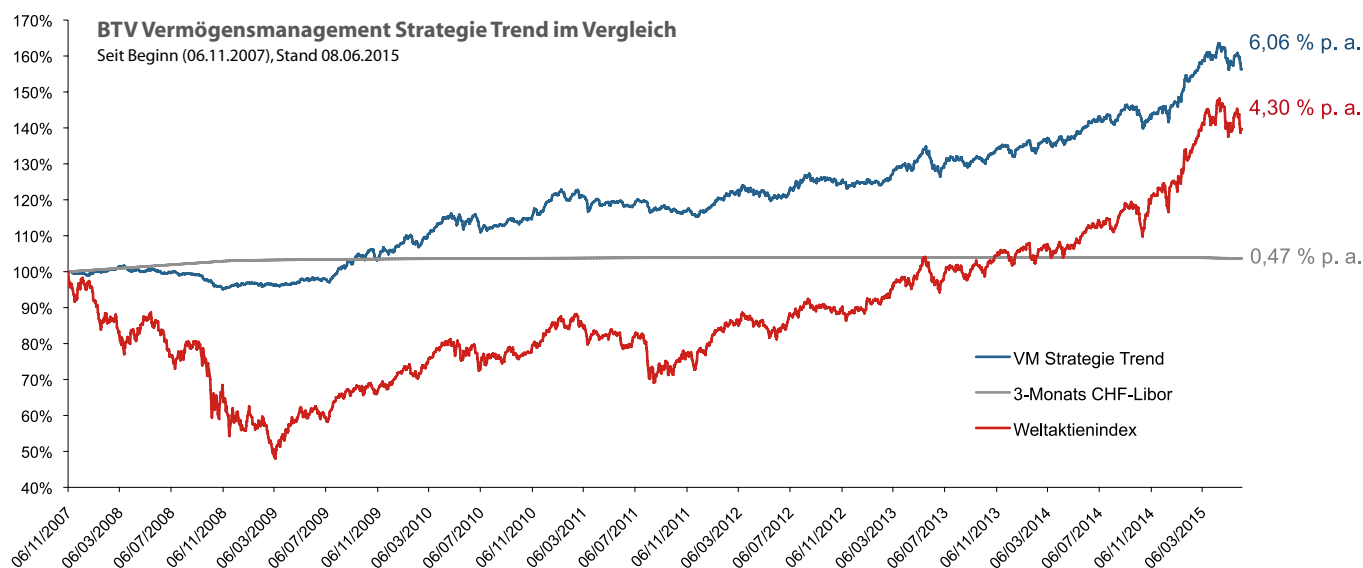
Auszeichnungen BTV Vermögensmanagement

Die BTV zählt zu den Top-Vermögensverwaltern im deutschsprachigen Raum, wie zahlreiche internationale Auszeichnungen belegen. Auch im Jahr 2014 überzeugten das BTV Vermögensmanagement und die 3 Banken KAG in folgenden internationalen Rankings:

– firstfive 2014: über 12 und 60 Monate unter den Top 5 Vermögensverwaltern in der Risikoklasse «ausgewogen» (Sharpe-Ratio)

Hinweis: Aus Auszeichnungen und Erfolgen in der Vergangenheit kann nicht auf zukünftige Erfolge oder Wertentwicklungen geschlossen werden.

Mehr Infos zu den Auszeichnungen erhalten Sie unter: www.btv-bank.ch/auszeichnungen. Diese Mitteilung ist keine individuelle Anlageempfehlung, kein Angebot zur Zeichnung bzw. zum Kauf oder Verkauf von Finanzinstrumenten.



Datenquelle BTV VM Strategie Trend: eigene Berechnung. Datenquelle 3-Monats CHF-Libor und Weltaktienindex: Bloomberg. Allein verbindliche Grundlage für den Kauf von Investmentfondsanteilen sind der jeweilige Verkaufsprospekt sowie das KID (wesentliche Anlegerinformation) jeweils in deutscher Sprache, welche Sie bei der BTV, Hauptstrasse 19, 9422 Staad, erhalten. Wertentwicklungen der Vergangenheit bieten keine Gewähr für künftige Ereignisse oder Wertentwicklungen. Die angeführten Wertentwicklungen sind Brutto vor Steuern und verringern sich um die All-in-Fee in Höhe von 1,25 % p.a. Informationen zur steuerlichen Behandlung eines Finanzinstrumentes sind von den persönlichen Verhältnissen des jeweiligen Kunden abhängig und können zukünftigen Änderungen unterworfen sein.

«Amtszeitbeschränkungen machen Sinn»

Wo spielt der Wettbewerb der Standorte? Inwiefern wird das Marketing allenfalls überschätzt? Und in welchen Punkten sind durchaus Gemeinsamkeiten zwischen Gemeinden und Unternehmen feststellbar? Im Gespräch mit Dr. Roger W. Sonderegger, Projektleiter und Dozent am Institut für Systemisches Management und Public Governance (IMP-HSG) der Universität St. Gallen.

Interview: Marcel Baumgartner **Bild:** Gian Kaufmann

Roger Sonderegger, Städte und Gemeinden funktionieren heute mehr denn je wie Unternehmen. Dennoch haftet den Strukturen und Abläufen mitunter eine gewisse Trägheit an. Wie gut sind unsere Verwaltungen in Schuss?

Die Arbeit der Verwaltungen wird durch die Mitarbeitenden geprägt. Da kann festgestellt werden, dass die Ausbildung heute so gut ist wie noch nie. Aus dieser Sicht sind die Verwaltungen in der Lage, die Aufgaben effektiv zu erfüllen. Wegen des fehlenden Wettbewerbsdrucks besteht da und dort jedoch Potenzial zur Verbesserung von Effizienz und Kundenorientierung.

«Es besteht eine gewisse Tendenz, die Wirkung von Gemeindemarketing zu überschätzen.»

Ist es denn tatsächlich so, dass das Führen einer Stadt oder einer Gemeinde heute eine grössere Herausforderung darstellt als früher?

Die Herausforderungen haben zugenommen. Unsere Erkenntnisse zeigen, dass dies mit der höheren Dynamik der Entwicklung der Rahmenbedingungen seitens Bund und Kantone zusammenhängt. Im Weiteren stellen die Einwohnerinnen und Einwohner auch höhere Anforderungen, indem Entscheide von Behörden und Verwaltungen kritisch geprüft, hinterfragt und mit Rekursen bekämpft werden.

Das Volk entscheidet mit. Und innerhalb der Bevölkerung bestehen unterschiedliche Interessen. Kann also nur mit populären Vorstössen ein Vorwärtsskommen einer Gemeinde gesichert werden?

Unser Staatssystem basiert darauf, dass für Entscheidungen eine Mehrheit notwendig ist. Dieses Regulatorisch sorgt dafür, dass im Normalfall nur dann eine Unterstützung für ein Vorhaben erzielt wird, wenn

eine Mehrheit von einer Änderung profitiert. In kleineren Gemeinden ist noch das Phänomen mit zu berücksichtigen, dass sich die Einwohnerinnen und Einwohner persönlich kennen und damit noch besser abschätzen können, was in der eigenen Gemeinde entwickelt werden kann und soll.

Nicht selten wirkt ein Gemeindeoberhaupt über mehrere Jahre, ja gar Jahrzehnte. Ein Vorteil – oder schmälert es den Einfluss von neuen Impulsen?

Die Dynamik eines Gemeindepräsidiums hängt mehr vom Charakter der gewählten Person ab. Versteht sie sich als Element zur Entwicklung der eigenen Gemeinde, wird sie mit Sicherheit mehr Impulse von sich aus einbringen, auch wenn sie länger im Amt ist. Die Führung einer Gemeinde ist anforderungsreich und verlangt einen grossen Energieeinsatz. Aus dieser Sicht macht eine Amtszeitbeschränkung, wie sie einige Kantone kennen, durchaus Sinn. Nach drei Legislaturperioden – also zwölf Jahren – kann ein Wechsel im Präsidium mit Sicherheit frischen Wind in die Gemeindeführung bringen.

Ein CEO möchte in der Regel Wachstum erzielen, Arbeitsplätze schaffen und Gewinne erwirtschaften. Wo liegen die Interessen einer Gemeindeführung?

Die Gemeindeführung bemisst sich daran, dass die Entscheide den gesetzlichen Anforderungen genügen, angemessen sind und auch der Entwicklung der Gemeinde dienen. Da die finanziellen Ressourcen in den meisten Gemeinden beschränkt sind, müssen Entscheidungen auch einen entsprechenden Nutzen stiften. Es besteht hingegen Übereinstimmung zwischen Unternehmen und Gemeinden, wenn es darum geht, Kundenzufriedenheit mit den erbrachten Produkten und Dienstleistungen zu erzielen.



Roger W. Sonderegger:

«Bei verschiedenen Anforderungen ist der Spielraum der Gemeinden kleiner geworden.»

Die aktuelle Debatte um die Zuweisung von Asylsuchenden zeigt: So autonom sind Gemeinden heute nicht mehr. Wie hat sich in den vergangenen Jahren das Zusammenspiel mit Bern verändert?

Es gibt noch andere Themen, die in diesem Kontext genannt werden können, wie zum Beispiel die Vorgaben zur Raumplanung und deren Umsetzung. Bei verschiedenen Anforderungen ist der Spielraum der Gemeinden kleiner geworden. Dieses grundsätzliche Phänomen löst aber noch nicht einen Widerstand aus, sondern vielmehr, wenn Gemeinden letztlich vor vollendete Tatsachen gestellt werden, ohne dass sie im Prozess einen Beitrag haben leisten können.

Verändert hat sich auch der Marketingbereich: Gemeinden und Städte verkaufen sich heute besser als früher. Wie wichtig ist der gegenseitige Wettbewerb?

Es ist richtig, dass sich seit einigen Jahren mehr Gemeinden mit einem gezielten Marketingauftritt engagieren. Dabei besteht auch wegen der unterschiedlichen Steuerfüsse ein bestimmtes Mass an Wettbewerb zwischen den Gemeinden. Analysen zeigen, dass aber Wohnortsentscheidungen für Familien letztlich emotional unter Einbezug von Kriterien wie Wohnsituation, Image der Schule oder Arbeitsweg getroffen werden. Aus dieser Sicht besteht eine gewisse Tendenz, die Wirkung von Gemeindemarketing zu überschätzen.

«Zu beachten ist das Phänomen, dass Menschen die Anonymität eines grösseren Zentrums suchen, weil sie dort beispielsweise als Sozialhilfebezüger nicht auffallen.»

Auch hier spielt doch aber das Kapital eine gewichtige Rolle: Wer mehr Mittel zur Verfügung hat, kann sich besser positionieren. Für welche Grösse von Strukturen spricht das?

Die bereits angesprochenen gestiegenen Anforderungen führen dazu, dass insbesondere kleinere Gemeinden mit kleinen Verwaltungen besonders gefordert sind. Denn die Anforderungen führen zu einer Spezialisierung, welche dazu führt, dass eine Person nicht (mehr) mehrere Ämter führen kann. Dieser Effekt kann mit einer Vergrösserung der Struktur – also einer Zusammenlegung – kompensiert werden. Ein weiteres Phänomen liegt darin, dass kleinere und mittlere Gemeinden auf der Behördenebene ehrenamtlich geführt werden. Es kann beobachtet werden, dass gesellschaftliche Änderungen und auch der gestiegene Druck in der Arbeitswelt dazu führen, dass es immer schwieriger wird, alle Ämter überhaupt besetzen zu können. Diese beiden Aspekte werden in den kommenden Jahren Ausgangslage für eine weitere Strukturbereinigung sein.

Ein Graben klappt auch zwischen Städten oder Gemeinden mit Zentrumsfunktionen und sogenann-

ten «Schlafgemeinden». Wieso – um auch den philosophischen Aspekt etwas miteinzubeziehen – funktioniert der Ausgleich zwischen Rosinenpickern und Lastenträgern? Oder tut er das eben nicht?

Diese Frage lässt sich in einem Interview wegen der Vielschichtigkeit nicht abschliessend beantworten. Dennoch will ich versuchen, in Kürze einige relevante Kriterien aufzuführen, die eine Rolle spielen: Ein Zentrum, in der Regel eine Stadt, versteht sich als «Vollanbieter», der es gewohnt ist, alle Bedürfnisse abzudecken. Traditionell wohnen dort Menschen, die sich in diesem Umfeld wohlfühlen. Zu beachten ist zudem das Phänomen, dass Menschen die Anonymität eines grösseren Zentrums suchen, weil sie dort beispielsweise als Sozialhilfebezüger nicht auffallen. Da eben nicht alle Menschen die Betriebsamkeit einer Stadt suchen, gibt es «Gemeinden im Grünen», welche wegen des Steuerfusses, der Ruhe, der Nähe zur Natur oder der übersichtlichen Strukturen ausgesucht werden.

Mit welchen Herausforderungen müssen sich die Gemeinden in naher Zukunft auseinandersetzen?

Die dargelegten steigenden Anforderungen gehen mit einer weiteren Professionalisierung und Standardisierung einher. Dies führt regelmässig zu einer Ausweitung von Stellenplänen, was gleichzeitig die Kosten in die Höhe treibt. Zudem führen «Entlastungspakete» bei Kantonen, bei denen Aufgaben den Gemeinden übertragen werden, ebenso zu Kostensteigerungen. Treffen diese Entwicklungen auf eine konjunkturelle Schwäche, die sich mit sinkenden Steuererträgen auswirkt, so geraten Budgets unter stärkeren Druck – und die Tendenz zu negativen Abschlüssen nimmt zu. Will nun eine Gemeinde wegen der gestiegenen Kosten und der gesunkenen Steuererträge nicht einfach den Steuerfuss anheben, wird sie sich über ihre Aufgaben- und Kostenstruktur Gedanken machen müssen.

Wo möchte Ihr Institut heute wie auch morgen Hilfestellung bieten?

Traditionell besteht unsere Aufgabe darin, die laufend gewonnenen Erkenntnisse aus Lehre und Forschung dem Druck der Praxis auszusetzen und sie dort weiter zu entwickeln. Unser Institut ist seit vielen Jahren in zahlreichen Themen spezialisiert und leistet Unterstützung nicht nur in den Verwaltungen, sondern auch in öffentlichen Unternehmen (Gesundheitswesen, Ver- und Entsorgung). Daneben ist die Entwicklung von Regionen und Tourismusdestinationen eine Aufgabe, welche unsere Spezialisten mit grossem Erfolg erfüllen. Im Weiteren liegt eine wichtige Aufgabe darin, Behördenmitglieder und Mitarbeitende aus den Verwaltungen zielorientiert in der Aus- und Weiterbildung für ihren Job zu befähigen. Auch haben wir ein Aus- und Weiterbildungspotenzial bei den Parlamenten lokalisiert, deren Mitglieder sich bisher eher weniger mit der eigenen Aus- und Weiterbildung beschäftigen.

«Stadt und Verwaltung sind kein Selbstzweck»

Ein Unternehmen produziert oder vertreibt etwas. Da liegt der Gedanke an eine Gemeinde nicht sehr nahe, schliesslich monieren Kritiker (bissig oder mit einem Augenzwinkern), dass die öffentliche Hand ja nur Steuerrechnungen hervorbringe ... Und doch ist eine Gemeinde durchaus mit einem Unternehmen vergleichbar – schliesslich «produziert» eine Verwaltung vielfältige Dienstleistungen.

Text: Susanne Hartmann, Stadtpräsidentin von Wil **Bild:** zVg.



Susanne Hartmann, Stadtpräsidentin Wil: «Auch eine Gemeinde kann und muss unternehmerisch geführt werden.»

In der Stadt Wil leben rund 23 560 Einwohnerinnen und Einwohner. Jede und jeder bringt individuelle Hintergründe, aber auch unterschiedliche Ziele, Wünsche und Vorstellungen mit und hat daher auch andere Ansprüche und Erwartungen an die Stadt und ihre Verwaltung. Das Gleiche gilt für die 730 Firmen und die 300 Vereine, Verbände, Organisationen oder Parteien in Wil – wirtschaftliche, gesellschaftliche und politische Akteure, die als Kundinnen und Kunden mit passenden Dienstleistungen zu beliefern sind.

«Steuern zum halben Preis»

Es gilt also, unterschiedlichste Ansprüche zu befriedigen – die Stadt Wil ist ein veritabler «Gemischtwarenladen» mit einem breiten Sortiment vom Einwohner- bis zum Steueramt, von den Technischen Betrieben bis zum Schulsekretariat. So vielfältig Ämter und Abteilungen sind, eines ist ihnen gemein: Sie alle erbringen Dienstleistungen – im wahrsten Sinne des Wortes. Sie leisten viel und stellen sich in den Dienst der Bürger, hiesiger Organisationen oder übergeordneter Stellen wie etwa Kanton oder Bunde.

Dass eine Gemeinde für Produkte oder Dienstleistungen keine Werbung im eigentlichen Sinne betreibt, liegt auf der Hand – oder haben Sie schon einmal einen Flyer gesehen, der «Steuern zum halben Preis» verspricht oder eine Aktion bei den Baubewilligungsgebühren anpreist? Eben – und doch ist wirtschaftliches und unternehmerisches Denken durchaus auch auf der Verwaltung angebracht: Es gilt, mit finanziellen und personellen Ressourcen so effizient und effektiv wie möglich zu agieren und Einwohnern sowie politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Akteuren ein Optimum an Leistungen anzubieten – mit einem hohen Leistungs- und Dienstleistungsbewusstsein aller städtischen Mitarbeitenden. Stadt und Verwaltung sind kein Selbstzweck – sie

erfüllen wichtige Aufgaben, und diese wollen und müssen wir ernst nehmen.

Auf Effizienz ausgerichtet

Ernst nehmen heisst auch, die Wirkung des eigenen Handelns im Auge zu behalten und mit geeigneten Mitteln zu messen. Klassische unternehmerische Kennziffern wie Absatz, Umsatz oder Marktanteil greifen nicht – wohl aber Werkzeuge aus dem Bereich des CRM, des Customer Relationship Managements: Zu- und Wegzüge von Einwohnern oder von Unternehmen können anzeigen, ob die Beziehungspflege zum Kunden, sprich zum Bürger stimmt oder nicht, und ob die von der Stadt angebotenen und erbrachten Leistungen den Bedürfnissen entsprechen. Erhoben werden solche Werte über Befragungen, wie sie im Marketing gang und gäbe sind. Dass gute Befragungsergebnisse bestärken, versteht sich – und ebenso, dass negative Ergebnisse Konsequenzen nach sich ziehen, betreffend Dienstleistungspalette, Qualität oder Mitarbeitenden.

Ich bin überzeugt: Auch eine Gemeinde kann und muss unternehmerisch geführt werden. Auf Effizienz und Effektivität ausgerichtet, mit hoher Leistungs- und vor allem hoher Dienstleistungsbereitschaft, nahe an Kundinnen und Kunden und ihren Bedürfnissen, mit wachem Auge für die Entwicklung von Markt und (Standort-)Wettbewerb, mit der Bereitschaft, an der Angebotspalette, sprich an den Dienstleistungen der Verwaltung oder der öffentlichen Infrastruktur der Stadt zu arbeiten – es gibt viele Facetten unternehmerischen Handelns, die auch einer Verwaltung gut anstehen. Die Stadt Wil hat sich diesen Zielen verschrieben – vieles ist bereits gelebter Verwaltungsalltag, manches ist initiiert oder auf Kurs gebracht, ganz im Sinne des deutschen Fussballspielers und -trainers Dettmar Cramer: «Solange besser möglich ist, ist gut nicht gut genug.»

Stadt St.Gallen: Wirtschaft und Leben – mittendrin

Die hohe Dichte von Bildung und Forschung, der optimale Mix etablierter wie aufstrebender Unternehmen mit hochqualifizierten Arbeitskräften, die hervorragende Verkehrsanbindung und Nähe zu Zürich und den Nachbarländern, vergleichsweise günstiger und verfügbarer Wohn- und Gewerberaum, eine aussergewöhnliche kulturelle Vielfalt und die privilegierte Lage zwischen den Naherholungsgebieten Alpstein und Bodensee zeichnen die Kantonshauptstadt als Wirtschafts- und Lebensraum aus.

*Sicht über St.Gallen
bis zum Bodensee vom
Dreilindenweg, dem
Lieblingsplatz von
Daniel Lopar, Torwart
beim FC St.Gallen.*

In unserer immer hektischer werdenden Welt können sich Standorte mit einem optimalen Verhältnis von Lebensqualität und professionellem Unternehmertum ganz besonders profilieren, was insbesondere für gut vernetzte Regionen ausserhalb der grossen Businesszentren zutrifft. St.Gallen gehört mit einer Wohnbevölkerung von 80 000 Personen und den knapp über 76 000 Arbeitsplätzen zu diesen bevorzugten Standorten. In der zukunftssträchtigen IKT-Branche weist die Region mit über 15 000 Arbeitsplätzen verteilt auf rund 400 Firmen bereits heute eine der höchsten Dichten der ganzen Schweiz auf. Der Wirtschaftsraum St.Gallen bietet sodann ein einmaliges Kosten-Nutzen-Verhältnis, welches ihn zu einer attraktiven Region im Herzen Europas macht.

Herausragend ist die etablierte, anwendungsorientierte und innovationsfördernde Zusammenarbeit der Bildungs- und Forschungsinstitutionen mit der Wirtschaft. Nicht nur die weltweit anerkannte Universität St.Gallen, auch die Fachhochschulen bündeln ihre Kompetenzen mit der Empa und der Wirtschaft. Mit STARTFELD ist ausserdem für Neugründungen ein leistungsstarkes Instrument geschaffen worden, um förderwürdige Ideen von Beginn weg zu unterstützen und zu vernetzen. Die jüngste Initiative im Rahmen von STARTFELD heisst Feld3, das neue Technologie- und Innovationszentrum in St.Gallen [siehe Artikel rechts], welches Ende 2015 eröffnet wird.



Die Stadt St.Gallen in Zahlen

Wohnbevölkerung: 80 000
Grösse: 8. Rang in der Schweiz
Fläche: 39.4 km²
Unternehmen: 6800
Arbeitsplätze: 76 000
Effektive Steuerlast Unternehmen: 14 %
Durchschnittliche Anzahl Arbeitsplätze aus Neugründungen pro Jahr: 280
Treppenstufen: 13 000
Züge, die den St.Galler Bahnhof täglich verlassen: ca. 430
Lieblingsplätze: unzählbar

Standortförderung Stadt St.Gallen

Rathaus, 9001 St.Gallen
T +41 71 224 47 47
standortfoerderung@stadt.sg.ch
www.standort.stadt.sg.ch

Feld3 – das Technologie- und Innovationszentrum

Was bietet Feld3? Zum Beispiel Tür an Tür mit einem Mikrobiologen, einer Doktorandin der Wirtschaftswissenschaften, einem Ingenieur, einem Softwarearchitekt und einer Grafik- und Produktdesignerin arbeiten. Auf Wunsch öffnen sich diese Türen und der so ermöglichte Austausch kann zu einer spontanen Geschäftsidee, einer Produktentwicklung oder einer wichtigen Erkenntnis für die Forschung führen.



Das Tagblatt-Areal ist der Lieblingsplatz von Peter Frischknecht, Geschäftsführer Verein STARTFELD.

Direkt neben der Empa in St.Gallen entsteht Feld3, das neue Technologie- und Innovationszentrum. Ein prädestinierter Ort für Start-ups, Unternehmen, Forschungs- und Förderinstitutionen um Innovationen zu realisieren. Ein Ort, der Köpfe aus unterschiedlichen Bereichen und Branchen zusammenführt um gemeinsam neue Entwicklungen anzugehen. Feld3 bietet Gelegenheit, sich direkt und persönlich auszutauschen mit Fachleuten aus der Wirtschaft, mit Forscherinnen und Forschern der Empa, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern der Hochschulen und mit weiteren kreativen Geistern. Im FabLab nehmen neue Produktideen innerhalb kürzester Zeit Gestalt an und werden mit dem Ansatz «Learning-by-doing» frühzeitig an den Markt gebracht und getestet.

STARTFELD erweitert mit Feld3 sein Angebot um einen weiteren Pfeiler: Neben der phasenübergreifenden Unterstützung für Start-ups durch Beratung & Coaching sowie Finanzierung erweitert das Zentrum Feld3 die Angebotspalette durch die Pfeiler «Raum» und «Transfer-Projekte mit etablierten Unterneh-

men». Feld3 bietet geeignete Infrastruktur in Form von Büros, Labors, temporären Arbeitsplätzen sowie Raum für Veranstaltungen und Sitzungen, kurz: STARTFELD bietet dank Feld3 an der Lerchenfeldstrasse eine kreative und innovative Begegnungszone und produktive Arbeitsumgebung.

Die Eröffnung ist im vierten Quartal 2015 geplant, vorerst mit 1000 m² Fläche. Die Nutzfläche wird in den folgenden Jahren schrittweise vergrössert. Die Stadt St.Gallen unterstützt die Realisierung von Feld3 mit finanziellen und personellen Ressourcen. Durch das neue Technologie- und Innovationszentrum wird St.Gallen als zukunftsgerichteter Wirtschaftsstandort noch attraktiver und nachhaltiger.

Feld3 Blog

Über alle Fortschritte informiert STARTFELD im Blog auf der Webseite www.startfeld.ch. Nehmen Sie an der baulichen Entwicklung teil, begleiten Sie den Aufbau und bleiben Sie neugierig.

«Die Gemeindegrenzen verschwimmen immer mehr»

Die Gemeinden haben heute sehr vielfältige und auch komplexe Aufgaben zu erfüllen. Unterstützung erhalten sie unter anderem vom Amt für Gemeinden, das auch Anlaufstelle ist, wenn es um Fusionsprojekte geht. Im Gespräch mit Bruno Schaible, Gemeindereformer, Amt für Gemeinden des Kantons St.Gallen.

Interview: Marcel Baumgartner **Bild:** Stéphanie Engeler

Bruno Schaible, kreisen wir das Feld zu Beginn etwas ein: Gemeinden werden einerseits von Bern aus «gesteuert». Dann gibt es mit dem Amt für Gemeinden noch eine kantonale Aufsicht. Es entsteht auf den ersten Blick das Bild, dass Gemeinden überhaupt nicht mehr selbstständig agieren können...

Dieser Eindruck täuscht. Nach Kantonsverfassung sind die Gemeinden in ihrem Handeln völlig autonom, soweit das Gesetz ihre Entscheidungsfreiheit nicht einschränkt. Der Kanton beachtet in seinem Handeln mögliche Auswirkungen auf die Gemeinden. Unsere Gemeindeaufsicht beschränkt sich im Wesentlichen darauf, zu prüfen, ob die Behördentätigkeit und das finanzielle Handeln der Gemeinden auf der Grundlage und in Anwendung der entsprechenden Gesetze basieren.

«Die Umgestaltung der Strukturen ist nicht nur ein Wunsch des Kantons, sondern auch eine Notwendigkeit aus Sicht vieler Gemeinden.»

Ob nun hinsichtlich Einwohneranzahl, finanziellen Mitteln oder verfügbarer Fläche: Die Unterschiede zwischen den einzelnen Gemeinden sind enorm. Gibt es übergreifend Herausforderungen, die sich allen gleichermassen stellen?

Die Aufgaben der Gemeinden sind grundsätzlich dieselben, ob es sich nun um eine kleine, eine reiche oder eine dicht besiedelte Gemeinde handelt. Unterschiedlich ist lediglich, wie die Aufgabe in der Praxis gelöst wird. Hier bestehen grosse Differenzen. Während bspw. eine Stadt Wil oder Gossau mit je rund 20 000 Einwohnerinnen und Einwohnern (fast) alle Aufgaben selber und in guter Qualität bewältigen kann, versuchen kleinere Gemeinden, mittels Zweckverbänden oder gemeinsamen Ämtern die Herausforderungen zu bewältigen.

Und wo kommt Ihr Amt ins Spiel?

Das Amt für Gemeinden ist in vier Kernbereichen tätig. Da wäre als Erstes die Aufsicht über die Gemeinden, die den Gemeinden Beratung und Unterstützung in finanziellen Fragen sowie in Fragen der Amtsführung anbietet. Zweiter Bereich ist das Grundbuchinspektorat, das die richtige Durchführung der im Kanton St.Gallen an die Gemeinden delegierten grundbuchamtlichen Tätigkeiten beaufsichtigt und Bewilligungsbehörde für den Grundstückserwerb durch Personen im Ausland ist. In der Abteilung «Finanzausgleich & Reformen» wird der Vollzug des innerkantonalen Finanzausgleichs gewährleistet. Ausserdem werden hier sämtliche Projekte mit dem Ziel von Gemeindevereinigungen oder -inkorporationen begleitet und die Förderbeiträge nach Gemeindevereinigungs-gesetz errechnet. Ergänzend dazu bieten wir den Gemeinden viertens rechtliche Unterstützung in der Anwendung des Gemeindegesetzes an.

Haben sich diese Kerngebiete in den vergangenen Jahren verlagert oder wird nach wie vor in den ähnlichen Segmenten Hilfestellung benötigt?

«Neu» hinzugekommen ist vor acht Jahren das Gemeindevereinigungs-gesetz, dessen Vollzug dem Amt für Gemeinden unterliegt. In den übrigen Bereichen hat sich die Tätigkeit teils deutlich gewandelt, was auf neue Anforderungen und/oder geänderte gesetzliche Grundlagen zurückzuführen ist.

Ihre Berufsbezeichnung ist «Gemeindereformer». Der Begriff Reformer bezeichnet einen Menschen, der eine Umgestaltung vorantreibt. Tun Sie das?

Die Bezeichnung «Reformer» ist im eigentlichen Wort-sinn nur teilweise zutreffend. Ich beschäftige mich vor allem mit den Reformprojekten der Gemeinden, an deren Abschluss ihre Vereinigung sowie bei Spezialgemeinden (Schulgemeinden, Ortsgemeinden, Korporationen) eine Inkorporation oder eine Aufhebung



Gemeindereformer Bruno Schaible:

«Idealerweise finanziert sich die Gemeinde der Zukunft weitgehend selber.»

steht. Bei all diesen Projekten, von denen es seit In-vollzugsetzung des Gemeindevereinigungsgesetzes 2007 schon deutlich über 100 gab, bin ich spätestens bei der Genehmigung der entsprechenden Beschlüsse involviert. Im Kanton St.Gallen setzt man jedoch auf Freiwilligkeit und die Autonomie der Gemeinden in der Entscheidung, ob ein solches Projekt aufgenommen werden soll. Daran halten wir uns und bieten unsere Unterstützung jenen Gemeinden an, die sich von sich aus zu diesem Schritt entschlossen haben.

Inwiefern ist aber eine Umgestaltung der heutigen Strukturen notwendig?

Die Gestaltung des Kantons St.Gallen geht auf das frühe 19. Jahrhundert zurück. Damals wurden die Gemeinden aufgrund der Bedürfnisse gebildet. Danach hat sich während 200 Jahren kaum etwas daran geändert. Dazwischen haben sich die Gemeinden aber unterschiedlich entwickelt. Aufgrund der verkehrstechnischen Anbindung beispielsweise haben sich neue, wichtige Zentren gebildet, auf welche sich nun eine ganze Region ausrichtet. Verschiedene andere Aufgabenbereiche haben sich ähnlich entwickelt. Die Gemeindegrenzen verschwimmen immer mehr.

Der funktionale Raum entspricht diesen Gebilden längst nicht mehr...

Ja. Die Bevölkerung ist viel mobiler als früher und bewegt sich sehr unabhängig von diesen Grenzen.

Ergänzend dazu sind viele Leute nicht mehr bereit, sich für die Öffentlichkeit in einem Amt zu engagieren. Kleine Gemeinden spüren dies schon seit längerer Zeit bei der schwieriger werdenden Besetzung ihrer Gremien. All das und das Erfüllen zukünftiger, in Qualität und Quantität weiter steigender Herausforderungen führen manchenorts zum Bedürfnis, dies mit einer grösseren, stärkeren Gemeinde angehen zu wollen. Die Umgestaltung der Strukturen ist nicht nur ein Wunsch des Kantons, sondern auch eine Notwendigkeit aus Sicht vieler Gemeinden.

In welche Richtung müssen sich also Gemeinden in den nächsten Jahren entwickeln, um überlebensfähig zu bleiben?

Idealerweise finanziert sich die Gemeinde der Zukunft weitgehend selber und ist genügend stark, ihrer Bürgerschaft das notwendige und gewünschte Angebot zur Verfügung stellen zu können. Entscheidend dabei sind die Qualität der Dienstleistung und die Möglichkeit, diese auch bei personellen Veränderungen weiterhin zu gewährleisten. Diese Anforderungen sind naturgemäss für kleine Gemeinden schwieriger zu erfüllen als für grössere, was als Folge auch weiterhin zu möglichen Zusammenschlüssen führen kann. Diese Entwicklung wird vom Kanton auch zukünftig unterstützt.

Wohnen Leben und Arbeiten im Toggenburg

Die Region Toggenburg, ein bekanntes und beliebtes Ferienziel, ist auch als Lebensmittelpunkt in vielerlei Hinsicht sehr attraktiv. Mitten im Kanton St.Gallen gelegen, bieten das Thur- und Neckertal ideale Voraussetzungen, um Wohnen und Arbeiten im Einklang zu gestalten.

Während andernorts Hochglanzbroschüren eine ausgewogene Work-Life-Balance als neue anzustrebende Errungenschaft anpreisen, lebt sich das im Toggenburg quasi wie von ganz alleine, ganz natürlich. Grandiose Bergkulissen von Churfürsten und Alpstein, hervorragende Wander- und Skigebiete, die alltägliche Nähe zur Natur und eine freie Sicht

übers Nebelmeer tragen dazu bei. Das soziale Umfeld in intakten Gemeinden, moderne Bildungseinrichtungen, ein interessanter Stellenmarkt in guter Erreichbarkeit und äusserst attraktive Wohnmöglichkeiten laden ein, sein Leben im Toggenburg individuell und in einer natürlichen Ausgewogenheit zu gestalten.

*Standort-Kommunikation Toggenburg:
«Von unserer Goldküste sieht
man direkt auf das Nebelmeer.»*



*Wirtschaftsförderung:
«Bei uns ist der Melkstuhl
längst nicht mehr
der einzige qualifizierte
Arbeitsplatz.»*



Anschluss ist gewährleistet

Weit weg von Mainstream und gesichtslosem Vorortdasein präsentieren sich die dörflich geprägten Wohngemeinden des Toggenburgs selbstsicher und mit viel Charakter. Hier gibt es sie noch, die intakten Dorfgemeinschaften und Kleinstädte mit Schulen, Weiterbildungs- und Freizeitangebot, lebendigem Vereinsleben und vielen Möglichkeiten, sich einzubringen. Die Einheimischen sind offene und zugängliche Menschen. Wer im Toggenburg lebt, muss nicht alleine sein.

In den letzten Jahren hat sich das Toggenburg verändert. Die moderne Welt ist im Toggenburg zu Hause. In der einst von Textilindustrie und Landwirtschaft geprägten Region haben sich erfolgreiche Dienstleistungs- und High Tech-Unternehmen niedergelassen und neue Arbeitsplätze geschaffen. Dank guter Anbindung an das Verkehrsnetz sind auch die grösseren Wirtschaftsstandorte und Bildungsinstitutionen im St.Galler Rheintal, in der Bodenseeregion sowie in den Kantonen Thurgau und Zürich «näher» gerückt. Bloss eine Fahrstunde entfernt liegen zudem die internationalen Flughäfen Altenrhein und Zürich-Kloten.

Wohnqualität ist erschwinglich

Wohnräume lassen sich im Toggenburg auch mit «normalen» Budgets verwirklichen. Bauland, Immobilienbesitz und Wohnraum zum Mieten sind im Schweizer Vergleich überaus preiswert und vor

allem: Es gibt noch die von vielen Menschen erträumten, attraktiven Lagen für Ein- und Mehrfamilienhäuser, ebenso die geräumigen Familienwohnungen mit genügend Privatsphäre oder die aussergewöhnlichen Wohnflächen für trendige Lofts und andere moderne Wohnformen. Das Spezielle wird möglich.

Langfristige Gesundheit im Fokus

Wer Kinder hat, lässt bei der Wahl des Wohnortes weitere Aspekte mitentscheiden. Ein Umfeld, in dem Kinder in freier Natur heranwachsen und sich auf gesunde Art entfalten können, hat hohen Stellenwert. Vielseitig und familienfreundlich ist das Sportangebot, reich sind die Kulturwelt und das lebendige Brauchtum im Toggenburg. Wer starke Wurzeln bilden kann, den bringen bekanntlich auch spätere Stürme nicht so leicht aus dem Gleichgewicht.

Im Toggenburg von heute denkt, plant und handelt man langfristig. Initiativen, die wirtschaftlich, gesellschaftlich, kulturell oder ökologisch nachhaltig ausgerichtet sind, werden von der Region Toggenburg aktiv unterstützt. Eine regionale Plattform bündelt die Interessen Aller auf den Gebieten Ansiedlung, Firmengründungen, Infrastruktur, Bildung und Gesundheit. Dieselbe Geschäftsstelle gibt privaten Interessierten Auskunft über Arbeiten, Wohnen und Leben im Toggenburg. Herzlich willkommen!

Keine «Windfahne» sein

Das Korsett von Bund und vor allem Kanton, das den Gemeinden geschnürt wird, empfindet Daniel Gut, Stadtpräsident von Buchs SG, nur bedingt als zu eng. Dennoch wünscht er sich in gewissen Bereichen mehr Autonomie.

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

Daniel Gut, was treibt Sie als Stadtpräsident an?

Die sinnstiftende Arbeit – das war mir immer wichtig. Buchs zusammen mit dem Team des Stadtrats, mit der Verwaltung und mit Vertretungen von Bevölkerung und Wirtschaft in allen relevanten Bereichen weiter voranzubringen – das ist meine Hauptmotivation. Ich freue mich, einen Beitrag zur Positionierung unserer Stadt und der Region im Alpenrheintal zu leisten.

Auf ein Gemeindeoberhaupt prasseln die unterschiedlichsten Wünsche und Interessen ein. Wie stark kann man in diesem Spannungsfeld die eigenen Visionen vorantreiben?

Visionen entstehen ja gerade nicht im stillen Kämmerlein. Nein, sie entstehen für mich in der kritischen Auseinandersetzung mit Menschen, die ebenfalls bereit sind, über die Zukunft nachzudenken. So entstehen gemeinsame Visionen, die auch gegen Widerstände verfolgt werden können. Dabei ist für mich das Spannungsfeld vor allem, wieweit ich

nähe wie BuchsAktuell, die Lokalzeitung oder das Lokalfernsehen, wo wir zeitweise ein regelmässiges Journal aufschalteten. Ganz wichtig sind die Infoanlässe für die Bevölkerung, wo man unmittelbar den Puls der Menschen spürt und viel lernt. Ganz besonders spannend und lehrreich sind zum Beispiel die Anlässe in der Krone Burgerau, wo es manchmal auch richtig heiss zugehen kann... Auch die regelmässigen Infoapéros und Wirtschaftszünis schätze ich sehr. Aber trotz aller Bemühungen: Immer wieder gibt es den Vorwurf, man habe ja nichts gewusst. Wieweit hier die neuen sozialen Medien eine Verbesserung bringen können, ist zu prüfen – aktuell sind wir da noch schwach aufgestellt.

Sie erwähnen es: Allgemein nehmen Bürgerinnen und Bürger nur noch bedingt aktiv am gesellschaftlichen Leben teil. Stellen Sie diese Entwicklung – beispielweise auch an Abstimmungen – demnach auch in Buchs fest?

Den Entscheid über die Teilnahme am gesellschaftlichen Leben muss meiner Meinung nach jeder selbst fällen. Natürlich ist es schön, wenn Interesse an den gesellschaftlichen und politischen Entwicklungen spürbar ist. Aber eine aktive Beteiligung ist nicht allen gegeben. Für mich ganz wichtig ist vor allem, dass die vielen Engagements der Menschen in Vereinen oder die Freiwilligenarbeit oder Dienste am Nächsten weiterhin gepflegt werden. Das ist gelebte Solidarität und hält eine Gemeinschaft am Leben. Und das kann nicht hoch genug eingeschätzt werden.

Ist das Führen einer Stadt beziehungsweise einer Gemeinde grundsätzlich mit einem Unternehmen vergleichbar?

Generell kann ich die Frage nicht beantworten. Bei Aspekten wie Kundenorientierung oder Führung sehe ich wenige Unterschiede. Beim Mitteleinsatz sind die Entscheidungswege über die demokratische Mitbeteiligung und die dazu verfügbaren Instrumente ziemlich anders als in einem Privatunternehmen. Völlig anders ist der Umgang mit «Zwangskunden» – zum Beispiel auf dem Betreibungsamt –, die einem privaten Unternehmen in der Regel fehlen.

«Vor allem bei Raumplanung und Bauen wünschte ich mir mehr Entscheidungskompetenz auf Stufe Gemeinde.»

an den Visionen festhalten kann, wieweit ich sie unter veränderten Bedingungen korrigieren muss. Eine «Windfahne», die ständig unter dem Eindruck des Tagesgeschäfts oder einer gerade lautstark vorgebrachten Meinung die Richtung ändert, will ich nicht sein. Selbstverständlich aber revidiere ich meine Richtung bei demokratisch zustande gekommenen Entscheiden oder grundlegend geänderten Rahmenbedingungen.

Teilweise müssen – gerade auch, um ein langfristiges Ziel zu verfolgen – auch unpopuläre Entscheidungen getroffen werden. Wie einfach ist es in einer Stadt von der Buchser Grössenordnung, diese entsprechend zu kommunizieren?

Die Kommunikation ist eine der schwierigsten Aufgaben. Wir nutzen in Buchs dazu verschiedene Ka-



Stadtpräsident Daniel
Gut: «Völlig anders
ist der Umgang mit
«Zwangskunden» –
zum Beispiel auf dem
Betreibungsamt.»

Wie selbstständig kann eine Stadt wie Buchs über die eigenen Entwicklungsschritte entscheiden?

Viele Aufgaben wie zum Beispiel der öffentliche Verkehr sind Verbundaufgaben mehrerer Staatsebenen. Bei Verbundaufgaben ist oft die Frage, wer entscheidet und wer finanziert, zuungunsten der Gemeinden geregelt. Es gibt aber auch viele Aufgabengebiete, wo Entscheidungskompetenz und Finanzierung klar auf Stufe Gemeinde liegen. Da ist die Verantwortung von Stadtrat und -verwaltung natürlich auch entsprechend hoch – und oft ist ein recht grosser Entscheidungsspielraum vorhanden, was ich sehr schätze. Persönlich empfinde ich das Korsett von Bund und vor allem Kanton nicht unbedingt als zu eng. Jedoch ärgere ich mich auch ab und zu über die in gewissen Bereichen geringe Gemeindeautonomie. Vor allem bei Raumplanung und Bauen wünsche ich mir mehr Entscheidungskompetenz auf Stufe Gemeinde – nicht zuletzt, um gewisse Prozesse im Interesse von Bürgern und Wirtschaft entschlacken und beschleunigen zu können.

Kleinstadt in ländlicher Umgebung

Die Stadt Buchs im St.Galler Rheintal ist das Zentrum der Region Werdenberg. Buchs ist mit rund 12 000 Einwohnerinnen und Einwohnern eines der grössten städtischen Zentren zwischen dem Bodensee und Chur. Mit über 7000 Arbeitsplätzen in allen Sektoren und Branchen ist die Stadt zunächst ein wirtschaftlich starker Werkplatz. Buchs ist zudem ein beliebter Einkaufsort und – dank der Interstaatlichen Hochschule für Technik, der International School Rheintal und des Berufs- und Weiterbildungszentrums – ein regionales Bildungszentrum.

«Absoluter Spitzenwert»

Kurzinterview mit Paul Huber, Gemeindepräsident von Berg SG.



Paul Huber, mit Berg führen Sie eine der kleinsten Gemeinden im Kanton St.Gallen. Wie lange werden Sie die Eigenständigkeit noch bewahren können, bevor eine Fusion ansteht?

Der Gemeinderat hat im vergangenen Jahr unter anderem zu diesem Thema eine Bevölkerungsumfrage durchgeführt. 70 Prozent der Umfrageteilnehmer haben eine sich für die Beibehaltung der Eigenständigkeit ausgesprochen. Der Gemeinderat hat dieses Ergebnis als Auftrag verstanden und unternimmt im Moment diesbezüglich keine Aktivitäten.

Selbst grosse Gemeinde bekunden Mühe, Personen zu finden, die sich engagieren – beispielsweise im Gemeinderat. Wie sieht das in Berg aus?

Bis jetzt war das kein Problem.

Übersichtliche Strukturen, kurze Wege: Dies können Vorteile einer kleinen Gemeinde sein. Gibt es weitere?

Bürgernähe – diese fördert das Interesse der Bevölkerung. Als Beispiel dazu ist zu erwähnen, dass jeweils 20 bis 25 Prozent der Stimmberechtigten an den Bürgerversammlungen der Gemeinde Berg teilnehmen. Im Vergleich zu umliegenden grösseren Gemeinden handelt es sich dabei um absolute Spitzenwerte.

Und was sind Nachteile von kleinen Gemeinden?

Bei einer kleinen Gemeinde sind generell flexible Allrounder gefragt; darunter kann die Professionalität in gewissen Situationen leiden. Hinzu kommt das «Klumpenrisiko» im Bereich Steuereinnahmen durch Weg- und Zuzüge von potenziell guten Steuerzahlenden.

Grosse Unternehmen, Gemeinden oder Institutionen verfügen über einen gewissen Machteinfluss. Wie schwer ist es für Kleine, Anliegen durchzusetzen – beispielsweise gegenüber dem Kanton?

Grundsätzlich ist dies nicht schwer. Wichtig ist, dass man als kleine Gemeinde mit anderen Gemeinden gut vernetzt ist und diese Verbindungen pflegt.

Verliert die Schweiz durch den vermehrten Zusammenschluss von Gemeinden einen Teil ihrer Identität?

Ganz klar ja. Die Schweiz ist einzigartig – und jeder Zusammenschluss bringt Veränderungen mit sich. Je grösser das Gebilde, umso anonym und unpersönlicher ist es.

«Wir verbinden IT- mit Verwaltungs-Know-how»

Gemeinden und Kantone in ihren Geschäftsprozessen wirkungsvoll zu unterstützen und die zunehmende digitale Vernetzung zwischen den verschiedenen Staatsebenen mit IT-Lösungen zu fördern: Das macht die Verwaltungsrechenzentrum AG St.Gallen (VRSG) mit grossem Erfolg. Sie hat mit rund 300 Mitarbeitenden im letzten Jahr einen Umsatz von rund 60 Millionen Franken erwirtschaftet. Ein Gespräch mit Peter Baumberger, Vorsitzender der Geschäftsleitung.



*Peter Baumberger,
Vorsitzender der Geschäftsleitung
Verwaltungsrechenzentrum AG
St. Gallen (VRSG).*

Peter Baumberger, Ihre Kunden sind Kantone und Gemeinden. Sie waren früher selbst einmal Gemeindepräsident in Goldach. Hilft das in Ihrer heutigen Aufgabe als Chef der VRSG?

Es ist natürlich ideal, wenn man weiss, wie die eigenen Kunden «ticken». Viele unserer Mitarbeitenden waren auch einmal in der öffentlichen Verwaltung tätig, so dass wir in der Beratung, in der Produktentwicklung und im Support IT mit Verwaltungs-Know-how verbinden können.

Der Gemeinde- und Kantonsmarkt ist heute in der IT wohl ebenso umkämpft wie das KMU-Segment in der Wirtschaft. Was zeichnet die VRSG denn besonders aus?

Die VRSG fokussiert sich auf öffentliche Verwaltungen. Wir wissen, wie eine Verwaltung funktioniert, und können unseren Kunden deshalb – im Unterschied zu vielen anderen Anbietern – umfassendes «Business Consulting» anbieten. Weil wir Kantone wie Gemeinden betreuen, sind wir auch die geeignete Partnerin für die Verbund- und Integrationsstrategie, die in der öffentlichen Hand immer wichtiger wird.

«Wir wissen, wie eine Verwaltung funktioniert, und können deshalb umfassendes «Business Consulting» anbieten.»

Können Sie das an einem Beispiel erläutern?

Exemplarisch zeigt sich das etwa beim kantonalen Einwohnerregister St.Gallen, das eine übergeordnete, konsolidierte und harmonisierte Datensammlung zu den Einwohnerinnen und Einwohnern im Kanton St.Gallen zur Verfügung stellt. Berechtigte aus Kanton und Gemeinden können darauf zugreifen und sparen eine Menge telefonischer und schriftlicher Anfragen zwischen beiden Staatsebenen.

Gibt es weitere Produkte, die auf ganz aktuelle Trends in der öffentlichen Verwaltung zugeschnitten sind?

Ja, sicher. Seit Anfang 2015 können St.Galler Gemeinden das Führungscockpit einsetzen, das wir seit 2013 entwickelt haben. Mit dieser Applikation erhalten Gemeindeverantwortliche mit wenigen Klicks anhand von definierten Kennzahlen eine organisationsübergreifende Übersicht über die wichtigsten Entwicklungen in ihrer Verwaltung. Sie können ihre Prozesse also besser führen, steuern und pla-

nen. Dieses Führungscockpit stellt in Sachen Benutzerfreundlichkeit und Darstellung neue Massstäbe, wie uns die Anwender selbst bestätigen. Aktuell wird bereits eine Adaption für die Gemeinden im Kanton Zürich entwickelt.

Die VRSG ist bekannt als IT-Dienstleisterin für Gemeinden und unterstützt deren Prozesse. Was bietet sie konkret an?

Wir sind tatsächlich seit der Gründung so etwas wie eine sichere «Cloud» für Gemeinden und später auch für Kantone, obwohl dieser Begriff damals noch nicht existierte. Von uns erhalten sie Fachlösungen für praktisch alle Fachgebiete der Verwaltung, skalierbare Rechen- und Speicherkapazitäten, Support bis hin zu Verpackungs- und Versanddienstleistungen, z.B. bei Wahlen und Abstimmungen. Dabei bieten wir durchgängige Lösungen und Services an, um unsere Kunden in ihrem Tagesgeschäft wirkungsvoll zu unterstützen. Wir entwickeln uns aber immer mehr auch zur Organisations- und Prozessberaterin, die Abläufe hinterfragt und optimiert statt einfach Software-Lösungen anzubieten. Dabei garantiert unser Label «swiss made Software» Schweizer Qualität, Präzision und Zuverlässigkeit.

In den letzten Jahren erlebte die VRSG ein starkes Wachstum und gehört heute mit rund 300 Mitarbeitenden zu den grossen IT-Firmen auf dem Platz St.Gallen. Geht das Wachstum weiter?

Auch im letzten Jahr haben wir den Umsatz auf nun gegen 60 Millionen Franken erhöhen können, weil wir zahlreiche Neukunden gewonnen haben. Das Wachstum wird wohl weitergehen. Und es stellt uns vor dieselben Herausforderungen wie den ganzen IT-Standort St.Gallen: Wir müssen auch in Zukunft IT-Fachkräfte ausbilden und dafür sorgen, dass wir attraktiv genug für Mitarbeitende aus anderen Regionen sind. Die gemeinsame Initiative «IT St.Gallen rockt» hilft uns dabei, ebenso aber unsere Positionierung als innovatives Unternehmen.

Hier geht's direkt zur Website der VRSG mit News, Produkten und offenen Stellen:



Innovationen im öffentlichen Sektor

Braucht die öffentliche Hand Innovation? Falls ja, wie viel? Wie könnte Innovation aussehen, und wie bekommen wir diese in die Amtsstuben? Ist vielleicht schon mehr Innovation vorhanden, als wir zunächst erkennen? Diesen Fragestellungen widmete sich das 3. Public-Forum von PwC. Für den LEADER fotografierte Leo Boesinger.

Das Forum fand am 21. Mai 2015 im Hotel Einstein Congress in St.Gallen statt. Ausgewiesene Referenten gewährten den Gästen einen Einblick in ihre jeweilige Sichtweise. Es waren dies: Ständerätin Karin Keller-Sutter, Peter Baumberger, VGL der Verwaltungsrechnenzentrum AG St.Gallen VRSG, und

Christian B. Westermann, Leiter Datenanalysen, Modellierung und Simulationen, PwC Schweiz. Die Begrüssung erfolgte durch Roland Schegg, Leiter Consulting Ostschweiz und Liechtenstein bei PwC. Moderiert wurde der Anlass von Hanspeter Trütsch; Leiter Bundeshausredaktion SRF.





Gemeindeführung im Geschäftsleitungsmodell

Das gesellschaftliche und politische Umfeld hat sich während der letzten zwanzig Jahre in der Schweiz beträchtlich gewandelt. Die Führung von Gemeinden ist deutlich anspruchsvoller geworden. Dies stellt an die Milizbehörden zunehmend höhere Ansprüche. Nebst der nötigen Sachkompetenz müssen Behördenmitglieder über genügend zeitliche Ressourcen verfügen, um das gestiegene Anspruchsniveau der Bürgerschaft zu erfüllen.

Text: Kurt Baumann, Präsident VTG – Verband Thurgauer Gemeinden **Bild:** zVg.



Kurt Baumann,
Präsident VTG – Verband
Thurgauer Gemeinden
und Gemeindepräsident
von Sirnach.

Effizienz und Effektivität in der Behördenarbeit ist deshalb ein Kernthema, mit dem sich viele Gemeindebehörden befassen. Um dies zu erreichen, gibt es mehrere Möglichkeiten und Modelle. Eine mögliche Lösung ist beispielsweise die Einführung eines Geschäftsleitungsmodells. In der Gemeinde Sirnach TG hat sich der Gemeinderat vor einigen Jahren in einem Organisationsentwicklungsprozess dazu entschieden, ein solches Modell einzuführen. Der Kern des Modells ist die konsequente Trennung von strategischen und operativen Aufgaben. Der Gemeinderat als Exekutivorgan befasst sich in diesem Modell ausschliesslich mit strategischen Fragen, also mit dem «Was». Er überlässt dabei das «Wie» grundsätzlich der Gemeindeverwaltung, welche über die dazu notwendigen Kompetenzen und fachlichen Qualifikationen verfügen muss. Eine klare Festlegung der Zuständigkeiten zwischen allen Akteuren in einer Kompetenzordnung ist dabei von zentraler Bedeutung für den Erfolg dieses Modells.

Unternehmerisches Gesamtinteresse

Das Modell setzt voraus, dass die Verwaltung über die notwendigen Ressourcen und eine zweckmässige Organisation verfügt. Am Beispiel der Gemeinde Sirnach wurde dazu eine Geschäftsleitung unter dem Vorsitz des Gemeindeschreibers/Verwaltungsleiters gebildet. Er führt zusammen mit den Abteilungsleitern die gesamte Verwaltung. Nach über drei Jahren Praxis mit dem Modell stelle ich fest, dass das früher noch wahrnehmbare «Gartenhaagdenken» in der Verwaltung weitgehend verschwunden ist. Das Verständnis für das unternehmerische Gesamtinteresse der Gemeindeverwaltung unter den Mitarbeitenden und die gemeinsame Verantwortung über Verbundaufgaben haben spürbar zugenommen. Mit der Einführung des Modells hat der Gemeinderat seinen Sitzungsrhythmus reduzieren können.

Die Zahl der zu behandelnden Geschäfte hat tendenziell abgenommen. Gleichzeitig ist auch die Anzahl der Kommissionen reduziert worden. Anstelle von Kommissionen setzt der Gemeinderat dafür vermehrt projektbezogene Arbeitsgruppen ein. Der Vorteil dabei liegt darin, dass Arbeitsgruppen bezüglich Grösse und Zusammensetzung flexibler sind als fixe Kommissionen.

Tendenziell resultieren für die Ratsmitglieder weniger Sitzungen und für die Verwaltung ein kleinerer Aufwand für deren Organisation. Die Einführung des Modells braucht auf allen Stufen den festen Willen diesen Weg zu gehen. Die Umsetzung setzt auch die Fähigkeit voraus, loslassen zu können und Vertrauen zu schenken. Anpassungen und Feinjustierungen sind auch nach mehreren Jahren Erfahrung nötig, was im Übrigen bei jeder Zusammenarbeitsform geboten ist.

Austausch aller Ebenen

Das Geschäftsleitungsmodell orientiert sich damit am Modell einer privatwirtschaftlich geführten Unternehmung. Da fällt ein Verwaltungsrat die strategischen Entscheide; die operative Tätigkeit obliegt der Geschäftsleitung unter der Führung eines CEO. Dennoch lässt sich eine Gemeinde nie ganz wie eine privatrechtliche Unternehmung führen. Denn die Geschäftsfelder einer Gemeinde werden mehrheitlich durch die übergeordnete Gesetzgebung festgelegt und folgen nicht wie in der Privatwirtschaft rein ökonomischen Grundsätzen. Auch der operativen Umsetzung von Entscheiden der Exekutive sind der Verwaltung als operative Ebene Grenzen gesetzt.

Oft ist die Art und Weise der Umsetzung auch eine politische Frage. Stärker als in einem Unternehmen muss in der Gemeindeführung die strategische mit der operativen Ebene den Austausch pflegen. Ich habe den Eindruck, dass ein solcher Austausch auch in Unternehmen gut täte.

in kürze

LEADER

› Markus Straub

SVP-Politiker Markus Straub ist neu der höchste St.Galler. Der Kantonsrat hat den 56-Jährigen zum Sessionsbeginn mit einem Glanzresultat zum neuen Präsidenten gewählt.

› Andreas Widmer

Das Kreisgericht Wil hat am 1. Juni den früheren Wiler Stadtrat Andreas Widmer wegen ungetreuer Geschäftsbesorgung zu einer bedingten Freiheitsstrafe von zehn Monaten verurteilt.

› Gerald Marxer

Gerald Marxer, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Liechtensteinschen Kraftwerke (LKW), sitzt neu im Verwaltungsrat der Abonax AG, eines ostschweizer Kooperationswerks für Energieversorger.

› Cornelia Komposch

Am 2. Juni tagte der Regierungsrat des Kantons Thurgau erstmals in seiner Geschichte mit einer Frauenmehrheit. Mit Monika Knill, Carmen Haag und Cornelia Komposch sind nun drei Frauen in der Thurgauer Exekutive.

› Heinz Peischl

Der FC St.Gallen und Sportchef Heinz Peischl beenden ihre Zusammenarbeit, der zum Saisonende auslaufende Vertrag wird nicht verlängert. Die Aufgaben Heinz Peischls übernimmt per sofort Teammanager Christian Stübi.

› Martin Hilb

Der Stiftungsrat der Hans-Huber-Stiftung erhält Zuwachs von drei prominenten Persönlichkeiten. Neu dabei sind HSG-Professor Martin Hilb, der St.Galler Regierungsrat Benedikt Würth und Jens Breu, COO der SFS Group.

› Hilti

Die Eröffnung des Innovationszentrums in Schaan nach 3,5 Jahren Bauzeit ist wichtig für die Zukunftsfähigkeit von Hilti: Der 120-Millionen-Franken-Bau bietet 400 Mitarbeitern den Raum und die Infrastruktur, um Lösungen von morgen zu entwickeln und zu erproben.

Freiheit vs. Zwangsumverteilung

Wenn die Gutmenschen in ihrem Streben nach Gerechtigkeit freiwillig Opfer zugunsten anderer Menschen brächten, dann würde die Gesellschaft funktionieren. Doch die «Guten» geben nicht; sie fordern.

von Roland Rino Büchel

Der Unsinn, welcher rund um das Neidprojekt «Erb-schaftssteuer-Initiative» erzählt worden ist, hat mich zu grundsätzlichen Gedanken zur «sozialen Gerechtigkeit» bewogen: Unter diesem Titel stellen die Umverteilungskünstler immer mehr Ansprüche an andere und an den Staat. Vordergründiges Gerechtigkeitsgetue ist gross in Mode. Es bildet die Basis für absonderliche politische Forderungen.

In der Praxis hat die «soziale Gerechtigkeit» allzu oft mit einer höchst egoistischen Günstlingswirtschaft zu tun. Günstlingswirtschaft? Interessengruppen schenken sich gegenseitig Vorteile zu. Diese Machenschaften sind mit dem Wesen der Korruption – und das sage ich deutsch und deutlich – sehr nahe verwandt.

Gruppen mit Sonderprivilegien

Worauf wollen Politiker vielfach hinaus, wenn sie ihren pseudo-ehrenhaften Kampf für die «soziale Gerechtigkeit» führen? Es geht ihnen darum, Menschen auf Kosten anderer für sich zu gewinnen. Das funktioniert aus drei Gründen. Erstens: Niemand will «ungerecht» sein oder als «ungerecht» gelten. Zweitens: Es liegt quasi in der Natur der Leistungsunwilligen, dass sie jeden zurückstutzen, der wegen seiner Leistungsbereitschaft herausragt. Drittens: Die Menschen trauen dem Recht immer weniger. Was passiert, wenn auch noch der Glaube an die Freiheit schwindet? Die Sehnsucht nach «sozialer Gerechtigkeit» wird immer grösser. Wenn sich unter deren Deckmantel immer mehr Gruppen mit Sonderprivilegien bilden, dann bringt das für den gesellschaftlichen Zusammenhalt nichts. Im Gegenteil, es schadet. Und zwar massiv.

Kontrolle über die Menschen

Ich habe in fast 20 Ländern gearbeitet. Diese Erfahrung hat mich gelehrt, dass die Theorien über die «soziale Gerechtigkeit» den Praxistest nie bestehen. Trotzdem halten sie sich hartnäckig. Vergessen wir eines nicht: Um das linke und gutmenschliche Glaubensbekenntnis durchzusetzen, braucht es die totale Kontrolle über uns Menschen. Ich würde sogar sagen: Die Gleichheitsideologie ist geradezu totalitär. Deswegen bin ich umso erstaunter, dass die Sozialpolitik ausgerechnet in den demokratischen Staaten von einer abstrusen Gleichmacherei-Idee dominiert wird. Es ist unsinnig, ungleiche Menschen gleich wahrnehmen zu wollen. Die politisch Korrekten tun so, als ob die Verschiedenheiten nicht da wären.

Wie wir es auch drehen und wenden – ich komme bei jeder politischen und wirtschaftlichen Problemstellung zum gleichen Schluss: Ob es um Wohlstand, um Gleichheit, um Gerechtigkeit, um Fortschritt, um Verantwortung, um Solidarität oder um Eigentum geht – die Lösung liegt in der Freiheit. Sie liegt nie in der Umverteilung, die gar oft mittels versteckter Enteignung finanziert wird.



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

Die Ostschweiz kann es

Die Planung der Expo2027 zwischen Bodensee, Rhein und Säntis wird konkret: Bis 2018 wollen die Kantone St.Gallen, Thurgau und Appenzell Ausserrhoden dem Bund ihre Bewerbung einreichen. Innerrhoden wartet mit einer Teilnahme noch ab, Bedenkenträger erheben schon jetzt die Stimme. Trotzdem ist die Expo2027 eine einmalige Gelegenheit, die Ostschweiz ins Zentrum des nationalen und internationalen Bewusstseins zu rücken. Eine Bestandesaufnahme. von Stephan Ziegler

Das Ziel ist klar: Die nächste Schweizer Landesausstellung soll 2027 in der Ostschweiz stattfinden. Nach den Landesausstellungen in Zürich (1883), Genf (1896), Bern (1914), nochmals Zürich (1939), Lausanne (1964) und zuletzt 2002 in der Region Bieler-, Murten- und Neuenburgersee ist nun die Zeit gekommen für eine Landi in der Ostschweiz.

Lanciert hatte die Idee einer auf Nachhaltigkeit beruhenden Ostschweizer Expo die Thurgauer Nationalrätin Verena Herzog 2007 mit einem Vorstoss im Kantonsparlament. Seither hat die Expo 2027 vom Scheitern von zwei anderen Grossprojekten profitiert – der von den Alpenkantonen initiierten Idee der Expo 2020 rund um den Gotthard sowie vom Volksnein in Graubünden zu Olympischen Winterspielen 2022. Die Durchführung von Olympia und Expo innert weniger Jahre und in unmittelbarer Nachbarschaft wäre weder realisierbar noch finanzierbar gewesen.

Derzeit läuft ein Konzeptwettbewerb (expo27.ch), aus dem im Herbst ein Siegerprojekt erkoren werden soll. Die Jury, der neben Fachleuten auch Regierungsvertreter der drei Kantone angehören, wird von Angelus Eisinger, dem Direktor der Regionalplanung Zürich und Umgebung, präsiert – ein geschickter Schachzug, ist Eisinger als Zürcher doch unparteiischer, als es vielleicht ein Hiesiger wäre.

Mit dem Abschluss des Wettbewerbs gehen die Vorbereitungen in die nächste Phase: Das Siegerprojekt muss präzisiert und auf Machbarkeit überprüft werden, damit dem Bund bis 2018 ein sauberes Bewerbungsdossier eingereicht werden kann. Die Kantone planen dann die Einrichtung einer Geschäftsstelle mit 500 Stellenprozenten und einer «Madame» oder einem «Monsieur

Expo» an der Spitze – die Suche dafür wird spannend werden.

Die Trägerkantone haben Ende April 2015 ihren Parlamenten einen Kredit von 8.8 Millionen Franken für die Machbarkeitsstudie beantragt. Fünf Millionen soll St.Gallen, drei Millionen der Thurgau und 800 000 Franken Appenzell Ausserrhoden beisteuern. Appenzell Innerrhoden beteiligt sich bisher nicht, könnte aber (noch) auf den Expo2027-Zug aufspringen. Wer die Kernostschweiz – die beiden Appenzell, St.Gallen und Thurgau – anschaut, dem wird schnell klar, warum die Innerrhoder immer noch die Möglichkeit haben, bei der Expo mitzumachen: Eine Landesausstellung ohne den kleinen Kanton, umringt von den anderen, wäre wie ein Spiegelei ohne Eigelb, sozusagen.

Die definitive Entscheidung über die Expo liegt schlussendlich beim Bund. Dieser wird sich bei positivem Bescheid mit 50 Prozent an den Kosten der Expo beteiligen; diese dürften sich total auf anderthalb bis zwei Milliarden Franken belaufen, von denen der Bund bis zu einer Milliarde tragen würde.

Die letzte Landesausstellung, die Expo.02 in Biel, Neuenburg, Murten und Yverdon, hatte im Sommer 2002 über zehn Millionen Besucher angezogen – rund die Hälfte aller Schweizerinnen und Schweizer schaute sich die Landi 2002 an. Diese Expo mit ihren drei Arteplages war wegen finanzieller, organisatorischer und inhaltlicher Schwierigkeiten erheblich kritisiert worden. Daraus hat man für die Expo2027 gelernt: Der Masterplan sieht bis zum Bundesbeschluss 2018 noch mehrere Exit-Möglichkeiten vor. Hoffen wir, dass diese nicht genutzt werden müssen. Denn die Ostschweiz kann es.



LEADER 8/2015

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

Autoren in dieser Ausgabe: Nathalie Schoch, Michael Götte, Katja Hongler-Gmünder, Sven Bradke, Fabrina Cerf, Alex Thoma, Eva Hediger, Leonhard Fopp, Susanne Hartmann, Kurt Baumann, Roland Rino Büchel

Fotografie: Bodo Rüedi, Leo Boesinger, Stéphanie Engeler, Tiziana Secchi, Roland Korner, Gian Kaufmann, Anna Morgenstern

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@metrocomm.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 Publish AG, Weinfelden

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

ISSN 1660-2757

metrocomm

www.sonderegger-publish.ch

Voller Service

SONDEREGGER PUBLISH

KOMPETENZ IN MEDIEN

Als Traditionsdruckerei engagieren
wir uns von jeher für zufriedene
Kunden und das perfekte Druckprodukt.



HUBER



Huber Uhren und Schmuck, Vaduz, Fürstentum Liechtenstein, www.huber.li

PATEK PHILIPPE ROLEX BREGUET VACHERON CONSTANTIN CARTIER IWC JAEGER-LECOULTRE BLANCPAIN BAUME & MERCIER
AUDEMARS PIGUET OMEGA DE BETHUNE PANERAI PIAGET HUBLOT CHOPARD LONGINES BREITLING TUDOR TAG HEUER FREDERIQUE CONSTANT
RADO CHANEL HERMÈS BULGARI GRAFF DIAMONDS POMELLATO SHAMBALLA OLE LYNNGAARD