



MASERATI

AUTOZENTRUM WEST

www.maserati-west.ch

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



**Dieter Fröhlich:**

## Wieso es den Unternehmer in die Politik zieht

Seite 10

**In dieser Ausgabe:**

Pierin Vincenz, Peter Rapp,  
Joe Zinnbauer, Marc Künzle,  
Petra Kugler, Vera Wichmann

### Kunst- und Kulturplatz Vaduz

Von neuen Angeboten, entdeckungswürdigen Perlen und  
traditionsreichen Schätzen. Auf Entdeckungstour in Vaduz

Ab Seite 75

# Sauber bleiben!

pronto-ag.ch

**pronto**

Wir verstehen mehr  
als Reinigung.

Der *Alltag* kann warten.



**SWISS CASINOS**  
St. Gallen



## Den Wohlstand nicht aufs Spiel setzen

Selbstbewusste, deutliche Aussagen haben in der Ostschweiz Seltenheitswert. Umso schöner, wenn sie denn einmal fallen. Rund um die Debatte um die Zukunft der Ostschweizer Fachhochschulen liess sich der St.Galler Regierungsrat Stefan Kölliker (SVP) in einem Interview mit dem St.Galler Tagblatt wie folgt vernehmen: «Der Kanton St.Gallen ist der Motor der Ostschweiz, wir müssen solche Dinge anstossen.» Damit hat er keineswegs die anderen Ostschweizer Kantone kleingeredet, sondern ganz einfach die Verantwortung offen ausgesprochen, die bei St.Gallen liegt. Alle soziodemografischen und wirtschaftlichen Kennzahlen belegen, dass hier das Zentrum der Ostschweiz liegt.

Entsprechend bedeutsam ist es, wie sich St.Gallen entwickelt. Auch hier hat Kölliker seine Ansicht in einer für Regierungsmitglieder seltenen und daher umso erfreulicheren Klarheit dargelegt: Der Kanton weise eine massiv unterdurchschnittliche Steuerkraft auf, er sei zu wenig innovativ und dynamisch. Zwar sei er optimistisch bezüglich dem, was alles in der Pipeline stecke, doch brauche es ein Parlament, das mitzieht, um daraus Realität zu machen.

Der SVP-Regierungsrat bringt es auf den Punkt: Alle unsere Bemühungen, im Standortwettbewerb zu reüssieren, sind null und nichtig, wenn die Rahmenbedingungen nicht stimmen. Deshalb ist es so entscheidend, wie der Kantonsrat in den nächsten vier Jahren zusammengesetzt ist. Selbst wenn wir die Regierung mit sieben Ausnahmetalenten bestücken würden, bliebe der Effekt gering, wenn das Parlament nicht bereit ist, in dieselbe Richtung zu gehen. Zwar wird auch nach dem Wahlgang Ende Februar eine nominell bürgerliche Mehrheit am Ruder sein. Aber wer sie genauer analysiert, erkennt, dass in dieser Mehrheit eine in Wirtschaftsfragen wankelmütige Mitte mit Tendenz nach links steckt, die immer öfter in wichtigen Fragen den Ausschlag zu unternehmerfeindlichen Entscheidungen gibt.

Nur eine wirklich liberale, wirtschaftsfreundliche Stimme bietet Gewähr, dass sich daran etwas ändert. Den Istzustand der St.Galler Politik skizzieren wir in der vorliegenden Ausgabe. Wie sich die Dinge wenden – oder eben auch nicht –, das wird unser künftiges Thema sein. Immer und immer wieder, weil unser aller Wohlstand davon abhängt.

Natal Schnetzer  
Verleger

Büroratgeber für schlaue Füchse

# VERTRAUENSPARTNER SCHON GEFUNDEN?



## So entlasten sich schlaue Füchse bei Service und Unterhalt.

Alle Drucker funktionieren tipp-top und werden wie von selbst gewartet und mit Papier und Toner versorgt. Wenn doch einmal ein Problem auftritt, wird es im Nu behoben. So unkompliziert, zuverlässig und effizient kann der Unterhalt von Druckern sein, wenn man den richtigen Vertrauenspartner für Service und Wartung gefunden hat.

### Unterhalt auslagern lohnt sich

Arbeitsstunden von Mitarbeitern sind zu wertvoll, um sie für den Unterhalt von Druckern einzusetzen. Profis können das viel besser und schneller, unterstützt durch clevere Druckmanagement-Software. Den richtigen Service-Partner dafür zu finden ist jedoch nicht einfach. Denn Service-Qualität, Fachkompetenz und echte Kundenorientierung sind leider keine Selbstverständlichkeit.

### Service-Qualität zahlt sich aus

Bei der Wahl des richtigen Vertrauenspartners lohnt es sich, besonders auf Servicequalität, Fachkompetenz und Kundenorientierung zu achten. So lassen sich längere Wartezeiten, häufige Störungen, Umtriebe und Ärger vermeiden. Guter Service macht sich immer bezahlt, durch die Entlastung von Mitarbeitern, höchste Funktionssicherheit und das gute Gefühl, in jeder Hinsicht optimal betreut zu werden.

### Sicher in den besten Händen

Wir sind stolz darauf, in Sachen Drucker-Service in der Schweiz zu den Besten zu gehören. Die grosse Zahl unserer treuen Kunden und ihre positiven Feedbacks beweisen es. Wenn auch Sie sich einen kompetenten Servicepartner wünschen, auf den immer Verlass ist, wird sich für Sie ein Gespräch mit uns lohnen. Unsere Berater freuen sich auf Ihren Anruf: **071 274 00 80.**



Guter Komplettservice macht vieles einfacher.

## Tipps zur Partnerwahl

Achten Sie beim Partner für den Drucker-Unterhalt auf folgende Qualitäten:

### Kurze Reaktionszeiten

Je schneller Ihr Service-Partner reagiert, umso kürzer sind die Ausfallzeiten und umso kleiner der Ärger.

### Hohe Zuverlässigkeit

Erkundigen Sie sich in Ihrem geschäftlichen Umfeld, wer in Sachen Service besonders zuverlässig ist.

### Fachliche Kompetenz

Bevorzugen Sie Service-Partner mit gut ausgebildeten Technikern und Knowhow für mehrere Marken.

### Alles aus einer Hand

Ein Gesamtanbieter für Service, Papier, Toner, Tinten und Geräte ist leistungsfähiger und effizienter.

### Echtes Engagement

Achten Sie auf Kundennähe und echtes Engagement. Das macht die Zusammenarbeit angenehmer.

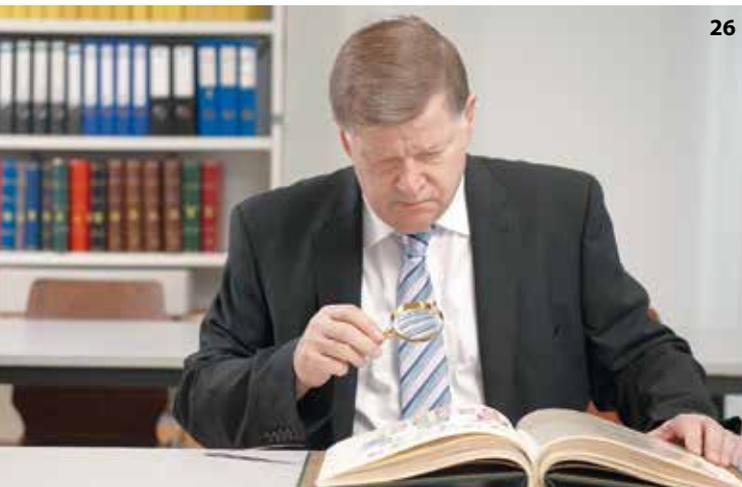


## Maestrani baut aus

Der Ostschweizer Schokoladen-Hersteller Maestrani unter der Leitung von Markus Vettiger investiert trotz schwierigem Umfeld in den Standort Flawil im Kanton St.Gallen. Die Firma erstellt dort einen umfangreichen Erweiterungsbau mit einem Besucherzentrum und Büros. Der Spatenstich erfolgt am 3. Dezember 2015.



22



26



76

- 10 Dieter Fröhlich**  
«Ich bin nur meinem eigenen Gewissen verpflichtet»
- 14 Kantonsratswahlen St.Gallen**  
Was die Linken bewirkt haben
- 17 Reinhard Rüesch**  
FDP als Taktgeberin im bürgerlichen Lager
- 19 Michael Götte**  
Ungenügende Anstrengungen zur Kostensenkung
- 21 Patrick Dürr**  
Die CVP als lösungsbringende Kraft
- 22 Kommentar**  
Mit mehr Mut zu einer stärkeren Regierung
- 26 Peter Rapp**  
Ein Leben für Rekorde im Kleinstformat
- 30 Joe Zinnbauer, FC St.Gallen**  
«Ich will jedes Spiel gewinnen»
- 36 Von Bruno Manser zu Marc Künzle**  
Inhaberwechsel bei domus
- 38 Konrad Hummler**  
Deflation – eine Wirklichkeit?
- 44 Kommunikationstrends**  
Was eingetreten ist – und was ausbleiben wird
- 48 Casino-Welt mit neuer Kampagne**  
Der Alltag kann warten
- 50 E,T&H**  
Interaktive Kundengespräche mit Tablets
- 60 SPECIAL Health**  
Aber wir haben es doch immer so gemacht!
- 62 Petra Kugler**  
«Off-Zeiten sind dringend nötig»
- 66 Vera Wichmann, Hotel Säntispark**  
Die Kur im 4-Sterne-Hotel
- 70 Ingrid Bregenzner**  
Von der Kunst zur Kosmetik



21



48



66



30

**75 SPECIAL Vaduz**

Kunst und Kultur

**76 Huber Fine Watches & Jewellery**

Giacometti und Rolex

**82 Hofkellerei Vaduz**

Kleines Land, grosser Wein

**84 Kunstgalerie Liechtenstein**

Kulturelle Schnittstelle

**91 Preis der Rheintaler Wirtschaft**

Auszeichnung für Oertli Instrumente AG

**92 Bertrand Piccard, Plattform Wirtschaft**

«Markt der Zukunft»

**94 Audi-Terminal in Wittenbach**

Spatenstich zum Neubau

**96 Thomas Zellweger, Prix SVC Ostschweiz**

«Wir bewerten den langfristigen Erfolg»

**98 Stephan Ziegler**

Schlusspunkt

**Markt/Publireportagen**

- 4 Cofox Office
- 20 Hypo Vorarlberg in St.Gallen
- 24 Nater AG Nutzfahrzeuge
- 29 KMU-HSG und OBT
- 33 International School St.Gallen
- 34 BTV Vier Länder Bank
- 40 Urs Gmünder AG
- 42 PwC St.Gallen/Chur
- 56 Victoriadruck AG
- 72 Swiss Alp Health GmbH

## Die verirrte Nationalrätin



**Die guten Plätze für Wahlplakate sind begehrt und schnell ausgebaut. Umso frustrierender, wenn sie dann auch noch von auswärtigen Kandidaten belegt werden. Ein Akt der Verzweiflung oder einfach schlechte Geografiekenntnisse?**

Von Marcel Baumgartner

«Höhere AHV-Renten. Gerechte Löhne. Gute Bildung.» Mit diesen Schlagworten wollte die bisherige Berner SP-Nationalrätin Margret Kiener Nellen die Wählerinnen und Wähler von sich überzeugen. Es ist ihr gelungen: Sie wurde am Wahlwochenende vom 18. Oktober wiedergewählt – trotz des von der «Weltwoche» publik gemachten Falls rund um ihre privaten Steuerabzüge.

Gut möglich, dass die 62-jährige Rechtsanwältin aber die SP des Kantons St.Gallen ein paar Stimmen gekostet hat. Während mehrerer Wochen prangten ihre Wahlplakate nämlich an den besten Plätzen in der Gemeinde Kirchberg. Man darf annehmen, dass hier entweder Frau Kiener Nellen selbst, ihr Wahlkampfunterstützer oder einfach die Plakatgesellschaft APG das st.gallische Kirchberg mit jenem im Kanton Bern verwechselt hat.

Einen Bezug hat die linke Politikerin zur Ostschweizer aber durchaus, wie sie auf Anfrage dem LEADER mitteilt. So war ihre verstorbene Mutter dereinst sowohl in St.Gallen als auch im thurgauischen Otterberg beheimatet. «Und somit hat wohl meine Genealogie durchgeschlagen und meine Plakate zu Ihnen gebracht.» Zwar habe man noch versucht, die entsprechenden Plakatflächen mit Sujets der SP St.Gallen umzukleben, jedoch vergeblich.

Mit einer Welle an Plakaten von Kiener Nellen war es dann aber noch nicht getan: Nachdem die Kirchbergerinnen und Kirchberger zwischendurch von der Bernerin «erlöst» wurden, folgte einige Wochen später prompt die zweite. Die unfreiwillige Wahlkampagne sorgte selbst bei Parteimitgliedern von Margret Kiener Nellen für Gelächter.

Und auch die «verirrte» Politikerin nahm es mit Humor. Den kurzen Mailaustausch mit der LEADER-Redaktion beendete sie wie folgt: «Sie können die Plakate entsorgen. Ein grosses Merci dafür. Herzliche Grüsse aus dem Bundeshaus.»

*Marcel Baumgartner ist LEADER-Chefredaktor und geschäftsführender Mitinhaber der insomnia GmbH.*

## Tabak: Pseudoschutz statt Freiheit

**Mit der Ausnahme von ein paar Dutzend «Nielen» habe ich nie geraucht. Trotzdem ist es höchste Zeit, sich für das Genussmittel Tabak einzusetzen und übereifrigen Beamten zu zeigen, «wo da Bartli da Moscht holt».**

von Roland Rino Büchel

Unsere Landesregierung legt dem Parlament ein völlig verfehltes Tabakproduktegesetz vor. Bundesrat Berset setzt auf Verbote und Regulierungen. Schlimmer noch: Er bezeichnet das Ding als «ausgewogen». Es ist ganz anders: Eigenverantwortung und Freiheit der Bürger werden mit Füßen getreten. Erwachsene Menschen werden zu Schutzbefohlenen. Erinnern Sie sich an die Kandidatenreden vor den Wahlen, also vor wenigen Wochen? Jeder Halbbürgerliche rief, so laut er konnte: «Deregulierung, Deregulierung!» Mit im Chor waren viele, die nie die Kraft haben werden, das Credo «weniger Staat» gegen die Widerstände aus Parteizentralen und Beamtenstuben durchzusetzen.



### Präventionskampagnen der Sittenlehrer

Bersets Bundesamt für Gesundheit hat die Jugendlichen im Visier. Die staatlich besoldeten Moralisten gaukeln vor, dass bei den Jungen ein zunehmendes Problem bestehe. Komisch, noch in diesem Frühling belegten die gleichen Beamten per Studie, dass der Tabakkonsum genau in jenem Alterssegment stark rückläufig sei... Damals wollten uns die Sittenlehrer zeigen, wie gut ihre millionenteuren Präventionskampagnen wirkten.

Jetzt tun sie so, als ob unsere Jugend ein einziger Suchthaufen sei. Der Grund für die Kehrtwende? Die Beamten wollen nun Tabakwerbung auf Plakaten, in Print- und Online-Medien sowie im Kino verbieten.

### Büchel, der Nielen-Raucher

Warum rauchte ich Nielen? Aus einem einzigen Grund: Es war verboten – und deshalb reizvoll! Aber ich habe 50 Jahre lang Werbung für Zigaretten gesehen; trotzdem wäre es mir nie im Leben in den Sinn gekommen, auch nur eine davon zu rauchen.

Es liegt nun am Parlament, der «Eigenverantwortung» und der «Freiheit» zu einem Comeback zu verhelfen. Tabak ist ein legales und gesellschaftlich anerkanntes Genussmittel. Das wollen die verbissenen Gegner nicht begreifen. Angetrieben von der Weltgesundheitsorganisation WHO machen sich die Berner Beamten daran, sich in nahezu alle Bereiche unseres Lebens einzumischen. Schleichend werden Genussmittel verdammt oder verboten. Heute ist es der Tabak. Morgen folgt der Alkohol, übermorgen der Zucker und dann das Fett. Treten wir der Entmündigung der Bürger und den Feldzügen des Staates gegen die Wirtschaftsfreiheit endlich entschieden entgegen!

Ich zähle darauf, dass die bürgerlichen Parlamentarier ihren Wahlversprechen Taten folgen lassen. Also: Volle Kraft voraus, gegen Regulierungen und Verbote! Wir Schweizer müssen tatsächlich geschützt werden. Wovor? Vor den unzähligen Missionaren unter den Politikern und Beamten, die davon beseelt sind, uns in allen Lebensbereichen «schützen» zu wollen.

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

**Buchtip I:**

Mad Business: Was in den Führungsetagen der Konzerne wirklich abgeht» – Treffen Sie Paul Hecht, eine Figur, erschaffen aus den authentischen Stimmen dutzender Topmanager, und erleben Sie eine Woche Businesswahnsinn an seiner Seite. Begegnen Sie den glamourösen und dunklen Seiten der Macht, Kampfrhetorik und Topliftgesprächen, U-Boot-Projekten und Silodenken, Prozesspolizisten und der Frage: Was macht die Hand des Chefs auf meinem Knie? Unterhaltsames Porträt eines typischen Überfliegers trifft auf anonymisierte Zitate aus den Führungsetagen der Grosskonzerne, gesammelt von zwei Insidern. ISBN 978-3-593-50124-6

**Buchtip II:**

«Tobias – Das unerwünschte Buch. Wie Absprachen der Finanzelite der Schweizer Bevölkerung schaden und warum Tobias sterben musste» – Hintergründe eines Insiders, erzählt von Swica-Gründer Hans-Ulrich Regius in einem aktuellen Wirtschaftsroman. Regius lebt heute in Teufen und im Engadin, wo er neben Tätig-

keiten als Berater in Finanz- und Versicherungsfragen ein Hotel leitet. ISBN 978-3-7323-6787-0

**Weintipp:****Crianza, Navarra DO, Bodegas Finca Albret, 2011**

Intensives, brillantes Rubinrot, Kirschenaromen in der Nase verbunden mit Cassis, Pflaumen und Brombeeren, feine Kakao-noten und etwas Schokolade. Kräftig und mächtig am Gaumen, von grosser Harmonie. Holzaromen sehr schön eingebunden, anhaltende Fruchtaromen, liebliche Tannine. Erhältlich unter anderem via [www.rutishauser.com](http://www.rutishauser.com).

## 183 Millionen Franken

spült ein neuer Auftrag der norwegischen Staatsbahnen dem Bussnanger Schienenfahrzeugbauer Stadler Rail in die Kassen. Der Auftrag umfasst die Lieferung von 26 Zügen.

**Chefsessel:**

An der Generalversammlung von Mitte November wurde mit Brigitta Mettler erstmals eine Frau in den Verwaltungsrat der FC St.Gallen AG gewählt. Die 42-jährige Thurgauerin ist seit September Präsidentin der Frauenabteilung, die in die Strukturen der FC St.Gallen AG und ins Nachwuchsprojekt Future Champs Ostschweiz integriert wurde. Die FCSG-Frauen sollen unter ihrer Führung zur besten Frauen-Fussballmannschaft der Ostschweiz werden.

**Kopf des Monats:**

## Raphael Locher, Geschäftsleiter Brauerei Locher AG, Appenzell

Im Unterschied zum Ausland, wo vielenorts weniger Bier getrunken wird, stagniert der Konsum in der Schweiz. Auffallend ist jedoch, wie gut sich mittelgrosse Brauereien wie Locher, Schützengarten, Falken oder Müller halten. Dank Spezialitäten gelang es ihnen teilweise, den Marktanteil auszubauen. Die beiden grössten Produzenten der Schweiz, Heineken und Carlsberg, verloren dagegen an Gewicht. Gerade die Brauerei Locher AG aus Appenzell sorgte in der Vergangenheit immer wieder für positive Schlagzeilen, sei es mit positiven Unternehmenszahlen oder mit neuen Produktentwicklungen, die auch weit über die Region hinaus Beachtung und Absatz finden. Mitte November überzeugte das Appenzeller Bier gar an der zweiten «Battle of the Beers» in Washington D.C. Beim Wettkampf traten Botschaften verschiedener Nationen, unter anderem von Neuseeland, Australien, Kanada und Grossbritannien, gegeneinander an und kämpften um den Titel «Best Brew Award». Erstmals war dieses Jahr auch die Schweizer Botschaft eingeladen. Sie stellte sich mit dem Holzfass- und dem Quöllfrisch-Bier der Brauerei Locher den Herausforderern. Zwar verpassten die Schweizer knapp den ersten Platz – die diesjährigen Gastgeber, die Botschaft von Neuseeland, haben mit «Hops On Pointe» und «Death From Above» gewonnen –, konnten aber dennoch einen Achtungserfolg verbuchen. Ebenso konnten die Geschäftsleiter der Brauerei Locher AG, Hans Sonderegger sowie Karl und Raphael Locher (im Bild), zahlreiche positive Reaktionen für ihr Bier verbuchen. Nicht nur der Inhalt kam gut an, auch das Design wurde gelobt. Womit einmal mehr belegt wäre, dass es auch heute noch möglich ist, als KMU gegen die ganz grossen Konzerne bestehen zu können – beziehungsweise diese gar in den Schatten zu stellen.



# «Ich bin nur meinem eigenen Gewissen verpflichtet»

**Er ist Unternehmer, war viele Jahre als Sportfunktionär aktiv und engagiert sich in der Nachwuchsförderung. Nun nimmt Dieter Fröhlich eine neue Mission in Angriff: Er kandidiert Ende Februar für die FDP für einen Sitz im Kantonsrat. Was treibt ihn an, und welche Themen will er als Parlamentarier besetzen?**

**Dieter Fröhlich, die erste Frage liegt auf der Hand. Warum will ein erfolgreicher Unternehmer in die kantonale Politik einsteigen?**

Ich war politisch immer sehr interessiert, hatte bisher aber schlicht nicht die nötige Zeit, um mich aktiv in der Politik zu betätigen. Meine Motivation ist klar: Im Fall einer Wahl möchte ich die Anliegen der KMU und des Gewerbes im Kantonsrat vertreten.

**Dieser Zielsetzung entnehme ich, dass das aus Ihrer Sicht heute noch zu wenig passiert?**

Ganz klar, ja. Und das liegt daran, dass es im Kantonsparlament zu wenig Wirtschaftsvertreter und Unternehmer gibt.

**«Eine der grossen Stärken der Schweiz ist die Kraft zur Innovation, vor allem im Technologiebereich.»**

**Das ist eine Bestandesaufnahme, die man oft hört. Aber stimmt sie auch? Es gibt eine grosse Zahl von Parlamentariern mit privatwirtschaftlichem Hintergrund.**

Ich spreche von echten Unternehmern, die in ihre Ideen investieren, die Geld riskieren, die vor allem auch Arbeitsplätze schaffen. An solchen Leuten herrscht in der Politik ganz klar ein Mangel. Und der führt dazu, dass die Anliegen dieser Gruppe kaum aufs Tapet kommen.

**Sie sagen somit indirekt, dass die Politik zu wenig unternehmerfreundlich agiert. Wie äussert sich das?**

Ganz allgemein werden Gewerbe und KMU vom Staat heute mit zu vielen Regulatorien beladen, die zu einem zeitintensiven Aufwand führen. Firmen werden auf diese Weise mit unnötigen Kosten belastet, und ihnen bleibt immer weniger Zeit für ihr Kerngeschäft. Was die Unternehmen – oft völlig unnötig – im administrativen Bereich leisten müssen, das verlieren sie an produktiver Zeit.

**Die andere Seite wird Ihnen erwidern: Auch eine freie Wirtschaft muss reguliert werden, damit sie funktioniert und nicht zügellos wird. Nicht einverstanden damit?**

Selbstverständlich braucht jedes Staatswesen gewisse Regeln. Aber diese dürfen nicht ausufern, wie das im Moment geschieht. Und vor allem lässt damit nicht begründen, dass die Regulierungsdichte immer stärker wird. Das ist eine unheilvolle Entwicklung, die wir aufhalten müssen.

**Sie sind selbst Unternehmer und damit Opfer der Entwicklung, die Sie beklagen. Kandidieren Sie also aus Eigennutz?**

Mir geht es um die allgemeine schädliche Entwicklung und nicht um mein eigenes Unternehmen. Aber selbstverständlich sind meine persönlichen Erfahrungen ausschlaggebend für meine Erkenntnisse. Was ich beschrieben habe, spüre ich am eigenen Leib: Der administrative Aufwand aufgrund staatlicher Vorgaben, den wir in der Firma heute betreiben, ist massiv höher als noch vor fünf bis zehn Jahren.

**Wie lässt sich diese Entwicklung erklären? Eigentlich mag ja niemand Regeln.**

Der Staat frisst sich immer stärker in den Bereich der Privatwirtschaft. Er sucht neue Einnahmequellen und findet sie, indem er zusätzliche Aufgaben übernimmt, für die Private besser geeignet wären. Die öffentliche Hand ist zuständig dafür, eine funktionierende Infrastruktur zu schaffen und zu erhalten, die dem Gemeinwohl nützt, also uns allen. Zudem soll der Staat dafür sorgen, dass die Unternehmen im internationalen Standortwettbewerb gute Karten haben. Natürlich gehört auch die Sicherstellung von Rahmenbedingungen beispielsweise im Umweltbereich zu den staatlichen Aufgaben, aber diese müssen vernünftig und finanzierbar sein. Hier geht zu oft jedes Mass verloren. Wer sich dagegen einsetzt, steht heute auf verlorenem Posten.

*Dieter Fröhlich:*

**«Der Staat frisst sich immer stärker  
in den Bereich der Privatwirtschaft.»**





#### Zur Person

Dieter Fröhlich (\*1958) hat an der Universität Bern Nationalökonomie studiert. Als Unternehmer hat er eine Vielzahl von Firmen im In- und Ausland gegründet, aufgebaut und geführt. Breit bekannt ist seine Funktion als Verwaltungsratspräsident der Ticketportal AG. Mehrere Jahre engagierte er sich als Präsident des FC St.Gallen und war eine der Schlüsselfiguren bei der Realisierung der heutigen AFG Arena. Als Stiftungsratspräsident der «Fussball-Nachwuchs-Akademie Ostschweiz» setzt er sich heute noch für die sportliche Förderung der Jugend ein.

**Sie sind Mitglied der FDP. War es für Sie immer klar, dass diese politische Heimat die geschilderten Interessen vertritt?**

Ich war schon immer ein Liberaler. Ich komme aus einer freisinnigen Unternehmerfamilie, habe national und international verschiedene Unternehmen gegründet und aufgebaut und Arbeitsplätze geschaffen. Die FDP steht für die Werte, die mir als Unternehmer wichtig sind, deshalb bin ich seit vielen Jahren Mitglied.

**«Ich spreche von echten Unternehmern, die in ihre Ideen investieren. An solchen Leuten herrscht in der Politik ganz klar ein Mangel.»**

**Apropos Unternehmer: Gerade diese beklagen stets, es fehle ihnen an der Zeit, sich politisch zu engagieren. Wie sieht das bei Ihnen aus?**

Ich habe mich in den vergangenen Jahren beruflich nach und nach entlastet und auch meine Nachfolgeplanung frühzeitig an die Hand genommen. Deshalb verfüge ich heute über die nötige freie Zeit, um Politik so seriös zu betreiben, wie man das tun sollte, wenn man sich für einen Einstieg entscheidet.

**Aber weshalb gerade auf kantonaler Ebene? Kann man im St.Galler Kantonsrat überhaupt etwas zu Gunsten von KMU und Gewerbe bewegen?**

Die Schweiz ist nach wie vor föderalistisch strukturiert. Es gibt auf kantonaler Ebene einen grossen gesetzgeberischen Spielraum, beispielsweise in Bereichen wie Verkehr, Ausbildung oder Umweltschutz. Es ist nicht alles von Bern vorgegeben. Zudem geht es auch um die Frage, wie der Kanton mit seinen finanziellen Mitteln umgeht. Es gibt seit einigen Jahren den ungesunden Trend, dass der Kanton aufgrund

seiner Finanzprobleme Verantwortung, Aufgaben und damit auch Kosten ganz einfach nach unten zu den Gemeinden delegiert. Das ist eine Frage, die wir genauer durchleuchten sollten: Wie kommen die Kosten auf kantonaler Ebene zustande, und wie geht der Kanton damit um? Die Kosten einfach auf die nächste Ebene zu verlagern, kann nicht die Lösung sein. Wir müssen sie grundsätzlich hinterfragen.

**Das heisst, der Versuch, mit Sparpaketen dem Staat Mittel zu entziehen und ihn so zum sorgfältigen Umgang mit dem Geld zu zwingen, ist in Ihrem Sinn?**

Auf jeden Fall. Der Personalzuwachs bei der staatlichen Verwaltung in den vergangenen Jahren war massiv, und diese Entwicklung hält an. Ich bezweifle nicht, dass die Angestellten dort ihre Aufgaben verantwortungsvoll und kompetent wahrnehmen. Aber wenn ein laufender Stellenausbau nötig ist, darf man hinterfragen, ob die Verwaltungsprozesse optimiert und die Abläufe effizient sind,

**Als Unternehmer mögen Sie schlanke Strukturen und schnelle Prozesse. Beides gibt es in einem Parlament nicht. Mahlen Ihnen die Ratsmühlen nicht zu langsam?**

Als ehemaliger Präsident des FC St.Gallen bin ich daran gewöhnt, in einem schwierigen Umfeld grosse Herausforderungen anzunehmen und entsprechende Lösungen zu suchen. Die parlamentarischen Abläufe schrecken mich keineswegs ab. Es ist immer die Frage, wie man damit umgeht.

**Aber dennoch: Ein Exekutivamt würde sich für einen Unternehmer eher aufdrängen als die Legislative.**

Ich sehe mich offen gesagt nicht als Exekutivpolitiker. Vor allem, weil mir meine Unabhängigkeit über

alles geht. Ich will nicht auf einer bestimmten Seite stehen, sondern jederzeit alles kritisch hinterfragen können. Das ist in einem Parlament möglich – und nötig.

### Werden Sie demnach im Fall einer Wahl zu einem schwer zu bändigenden «enfant terrible» innerhalb der Fraktion?

Ich bin wie gesagt ein Liberaler und Mitglied einer liberalen Partei. Mit den allermeisten Positionen der FDP kann ich mich einverstanden erklären. Das wird mich aber nicht daran hindern, meine persönliche Meinung zu vertreten und einzubringen, wenn sie auch mal von der Parteilinie abweicht. Ich bin niemandem verpflichtet ausser meinem Gewissen. Das ist eben auch ein Problem der heutigen Zeit: Es gibt zu viele Parlamentarier, die aufgrund der beruflichen Situation oder von Verbandsmitgliedschaften immer wieder vor Interessenkonflikten stehen und sich nicht unabhängig verhalten können.

## «Ich sehe mich offen gesagt nicht als Exekutivpolitiker.»

### Sprechen wir über Positionen. Gibt es Themenfelder, die Sie als Kantonsrat besonders aktiv bewirtschaften würden?

Als Unternehmer und auch von meinem Studium als Nationalökonom her interessiert mich natürlich die Finanzpolitik in all ihren Facetten. Darüber hinaus steht mir das Thema Ausbildung sehr nahe: Ich bringe 20 Jahre Erfahrung im Informatikbereich mit, stand aber auch über zehn Jahre einer Produktionsfirma vor und war in diesen Funktionen immer auch mit der Suche nach technischem Fachpersonal konfrontiert. Die Frage ist: Wie können wir solches im eigenen Kanton generieren? Wir waren in St.Gallen beispielsweise in den vergangenen Jahren gezwungen, medizinisches Fachpersonal im grossen Stil im Ausland zu rekrutieren, weil es vor Ort einfach nicht genügend gibt. Über kurz oder lang wird das zum Problem.

### Inwiefern?

Eine der grossen Stärken der Schweiz ist die Kraft zur Innovation, vor allem im Technologiebereich. Wenn es uns nicht gelingt, die Jugend an diese Themen heranzuführen, verlieren wir unsere führende Position in diesem Bereich. Das heisst aber auch, dass wir die Pädagogen, welche die Berufswahl beeinflussen, mit an Bord nehmen. Man kann nur etwas motivierend vermitteln, das man selbst kennt. Hier sehe ich viel Handlungsspielraum – gerade auch in unserem Kanton. Das ist ein Ziel, das ich ganz konkret in Angriff nehmen möchte.

Interview: Stefan Millius

Bilder: Bodo Rüedi

# Neue Arbeitszeiterfassung

Die moderne Dienstleistungsgesellschaft setzt schnelle Kommunikationswege, flexible Einsätze, grosse Mobilität sowie eine gute Erreichbarkeit voraus. Infolgedessen haben in den letzten Jahren zahlreiche Unternehmungen auf eine Vertrauensarbeitszeit umgestellt.



Von Sven Bradke

Dies erfordert ein funktionierendes, auf gegenseitigem Respekt und Vertrauen basierendes Arbeitsverhältnis.

Rechtlich gesehen verlangt das Arbeitsgesetz aber Transparenz darüber, wer an welchem Tag wie viel und zu welcher Zeit gearbeitet hat. Eine derart detaillierte Erfassung steht einer offenen, auf Vertrauen basierenden Arbeitszeit diametral entgegen. Der Bundesrat versuchte, diesen «Konflikt» zu lösen: Er erliess jüngst eine Verordnung, die unter gewissen Kriterien eine Vereinfachung der Arbeitszeiterfassung ermöglicht. Wer als Angestellter ein genügend hohes Jahreseinkommen erzielt und über eine grosse Zeitautonomie am Arbeitsplatz verfügt, der kann – wenn er dies möchte – ab nächstem Jahr von der Erfassung freigestellt werden. Dies aber nur, wenn die Sozialpartner dies in einem Gesamtarbeitsvertrag vorsehen.

### Summarische Erfassung

Möglich ist neuerdings auch, die tägliche Arbeitszeit nur mehr summarisch zu erfassen. Doch auch diese Mitarbeitenden müssen über ein Mindestmass an Autonomie verfügen. In Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten reicht hierfür eine Absprache mit den betroffenen Personen. Bei grösseren Unternehmen ist hingegen das Einverständnis einer speziellen Arbeitnehmervertretung nötig.

### Mittlere Unzufriedenheit

Die Verordnung stösst weder auf Arbeitgeber- noch auf Arbeitnehmerseite auf grosse Gegenliebe: Die Gewerkschaften zweifeln an der Rechtmässigkeit der Verordnung. Die Arbeitgeber schlagen eine baldige Revision des Arbeitsgesetzes vor. Fakt ist, dass dieser Kompromiss der Sozialpartner zwar eine offene rechtliche Frage klärt, aber wohl kaum eine Lösung für die Ewigkeit sein dürfte.

Dr. rer. publ. HSG Sven Bradke ist Wirtschafts- und Kommunikationsberater und Geschäftsführer der Mediapolis AG in St. Gallen

# Was die Linken bewirkt haben

Die bürgerlichen Parteien gehen als Sieger aus den Eidgenössischen Wahlen hervor. Nun gilt es, auf kantonaler Ebene die wirtschaftsfreundlichen Kräfte entsprechend zu stärken: Im Februar wählen wir die neue Zusammensetzung des St.Galler Kantonsrates. Was aber haben die einzelnen Parteien in der vergangenen Legislatur bewirkt? Auf den nachfolgenden Seiten beziehen die Vertreter der CVP, FDP und SVP Stellung. Auf der vorliegenden Doppelseite listen wir jene Aspekte auf, mit denen die linken Parteien den Wirtschaftsstandort St.Gallen positiv mitgestaltet haben – ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

Dies ist die wirtschaftspolitische Bilanz vonseiten der LEADER-Redaktion. Sind Sie der Meinung, dass etwas vergessen ging, können Sie es gerne hier eintragen und uns die Seite zustellen.



*Mit 3 Antriebsvarianten.*

*Der neue Vito.*

**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



Universität St.Gallen

Nutzen Sie die Chance Ihr Unternehmen  
 an der offiziellen Rekrutierungsveranstaltung  
 der Universität St.Gallen zu präsentieren.  
 Es warten über 1'700 Studierende auf Sie.

**01. - 23. März 2016**

Opening Panel      01.03.2016  
 Messe                      09.03.2016

Sponsoren



Medienpartner



Naturalsponsoren



**HSG TALENTS  
 CONFERENCE**

Connect with  
 your future.

# FDP als Taktgeberin im bürgerlichen Lager

**In den wichtigen finanzpolitischen Fragen sowie bei der künftigen Ausgestaltung der Public Governance darf die FDP für sich in Anspruch nehmen, in der zu Ende gehenden Legislatur die Führungsrolle innerhalb des bürgerlichen Lagers eingenommen zu haben.**



Reinhard Rüesch, Fraktionspräsident der FDP SG:  
«Es hagelte wüste Kritik.»

Die Sanierung der Kantonsfinanzen stellte für das Parlament in den letzten dreieinhalb Jahren eine Daueraufgabe dar. Nach den dramatisch hohen Defiziten der Vergangenheit beginnen die verabschiedeten Massnahmen nun zwar sukzessive zu greifen. Ein Blick auf das Budget 2016 aber zeigt, dass das Ziel noch nicht erreicht ist: Nach wie vor rechnet die Regierung für das kommende Jahr mit einem Ausgabenwachstum von 4,1 Prozent. Schnell wird klar: Ohne die von der Mehrheit des Rats beschlossenen Sparmassnahmen stünde St.Gallen heute vor einem Scherbenhaufen in der Gestalt weiterer, massiver Steuererhöhungen.

## Eine klare Strategie

Es war die FDP-Fraktion, die von Beginn weg Korrekturen gefordert und auf bürgerlicher Seite die Führungsrolle in der Finanzpolitik wahrgenommen hat. Für die FDP war klar, dass sowohl in Bezug auf die Einnahmen als auch bei den Ausgaben an den entsprechenden Stellschrauben angesetzt werden

**Ohne die von der Mehrheit des Rats beschlossenen Sparmassnahmen stünde St.Gallen heute vor einem Scherbenhaufen in der Gestalt weiterer, massiver Steuererhöhungen.**

soll, wobei der Hauptakzent auf dem Sparen liegen muss. Vom Grundsatz «konkrete Resultate statt plumper Effekthascherei» ist die FDP nie abgewichen – erst recht nicht, als der Elan der bürgerlichen Partner im Parlament zwischenzeitlich einzuschlagen drohte.

Der Abschluss der mehrtägigen Beratungen zum Sparpaket II im Juni 2012 illustriert dies anschaulich: Als die FDP die sofortige Ausarbeitung eines Sparpaketes III forderte, hagelte es wüste Kritik aus allen Fraktionen und vom Finanzdirektor. Drei Monate später kündigte die Regierung ihrerseits an, das (bis anhin letzte) Entlastungspaket aufgleisen zu wollen.

## Gespür für das Machbare – und Beharrlichkeit

Auch die Ausfinanzierung der neuen Pensionskasse für das Staatspersonal trägt die klare Handschrift der FDP. Gegen den Willen der Fraktion wollte eine Mehrheit des Kantonsrats anfänglich die Kosten von rund 300 Millionen Franken ausschliesslich mit Steuergeldern decken, während die Staatsangestellten keine Beiträge an die Sanierung ihrer eigenen Pensionskasse hätten leisten müssen. Doch die FDP hielt dagegen und erwirkte wenige Monate später eine grundlegende Kurskorrektur: Das neue Pensionskassengesetz freisinniger Prägung brachte den Wechsel von Leistungs- zum Beitragsprimat und stellte sicher, dass das Staatspersonal 25 Prozent, maximal aber 75 Millionen Franken an die Sanierungskosten der Pensionskasse beitragen muss. Das Stimmvolk stimmte dieser fairen Lösung, die sich mit Beispielen aus der Privatwirtschaft durchaus vergleichen lässt, im Juni 2013 mit über 70 Prozent zu.

Im Rahmen der künftigen Umsetzung der Public Corporate Governance hat die FDP gezeigt, dass sie auch ausserhalb der Finanzpolitik mit Erfolg tragfähige bürgerliche Allianzen im Interesse des Kantons schmieden kann. Gegen jahrelange, teils erbittert geführte Widerstände bewies die Fraktion einen langen Atem. Künftig wird es nicht mehr so sein, dass Regierungsräte noch in jenen Verwaltungs- bzw. Stiftungsräten von öffentlich-rechtlichen Institutionen Einsitz nehmen, bei denen sie von Amtes wegen gleichzeitig aufsichtsrechtliche respektive hoheitliche Kompetenzen wahrnehmen. Die auf Initiative der FDP im Februar 2015 gefällten Entscheide bieten Gewähr dafür, dass Interessenkonflikte im Zusammenhang im Aufsichts- und Leitungsfunktionen von Regierungsmitgliedern künftig vermieden werden können.

Text: Reinhard Rüesch,  
Fraktionspräsident FDP, Kanton St.Gallen

Bild: zVg.

Wenn du  
trotz **Erkältung**  
zur **Arbeit**  
gehst



## Alcacyl® Grippe

Bei Schnupfen mit erkältungs-  
und grippebedingten Schmerzen  
und Fieber

Erhältlich in Apotheken

[www.haenseler.ch/alcacyl](http://www.haenseler.ch/alcacyl)

**Lesen Sie die Packungsbeilage**



HÄNSELER  
SWISS PHARMA

Hänseler AG, CH-9100 Herisau

# Einfach nur Rückenwind



© Kontronline.ch

IVECO ISUZU



**NATER**  
Stad | Gossau | Müllheim

# Ungenügende Anstrengungen zur Kostensenkung

**Die bald zu Ende gehende Legislatur 2012-2016 war von der Finanzpolitik geprägt. Demzufolge waren die Kantonsfinanzen während praktisch jeder Session das dominierende Thema.**



Michael Götte,  
Fraktionspräsident  
der SVP Kanton SG

Die Notwendigkeit von Sparmassnahmen zeigte sich unter anderem bei der Entwicklung des Eigenkapitalbestandes: Vom Höchststand 2009 waren nach den Bezügen von 1,4 Milliarden Franken für die Defizitdeckung Ende 2014 lediglich noch 600 Millionen vorhanden. Die Tendenz ist leider weiterhin rückläufig. 2012 genehmigte der Kantonsrat den Aufgaben- und Finanzplan (AFP) 2013–2015 mit dem Auftrag an die Regierung, ein Sparpaket von insgesamt 200 Millionen Franken vorzubereiten. Der AFP zeigte aufgrund des geplanten Ausgabenwachstums von rund vier Prozent die Notwendigkeit, aus einer reinen Ausgabenpolitik auf finanzielle Nachhaltigkeit umzuschwenken.

## 20 Prozent mehr Steuern

Das Sparpaket der Regierung enthielt nur zur Hälfte tatsächliche Einsparungen. Die Anstrengungen der einzelnen Departemente zur Kostensenkung waren teilweise ungenügend. Die anschliessend von der SVP-Fraktion gestellten Anträge, darunter eine differenzierte Reduktion des Personalaufwands und

**Trotz aller Anstrengungen kann man nicht wirklich davon sprechen, dass der Kanton spare, geschweige denn «kaputtgespart» werde.**

ein Moratorium für Bauprojekte im Kulturbereich, fanden keine Mehrheit. Jedoch unterstützte der Kantonsrat die Prüfung der Einführung von kostensparenden Minimalstandards für Bauten, die von der SVP-Fraktion beantragt wurden, ebenso wie punktuelle Einsparungen im Personal- und Sachaufwand. Gegen die Stimmen der SVP-Fraktion beschloss der Kantonsrat die Senkung des Pendlerabzugs, was einer indirekten Steuererhöhung gleichkommt. Dabei werden jedoch die Bewohner in den Landregionen benachteiligt, die für den Arbeitsweg auf das Auto angewiesen sind. Trotz des entschlossenen Widerstandes der SVP beschloss der Kantonsrat für 2013 eine Erhöhung des Steuerfusses von zehn Prozent. Dies, nachdem bereits für das Jahr 2012 der Steuerfuss um ebenfalls zehn Prozent erhöht wurde. Das heisst 20 Prozent mehr Steuern in nur zwei Jahren!

## Jährlicher Mehraufwand

An den ausserordentlichen Sessions im Juni und August 2013 wurden 66 Einzelmassnahmen für die Entlastung des Staatshaushaltes debattiert, darunter auch solche, die Mehreinnahmen generieren sollten. Gegen die Stimmen der SVP beschloss der Kantonsrat unter anderem die Einstellung von 14 zusätzlichen Steuersekretären, die Anschaffung von fünf semistationären Geschwindigkeitsmessanlagen und einer Minimalsteuer für Unternehmungen. Insgesamt werden vom «Entlastungsprogramm 2013» in den nächsten Jahren Ausgabenkürzungen von rund 111 Millionen erwartet.

Trotz aller Anstrengungen kann man nicht wirklich davon sprechen, dass der Kanton spare, geschweige denn «kaputtgespart» werde, wie das oft von den nicht-bürgerlichen Parteien behauptet wird. Bestenfalls konnte das Ausgabenwachstum gebremst werden. Für die kommenden Jahre rechnet man aufgrund des aktuellen Finanz- und Aufgabenplans mit einem jährlichen Mehraufwand von durchschnittlich 2,2 Prozent.

## Investitionen in Spitäler

Ein weiterer Schwerpunkt der Legislatur waren die Spitalvorlagen. Beschlossen wurde 2014 für rund 930 Millionen Franken die Sanierung oder Erweiterung der folgenden Spitäler: Wattwil für 85 Millionen Franken, Linth für 98 Millionen, Grabs für 137 Millionen, Altstätten für 85 Millionen und das Kantonsspital St.Gallen für 400 Millionen. Für das Ostschweizer Kinderspital wurde ein Darlehen von rund 125 Millionen bewilligt.

Zum Legislaturabschluss werden wir noch einige grosse Geschäfte beraten, dazu zähle ich das neue kantonale Baugesetz, die neue Immobilienstrategie der Spitäler wie auch die Justizreform. Wir haben somit noch einiges zu erledigen, bevor ein abschliessendes Fazit über die zu Ende gehende Legislatur zu ziehen ist.

Text: Michael Götte,  
Fraktionspräsident SVP, Kanton St.Gallen

Bild: zVg.

# Empfang der Hypo Vorarlberg in St. Gallen

**Der Pfalz Keller im Stiftsbezirk bot den beeindruckenden Rahmen für den Empfang der Hypo Vorarlberg in St. Gallen. Niederlassungsleiter Dieter Wildauer lud zu einem abwechslungsreichen Abend, bei dem die Kunden der grössten Vorarlberger Bank im Mittelpunkt stehen sollten.**

Von links: Niederlassungsleiter St. Gallen Dieter Wildauer, Referent Jens G. Korte, Moderatorin Claudia Marty, Vorstandsvorsitzender Hypo Vorarlberg Dr. Grahammer, Mitglied Niederlassungsleitung Hypo St. Gallen Dipl.-Kfm. Thomas Reich.



In seinen Begrüssungsworten bedankte sich Dr. Michael Grahammer, Vorstandsvorsitzender der Hypo Vorarlberg, bei den anwesenden Gästen für ihr Vertrauen und ihre Treue und gab Einblicke in das erfolgreiche Geschäftsmodell der Hypo Vorarlberg.

Im Anschluss lieferte der bekannte Wirtschaftsjournalist und Wahl-New Yorker Jens G. Korte packende und authentische Einblicke in die amerikanische Wirtschafts- und Finanzwelt. Unter dem Titel «Die wirtschaftliche Zukunft der USA – Auswirkungen auf die Schweiz und Europa?» erläuterte er in seinem Vortrag wesentliche Treiber der grössten Volkswirtschaft der Welt. Freigeister wie Steve Jobs haben mit richtungsweisenden neuen Ideen ganze Branchen revolutioniert, genauso wie die neuen Geschäftsmodelle der «Gig Economy», wie z. B. der Taxiservice Uber, der über Online-Plattformen seine variabel bepreisten Dienstleistungen anbietet.

Überraschend wenig Einfluss auf die Börsenstimmung schreibt Korte dem US-Wahlausgang und einer möglichen Zinserhöhung zu. Für weit mehr Diskussionen am Börsenparkett sorgen derzeit mögliche Blasenbildungen z. B. aus dem rasant steigenden Volumen aus Studentenkrediten, das bereits über 1,3 Billionen Dollar liegt. Ein weiterer Risikofaktor sind die enorme Beschleunigung und Digitalisierung der Börsengeschäfte, die zwischenzeitlich grossteils über Algorithmen und nicht mehr über Makler abgewickelt werden.

Sichtlich beeindruckt von Jens Kortes Ausführungen nutzten die Gäste und Vertreter aus der heimischen Gesellschaft und Wirtschaft beim anschliessenden Apéro die Gelegenheit zum ausgiebigen Austausch.

## Grenzüberschreitendes Know-how

- Die Hypo Vorarlberg in St. Gallen ist Teil der grössten Vorarlberger Regionalbank mit Sitz in Bregenz und über 700 Mitarbeitenden sowie einer Bilanzsumme von rund EUR 14 Mrd.
- Ergebnis vor Steuern im Konzern per 30.09.2015: EUR 97 Mio.
- Die Hypo Vorarlberg ist seit 1997 in der Schweiz tätig
- Liegenschaft in der Bankgasse 1 in St. Gallen ist im Eigentum

## Unsere Stärken:

- Finanzierung von Immobilien und KMU's, auch Tranchen über CHF 10 Mio.
- Beste Vernetzung in der Schweiz, Österreich und Süddeutschland
- Individuelle, unabhängige und persönliche Private Banking Betreuung
- Die Hypo Vorarlberg steht für Kompetenz, Effizienz und Flexibilität

## Kontakt:

Dieter Wildauer, Niederlassungsleiter  
Vorarlberger Landes- und Hypothekenbank Aktiengesellschaft, Bregenz, Zweigniederlassung St. Gallen

Bankgasse 1, CH-9004 St. Gallen

Tel. +41 (0)71 228 85 00

E-Mail: dieter.wildauer@hypobank.ch

www.hypobank.ch

# Die CVP als lösungsbringende Kraft

**Als zweitstärkste Kraft im Kantonsrat konnte die CVP-EVP-Fraktion die St.Galler Kantonspolitik in der laufenden Legislatur massgebend gestalten. Sie war in den meisten Fragen die lösungsbringende und konstruktive Kraft. Wir beschränkten uns nicht auf die blossе Polarisierung von Problemen.**



Patrick Dürr, Kantonsrat und Präsident der CVP SG

Die Arbeit der CVP zeichnete sich aus durch ein sachorientiertes Engagement zum Wohl der Menschen und ihrem Zusammenleben in Gesellschaft, Wirtschaft und Staat. Die Fraktion sorgte zusammen mit ihren Regierungsräten Martin Gehrer und Beni Würth für eine nachhaltige Entwicklung unseres Kantons. Für die CVP geht Mitte nächstes Jahr aber auch die erste Amtsdauer der Fraktionsgemeinschaft mit der EVP zu Ende. Die Erfahrungen waren sehr positiv, und die bürgerliche Mitte konnte gestärkt werden.

## **Kantonsfinanzen wieder ins Lot gebracht**

Regierungsrat und Finanzdirektor Martin Gehrer gebührt grosse Anerkennung für die souveräne und umsichtige Leitung der ungemein herausfordernden Spardebatten im Entlastungsprogramm 2013. Gehrer war und ist in seinem Amt gefordert wie kaum ein Finanzdirektor vor ihm. Er hat sich dieser Herausforderung verantwortungsbewusst gestellt und den nötigen Sparprozess aktiv an die Hand genommen. Mit

## **Das Volk will eine kostengünstige, wohnortnahe und vernetzte Grundversorgung in den Regionen.**

grosser Dossierkenntnis, ausgeprägtem Sinn für das Machbare und hoher Glaubwürdigkeit hat es Gehrer geschafft, in einer polarisierten Politlandschaft den Kanton St.Gallen wieder auf ein gesundes finanzpolitisches Fundament zu stellen.

Die CVP-EVP-Fraktion liess sich bei der Beratung der einzelnen Entlastungsmassnahmen sowohl auf der Ausgaben- als auch auf der Einnahmenseite vom Grundsatz leiten, ein gesamtheitliches Paket zu schnüren und Partikularinteressen und regionalen Sensibilitäten in den Hintergrund zu stellen. Die Fraktion trug deshalb auch Massnahmen mit, die für sich alleine betrachtet sehr einschneidend scheinen, im Sinne des ganzen Pakets aber notwendig sind. Die Forderung, die Staatsfinanzen ohne zusätzliche Steuerfusserhöhung zu sanieren, war wegleitend.

## **Stärkung von Bildung und Innovation**

Die politischen Schwerpunkte der CVP-EVP-Fraktion lagen auf dem Bildungswesen und der Wirtschaft. Damit die Wirtschaft auch künftig über genügend Fachkräfte verfügt und sich der Nachwuchs entsprechend den eigenen Fähigkeiten und Interessen ausbilden kann, braucht es ein innovatives Bildungssystem. Wir setzten uns an vorderster Front für das Forschungs- und Innovationszentrum Rheintal am NTB Buchs («Rhysearch») und den Neubau des Forschungszentrums der Hochschule für Technik Rapperswil ein. Dies sind essenzielle Beiträge zur nachhaltigen Stärkung des strukturschwachen Kantons. Das St.Galler Volk hat dies an der Urne deutlich bestätigt.

Dank dem Engagement der CVP-EVP-Fraktion wird das Angebot für ein Architekturstudium in St.Gallen angeboten. Dies hilft mit, den Mangel an gut ausgebildeten Personen in der Region zu beseitigen.

## **Bekanntnis zu den Spitalvorlagen**

Der Erneuerungsbedarf an den höchst sanierungsbedürftigen Spitalbauten in Altstätten, Grabs, Wattwil, Uznach, des Kantonsspitals St.Gallen sowie des Neubaus des Ostschweizer Kinderspitals stand für die Mehrheit des Kantonsrates ausser Zweifel. Einzig beim Lösungsansatz gingen die Meinungen bei den bürgerlichen Fraktionen auseinander. Die CVP-EVP-Fraktion hat sich nach eingehenden und umfassenden Beratungen basierend auf den Argumenten Regionen, Qualität, Zeit und Kosten von Anfang an für die Bauvorlagen und das Darlehen an das Ostschweizer Kinderspital ausgesprochen.

An der Urne hat das St.Galler Volk diese Haltung mit rund 80 Prozent Zustimmung bestätigt. Das Volk will eine kostengünstige, wohnortnahe und vernetzte Grundversorgung in den Regionen. Mit den Investitionen verbunden sind aber auch weitere Leistungskonzentrationen.

Text: Patrick Dürr, Präsident CVP, Kanton St.Gallen

Bild: Leo Boesinger

# Mit mehr Mut zu einer stärkeren Regierung

**Die anstehende Doppelvakanz in der St.Galler Regierung sollten wir als Gelegenheit zu einem mutigen Schritt verstehen. Denn wie die Parteien auch noch im 21. Jahrhundert ihre Kandidaten für Regierungsämter festlegen, entspricht einem altertümlichen Modell, das niemandem nützt. Ein Regierungsratssitz darf keine Belohnung für Partei- und Parlamentsarbeit sein, sondern muss von Leuten besetzt werden, die St.Gallen weiterbringen – und zwar auch ausserhalb der Kantonsgrenzen. LEADER präsentiert einen unkonventionellen, aber ernst gemeinten Vorschlag.**

Wie wird man Regierungsrat? Ganz einfach: Man engagiert sich in einer der Parteien, die in der Regierung eingebunden sind, am besten bereits in der Jungpartei. Parallel dazu absolviert man ein Jus- oder ein Wirtschaftsstudium oder macht eine Lehre auf einer Gemeindeverwaltung mit späterer Wahl zum Gemeindepräsidenten. Ausserdem engagiert man sich in einer Vielzahl von Vereinen und Verbänden, vernetzt sich, lässt sich in lokale Gremien wählen und wird schliesslich zum geeigneten «Material» für Kantonsratswahlen. Zu diesen tritt man ein Mal vergeblich, das zweite Mal dann erfolgreich an. Während der Parlamentszeit profiliert man sich als im Rat als stiller Schaffer mit

westlich davon, heisst es allenthalben. Der Osten bleibt aussen vor. Öffentlicher Verkehr, Standort von Bundeseinrichtungen, Gelder für Projekte: Überall wird investiert, nur bei uns nicht. Das sind keine inhaltsleeren Lamentos, es stimmt zum Teil wirklich. Und man müsste Gegensteuer geben. Aber zunächst sollten wir darüber nachdenken, warum es ist, wie es ist. Eine mögliche Massnahme ist es, die Regierung mit profilierten Persönlichkeiten zu bestücken, die man nicht so einfach übergehen kann.

## **Steigbügel in falsche Richtung**

Heute ist es umgekehrt. Man wählt Regierungsräte nach den oben beschriebenen Kriterien, und wenn sie sich bewähren, werden sie früher oder später Thema in Bern – als National- und Ständeräte. Zahlreiche St.Galler Regierungsmitglieder haben sich gewissermassen als Ausklang der politischen Karriere einige Jahre in Bern gegönnt. Aber was sagt uns das? Sollte eine Laufbahn nicht eigentlich nach oben verlaufen? Ist ein Ständeratsmandat mehr wert als eine Regierungsposition? Ist die Regierung ein Steigbügel für höhere Weihen? Wir sollten beginnen, das Regierungsgremium aufzuwerten, indem wir sagen: Nur die Besten sind gut genug, und ein Wechsel nach Bern ist keine Verbesserung.

St.Gallen hatte in der Vergangenheit und auch in der heutigen Besetzung so manches gute und hin und wieder ein sehr gutes Regierungsmitglied. Aber nicht dank, sondern trotz des Auswahlprozederes. In Weiterentwicklung des unsäglichen kantonalen Slogans «St.Gallen kann es» sollten wir selbstbewusst und selbstverliebt genug sein, um zu sagen: Wir geben uns nicht zufrieden mit Kandidaten, die das übliche Profil mitbringen und genau den Weg beschritten haben, von dem sie wussten, dass er früher oder später auf die Regierungsbank führt. Wir sollten nicht die

**Wer beklagt, dass sich St.Gallen gegen aussen zu wenig gut verkaufe, dem muss man offen sagen: Man kann nur verkaufen, was man hat.**

gelegentlichen öffentlichkeitswirksamen Auftritten, in der Partei macht man sich unentbehrlich durch die Übernahme diverser undankbarer Mandate. Extrempositionen vermeidet man, visionäre Vorschläge diskutiert man maximal mit der Ehefrau, aber nicht öffentlich. Der Ausgleich steht über allem, garniert mit der einen oder anderen verbalen Spitze Richtung politischen Gegner. Früher oder später wird man mit diesem Profil zwingend auf der Liste der Namen erscheinen, die bei Vakanzen in der Regierung ganz einfach berücksichtigt werden müssen.

Nur: Findet man so die besten Regierungsräte? Und wenn nein: Wie könnte man es besser machen?

Die Ostschweiz im Allgemeinen und St.Gallen im Besonderen halten sich permanent für übergangen. «Die in Bern» tun alles für Zürich und die Regionen



*Der Vorschlag des Unternehmergezins LEADER lautet: Macht Pierin Vincenz zum Regierungskandidaten!*

Absicht, Regierungsrat zu werden, belohnen, sondern die Fähigkeit, es zu sein. Warum «scannen» wir nicht einfach die Region nach echten Talenten? Das wurde sogar bereits einmal gemacht, und zwar im Fall von Martin Klöti, der – Sakrileg! – zum Zeitpunkt des Wahlvorschlags nicht einmal im Kanton St.Gallen zuhause war. Es gab zahlreiche Freisinnige, die es nicht besonders prickelnd fahnden, dass die «Scouts» der Partei im Thurgau fündig geworden waren. Dabei ist das nur konsequent. Und wir sollten es wieder tun.

## **Wir sollten nicht die Absicht, Regierungsrat zu werden, belohnen, sondern die Fähigkeit, es zu sein.**

### **Pierin Vincenz als logische Wahl**

Der Vorschlag des Unternehmergezins LEADER lautet deshalb: Macht Pierin Vincenz zum Regierungskandidaten. Hier ist ein Mann, der alles

mitbringt, was es braucht: wirtschaftlichen Sachverstand, Führungserfahrung, Durchsetzungsvermögen, Kompromissbereitschaft, intime Kenntnisse der Region und ein Netzwerk, das seinesgleichen sucht. Mit nicht einmal 60 Jahren und in bester körperlicher Verfassung ist er in der Lage, in den nächsten acht Jahren alles für den Kanton St.Gallen zu geben. Vincenz wohnt in Teufen, aber das ist nichts, was man nicht ändern kann, abgesehen davon, dass Teufen nüchtern betrachtet ohnehin ein St.Galler Vorort ist. Und das Wichtigste: Pierin Vincenz hat schweizweit Ausstrahlungskraft. Da hätten wir endlich einen Regierungsrat, den man in Bern ganz einfach zur Kenntnis nehmen muss! Wer beklagt, dass sich St.Gallen gegen aussen zu wenig gut verkaufe, dem muss man offen sagen: Man kann nur verkaufen, was man hat. Und wenn wir dauernd Leute in die Regierung berufen, die nach 12 oder 16 Jahren gnädigerweise ins Bundeshaus aufgenommen werden, die man aber bei Amtsantritt über St.Gallen hinaus kaum kannte, was erwartet man denn da?

Natürlich hat der Vorschlag seine Tücken: Zum einen hat Vincenz erst gerade eine neue Aufgabe als Verwaltungsratspräsident der Helvetia übernommen. Zum anderen ist nicht klar, ob er sich wirklich zum Ausklang der beruflichen Laufbahn ausgerechnet die Politik mit ihren oft langfädigen, von Irrationalität geprägten Prozessen antun will. Andererseits ist er, wie er mit klaren Voten zur Finanzpolitik oft genug bewiesen hat, durchaus ein politischer Mensch. Und immerhin sass sein Vater einst für Graubünden im Ständerat. Fragen kostet jedenfalls nichts.

Text: Stefan Millius

Bild: zVg.

Anzeige

# Die Post macht vieles einfacher. Auch für Ihre Kunden.

Das Empfangen von Paketen wird für Ihre Kunden immer einfacher. Bei Onlinebestellungen können Sie ihnen die Abend- und Samstagzustellung anbieten. Oder den Versand an eine der über 700 PickPost-Stellen oder an einen My Post 24-Automaten. Viele weitere Services stehen zur Auswahl.

Alle Infos unter [post.ch/paketwelt](https://post.ch/paketwelt)

**Auch das ist die Post.**

**DIE POST**   
Gelb bewegt.

# Für 2016 stehen spannende Neuheiten am Start

**Freuen Sie sich auch aus nutzfahrzeugtechnischer Sicht auf das kommende Jahr: Fiat Professional wird mit dem SCUDO ein Nutzfahrzeug vorstellen, das sich komfortabel wie ein Kompaktvan präsentiert. Auch Isuzu wird mit dem NEW D-MAX dort sein, wo die Musik spielt. Und auch Iveco wird mit dem EUROCARGO von sich reden machen.**

Sie ist so selbstverständlich, dass wir sie nicht mehr hinterfragen: die Zeit. Die gesteigerte Geschwindigkeit in Gesellschaft, Beruf und Privatleben allerdings verändert unser Verhältnis zur Zeit. Technologien haben die Welt schon immer neu definiert, nur geschieht das heute zusätzlich in einem rasend schnellen Tempo. Während es zum Beispiel rund 50 Jahre dauerte, bis die Hälfte der Amerikaner ein Telefon besass, nutzten nach nur einem Jahr nach Einführung bereits sechs Millionen Menschen Facebook – heute sind es über eine Milliarde User. Und das Tempo des technologischen Wandels macht auch bei den Nutzfahrzeugherstellern nicht Halt. Es gilt allgemein die Devise: Alles von heute ist morgen bereits von gestern... Es wird optimiert in Bezug auf

Leistung, Wirtschaftlichkeit, Zuverlässigkeit, Komfort und Sicherheit. Und ganz gross geschrieben wird ein besonderer Anspruch in der heutigen Zeit: Individualität trotz Standard. Längst kann der Kunde heute aus einer ganzen Modellpalette auswählen und sein Fahrzeug zusätzlich nach seinen Bedürfnissen konfigurieren.

#### **Ihr Partner – nah und zuverlässig.**

Die Neuheiten, welche unsere Partner betreffen, sind der Iveco EUROCARGO, der Fiat SCUDO sowie der führende Pick-up auf dem Schweizer Markt, der NEW D-MAX von Isuzu. Während der Eurocargo bereits in vielen Varianten erfolgreich im Einsatz steht, werden die beiden anderen Fahrzeug-

*Zahlreiche Modelle mit noch mehr Varianten: Der neue EUROCARGO soll den vielfältigen Bedürfnissen der Kunden auf noch bessere und umfassendere Weise gerecht werden.*



Praktisch, geräumig und nutzbar bis in den letzten Winkel: Der Fiat SCUDO wird im Frühjahr 2016 auf den Markt kommen. (Bild: ConceptCar)



Linien im kommenden Jahr auf den Schweizer-Markt kommen – spannende Konzepte auf technischem Höchststand. Dank innovativer und hochmoderner Technologien soll das Fahren für den Fahrzeughenker noch leichter, noch sicherer und vor allem noch angenehmer gestaltet werden. Leistung, Effizienz und Komfort verschmelzen zu einer Einheit. Heute sind wir stolz sagen zu dürfen: Die Nater AG hat dank ihrer Markenvertretungen Iveco, Isuzu und Fiat Professional für jeden professionellen Einsatz das richtige Fahrzeug – über die RENTIR AG auch zur Miete. Und mit umfassenden Service-Dienstleistungen garantieren wir unseren Kunden auch nach dem Kauf eines Fahrzeugs immer genügend Rückenwind...

#### **Eurocargo – Perfekt in allen Situationen**

Der Eurocargo ist ein äusserst zuverlässiges Fahrzeug mit einer langen Erfolgsgeschichte. 1991 kam der Eurocargo von Iveco als erstes Fahrzeug seiner Klasse auf den Markt und gewann seither viele internationale Auszeichnungen. Mit der neusten Generation hat Iveco ein Fahrzeug lanciert, das an Wettbewerbsfähigkeit und Produktivität kaum zu überbieten ist. Es stellt sich den Herausforderungen und den Bedürfnissen der Kunden und soll ihnen noch besser und umfassender gerecht werden. Mit dem Slogan «Perfekt in allen Situationen» fasst Iveco das breite Leistungsspektrum zusammen: Der Kunde hat die Möglichkeit, das Fahrzeug seinem Einsatz entsprechend zu konfigurieren, egal ob im städtischen Verteilerverkehr, in der Bauwirtschaft, beim Stückgut-Transport oder bei kommunalen Dienstleistungen. Kein anderes Modell bietet eine vollständigerere Produktpalette als der Eurocargo. Aus 11 000 verschiedenen Kombinationen, erzeugt aus 14 unterschiedlichen Tonnagen, 7 Motoren, 13 Getrieben, 15 Radständen und 3 Fahrerhausvarianten, findet jeder Anwender für sich seinen «perfekten» EUROCARGO. Der EUROCARGO ist der einzige Medium-Lkw, der mit seinen leistungsstarken 4- und 6-Zylinder-Motoren auf die von Fiat Powertrain (FPT) paten-

tierte IVECO HI-SCR Technologie zurückgreift. Mit bis zu 236 kW (320 PS) und einem Drehmoment bis zu 1100 Nm zeigt der EUROCARGO nicht nur im Stadtverkehr, sondern auch auf Mittel- und Langstrecken hervorragende Leistungen.

#### **Neues 12-Gang-EuroTronic-Getriebe**

Neben der HI-SCR Technologie ist die Einführung des neuen automatisierten 12-Gang-EuroTronic-Getriebes, das auch mit der Anhänger-Version kompatibel ist, ein echtes Highlight. Das neue elektronische Stabilitätsprogramm ESP ist bei den Versionen von 11 t bis 19 t zulässiger Gesamtmasse serienmässig und sorgt für optimale Stabilität und Sicherheit. Der EUROCARGO zeichnet sich durch eine riesige Auswahl an Aufbauarten aus und ist für nahezu jeden Einsatzzweck geeignet. Das Fahrzeug besticht auf den ersten Blick durch seine unverwechselbare Linienführung und sein dynamisches Design. Im Fahrerhaus sind alle Instrumente klar und übersichtlich angeordnet, die einzelnen Funktionen sind einfach und intuitiv zu bedienen.

Auch der neue Eurocargo verfügt, wie der neue Stralis und der neue Trakker, über die auf Exzellenz ausgerichteten, grundlegenden Werte von Iveco: Verpflichtung, Zuverlässigkeit, Leistung, Teamgeist und Kraft. Diese Werte teilt der Eurocargo mit der neuseeländischen Rugby-Nationalmannschaft, die in ihrer Geschichte mehr gewonnen hat als alle anderen und eben erst in diesem Herbst den Weltmeistertitel erfolgreich verteidigt hat.



#### **Ihr Kontakt:**

Nater AG Nutzfahrzeuge  
Ralph Nater  
Geschäftsführer

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

# Ein Leben für Rekorde im Kleinstformat

**Peter Rapp hat sein Leben schon als Kind den Briefmarken verschrieben: «Ich habe früh erkannt, dass ich mein Hobby zum Beruf machen muss; das war wie eine Berufung für mich.» Dieses Jahr feiert der Wiler Doyen der Philatelie seinen 70. Geburtstag. Sein international führendes Auktionshaus für Briefmarken besteht seit 45 Jahren.**

Es ist eine Art Tellerwäscherkarriere mit typischem Ostschweizer Einschlag: Die Bescheidenheit ist Peter Rapp erhalten geblieben – das Rampenlicht sucht er nicht, ja er scheut es sogar. Aber seine Leidenschaft hat ihm zu internationalem Ansehen verholfen: Rapp gilt als weltbekanntester Briefmarkenauktionator und führt heute eines der renommiertesten Auktionshäuser mit einer Geschichte im Zeichen der Rekorde. Das zeigte sich auch an seiner Geburtstagsparty, die sein Team um seine Tochter Marianne Rapp Ohmann organisierte und an der ihn Kunden aus aller Welt überraschten und beglückwünschten. Was aber steckt hinter der Faszination, die Rapp weltweit Respekt in der Briefmarkenbranche verschaffte?

*Peter Rapp weiss, worauf man bei wertvollen*

*Briefmarken achten muss – sein Sachverstand ist weltweit gefragt.*

## **Im Guinness-Buch der Rekorde**

Die kleinsten Wertzeichen der Welt erzielten in den Jahrzehnten seiner Geschäftstätigkeit immer wie-

der Höchstpreise. Den Durchbruch schaffte Peter Rapp 1979 mit einer legendären Auktion, an der 25 Millionen Franken realisiert wurden, und zwar mit Preisen, die seither für bestimmte Sammelgebiete nie wieder erreicht worden sind. Sogar einen Eintrag ins Guinness-Buch der Rekorde schaffte Rapp: Seine Auktion im Jahr 1980 gilt mit einem Umsatz von mehr als 33 Millionen Franken bis heute als die grösste Auktion aller Zeiten. Seit Jahrzehnten gelten Rapps Auktionen mit regelmässigen Umsätzen von gegen zehn oder sogar mehr Millionen Schweizer Franken als die grössten überhaupt.

Anfangen hat Peter Rapp ganz klein: Als Kind lernte er von seinem Grossvater, einem begnadeten Hobbyphilatelisten, worauf es bei Briefmarken ankommt, und schon als Jugendlicher verdiente er sein erstes Geld mit Briefmarken. In den Sechzigerjahren lernte Rapp nach seiner Lehre als Maschinenbauzeich-



ner das philatelistische Handwerk bei einem prominenten deutschen Auktionshaus von der Pike auf – zusammen mit seiner Begeisterung war dies der Grundstein für den frühen Schritt in die erfolgreiche Selbstständigkeit, den der junge Geschäftsmann und Philatelist 1970 wagte: «Ich war überzeugt, dass Briefmarken und Briefe besonders bewahrenswerte Kulturgüter sind, die auch einen beträchtlichen Handelswert mit einem vielversprechenden Zukunftspotenzial haben.»

### **Knochenarbeit und Vertrauen**

Trotz Erfolgen und Rekorden ist ihm die Bescheidenheit und Zurückhaltung wichtig geblieben. Denn gerne erinnert sich Peter Rapp noch an das erste Firmenmutter in Wil. Seine erste Auktion führte er 1971 im Bahnhofbuffet Zürich durch, weitere Auktionen organisierte Rapp danach in renommierten Hotels der Wirtschaftsmetropole. Doch mit der Zeit wurde es zu umständlich und zu wenig kundengerecht, die prestigeträchtigen Auktionen in gemieteten Räumlichkeiten durchzuführen, sodass 1985 – also vor genau 30 Jahren – die erste Auktion im eigenen repräsentativen Auktionshaus in Wil durchgeführt wurde.

## **Vom 18. bis 21. Mai 2016 kommen erneut Briefmarken der Superlative unter den Hammer.**

Der Erfolg ist mit Knochenarbeit sowie Detailkenntnissen der Weltbriefmarkenmärkte und der philatelistischen Geschichte verbunden. Zuerst aber steht das grosse Vertrauen der Kundschaft in die Experten und die Seriosität der Auktionen. Peter Rapp ist deshalb ein Mann von Welt: Heute in Berlin, morgen in New York und bald darauf in Hongkong – die Kundenreisen von Rapp und seinem Team sind anstrengend, aber lohnenswert: «So lernen wir immer wieder neue Sammler kennen und entdecken philatelistische Raritäten. Die persönliche Beziehung zu den Kunden ist mir wichtig.»

### **Aus aller Welt nach Wil**

Rapp macht aber auch keinen Hehl daraus, dass es in den letzten zwei Jahren schwieriger geworden ist, an gute Ware heranzukommen, denn: «Viele Menschen fühlen sich heute wohler mit Sachwerten als mit Bargeld oder Wertpapieren und wollen ihre Raritäten nicht verkaufen. Die Nachfrage nach seltenen und guten Marken ist nach wie vor enorm gross, aber das Angebot ist knapp.»

Die partnerschaftlichen Beziehungen zeigen sich auch darin, dass es vielen Kunden nicht zu weit ist, von überall her auf der Welt alle 18 Monate zu den Auktionen nach Wil zu pilgern: Italiener, Engländer, Amerikaner, Deutsche, Schweizer und der neue Geldadel aus Russland und China. Sie alle haben

## Trader des Monats im Oktober

**Philipp Haas aus München hat mit seiner fundamentalen Aktienstrategie im Oktober bei der Swiss Trading Championship mit 10,28 Prozent die beste Monatsperformance erzielt (seit Anfang Jahr 38,85 Prozent).**

### **Philipp Haas, wie haben Sie im Monat Oktober eine Performance von 10,28 Prozent erzielt?**

Im Oktober wurde das Portfolio natürlich auch von der weltweiten Erholung an den Aktienmärkten begünstigt. Vor allem in China deutet sich eine Trendwende, bzw. Bodenbildung an, und einige Aktien, in die ich dort investiert habe (Soufun, Jumei, Ming Yang, Trina Solar), sind sowohl fundamental als auch vom Chart her interessant und sorgten für Zugewinne. In der DACH-Region hat sich meine Kernposition Hypoport weiterhin exzellent entwickelt.

### **Wie sieht Ihre Anlagestrategie bei der Swiss Trading Championship aus?**

Ich setze auf eine Verbindung von Value mit Trends. Auf investresearch.net analysiere ich Hunderte Aktien qualitativ mit einem selbst entwickelten Aktienbewertungssystem, das die Qualität einer Firma ermittelt. Daraus leite ich ein faires KGV ab und kann im Vergleich mit dem aktuellen KGV am Markt eine Über- oder Unterbewertung der Aktie erkennen. Bei einer Unterbewertung wird der Chart angeschaut und bei einem positiven Aufwärtstrend eine Position eingegangen. Bei einem negativen oder nicht vorhanden Trend wird erst einmal abgewartet bzw. nur eine Mini-Position bei einer krassen Unterbewertung aufgebaut. Kernpositionen werden aber nur bei einem guten fundamentalen und charttechnischen Bild eingegangen. Wenn eine Aktie dann nicht mehr unterbewertet ist, wird ein Teil verkauft, während der Rest der Gewinnposition weiterlaufen kann. Zu deutlich geringem Masse kann diese Strategie umgekehrt auch für Shortpositionen genutzt werden. In meinem privaten Account konnte ich seit 2012 damit schon über 240 Prozent Performance erzielen.

### **Wo sehen Sie attraktive Gelegenheiten im Aktienbereich?**

Meines Erachtens sind gute Einstiegsgelegenheiten gegeben, wenn viele institutionellen Anleger nichts mehr von einem Markt wissen wollen. Dies ist für mich derzeit in China der Fall, da Sorgen übertrieben sind und gerade Firmen mit Fokus auf den chinesischen Konsumenten immer noch stark wachsen. Ansonsten gibt es natürlich auch im Nebenwertebereich immer wieder interessante Werte, die von Fondsmanagern noch nicht so entdeckt sind. So erachte ich Lang & Schwarz hier als interessant.

[www.trading-championship.ch](http://www.trading-championship.ch)

**acrevis Spektrum** kombiniert die unterschiedlichen Facetten Ihrer Persönlichkeit mit unserer Private Banking-Kompetenz.



acrevis  
spektrum

Neue Perspektiven im  
Private Banking

**NEU:** acrevis Spektrum ist ein innovatives Beratungs- und Anlagemodell, das neue Perspektiven im Private Banking eröffnet. Gönnen Sie sich die bestmögliche Vermögensberatung und kontaktieren Sie uns. Wir freuen uns auf das persönliche Gespräch!

**Rufen Sie uns an: 058 122 74 52**  
[www.acrevis.ch/spektrum](http://www.acrevis.ch/spektrum)

**acrevis**  
Ihre Bank, näher bei Ihnen

eines gemeinsam – die Liebe zu den Papierjuwelen. Und die Leidenschaft des «Jagens und Sammelns», welche sich die Philatelisten einiges kosten lassen.

#### Die Ruhe in Person

Die kauflustigen Sammler und Investoren wissen: Bei Peter Rapp finden sie Trouvaillen wie sonst kaum irgendwo auf der Welt. Die nächste grosse Auktion steht bereits vor der Tür: Vom 18. bis 21. Mai 2016 kommen erneut Briefmarken der Superlative unter den Hammer. Zudem hat das Auktionshaus von Peter Rapp in den letzten drei Jahren seine Geschäftstätigkeit ausgedehnt und zusammen mit Fachleuten aus der Numismatik auch den Geschäftsbereich für Münzen und Medaillen aufgebaut. Deshalb kommen an der Auktion auch numismatische Raritäten zur Versteigerung. Es ist auch die Persönlichkeit des Auktionators, die viele Kunden so fasziniert. Durch nichts lässt sich Rapp aus der Ruhe bringen und schöpft Kraft in seinem «Clan». Denn zum Erfolg gehören nicht nur Sachverstand und Geschäftssinn, sondern auch der Familien- und Teamzusammenhalt und gelebte traditionelle wie zukunftsorientierte Werte. Sein Auktionshaus ist sein Lebenswerk. Indes sagt Rapp: «Ohne ein herausragendes Team könnte ich keine internationalen Spitzenauktionen durchführen.»

#### Balser Dybli seit 170 Jahren

Die wohl berühmteste – wenn auch nicht teuerste – Briefmarke, die Peter Rapp als Auktionator versteigert hat, ist die «Basler Taube» – oder das «Basler Dybli», wie es liebevoll in seiner Heimat genannt wird. Die Philatelie feiert dieses Jahr bereits ihr 170-Jahr-Jubiläum, was Rapp an seinem 70. Geburtstag besonders freut. Denn wie er ist diese erste mehrfarbig gedruckte Briefmarke der Welt eine Ausnahmeerscheinung. Hunderttausende andere sind ihr gefolgt, aber keiner ist es gelungen, dem «Täubchen» seinen Rang abzulaufen oder ihm seine besondere Ausstrahlung streitig zu machen. Ihr ungewöhnlich gut geglücktes Design, die Strahlkraft ihrer Farbgebung und natürlich auch ihre Seltenheit haben zur Beliebtheit und zum makellosen Ruf dieser Markenausgabe beigetragen. Peter Rapp: «All das sind zugleich Gründe, weshalb nicht nur die traditionelle Sammlerschaft begeistert ist. Vielmehr sind es gerade auch Investoren oder private Liebhaber, die der Faszination dieser ungewöhnlichen Briefmarke erliegen. Gerade auch nicht-sammelnde Privatleute, die eine Affinität zu schönen und raren Dingen haben, leisten sich eine Basler Taube.» Rapp wird nächstes Jahr auch als 71-Jähriger die Auktion führen – ans Aufhören mag er nicht denken. Er ist aber froh, dass sich der Medienrummel auch an der nächsten Auktion im Mai 2016 wieder vor allem um seine «kleinen Lieblinge» dreht und nicht um seine Person.

Text: Roman Salzmann

Bild: Kurt Zuberbühler

# Innovation trägt wesentlich zum Erfolg von KMU bei

**KMU-HSG und OBT haben einen Leitfaden erarbeitet, der KMU zeigt, wie sie mit innovativem Handeln ihre Marktposition nachhaltig verbessern können.**

Für jedes Unternehmen ist es wichtig, sich laufend mit Verbesserungen und Innovationen auseinanderzusetzen, unabhängig von seiner Grösse und den Märkten, in denen es sich bewegt. Gerade im Licht der aktuellen Situation mit dem starken Schweizer Franken erhält die Innovationskraft der KMU eine besondere Bedeutung. Konkret geht es um die Anpassung an neue Marktanforderungen, das Wahrnehmen und Umsetzen der Ansprüche der Kunden sowie um das stete Optimieren der Betriebsabläufe. Beim Entwickeln der Innovationskraft von kleineren Unternehmen gibt es einige Besonderheiten zu beachten. Deshalb haben KMU-HSG und OBT in diesem Frühjahr einen Leitfaden erarbeitet, der zeigt, wie KMU ihre Marktposition aus eigener Kraft verbessern können. Das Finden neuer Ideen und Innovationen ist ein kreativer Prozess. Unter innovativem Handeln versteht man das anschliessende Umsetzen der Neuerungen sowie das Verbessern von Prozessen und bestehenden Leistungen.

**«Als Führungskraft können Sie die Innovationsfähigkeit Ihres Unternehmens massgeblich beeinflussen»**

## **Hemmnisse erkennen und überwinden**

Beim Umsetzen von Innovationen müssen KMU einige Klippen umschiffen. Diese lassen sich grundsätzlich in unternehmens-, personen- und umfeldbezogene Hemmnisse unterteilen. Dabei geht es oft um die (zu) knappen finanziellen Mittel oder die Schwierigkeit, sich neben dem täglichen Geschäft für Zukunftsthemen genügend Zeit zu nehmen. Das Zeitproblem können Sie lösen, indem Sie sich an bestimmten Tagen bewusst aus dem Alltagsgeschäft herausnehmen. In diesem Zusammenhang stellt sich auch die Frage, was Sie delegieren können, um sich solche Freiräume zu schaffen.

Eine zentrale Frage lautet dann natürlich auch: Wie kommen Sie zu neuen Geschäftsideen? Häufig spielen Ihre Kunden dabei in irgendeiner Form eine Rolle: Kunden werden gefragt, äussern sich

kritisch, machen eine Anfrage oder ihr Verhalten wird beobachtet. Ideen lassen sich aber auch intern entwickeln. Als Führungskraft können Sie die Innovationsfähigkeit Ihres Unternehmens massgeblich beeinflussen und dabei die Rolle des Innovators und des Förderers übernehmen. Als Innovator kreieren Sie stetig selbst Ideen und liefern Innovationen. Als Förderer motivieren Sie Ihre Mitarbeitenden, innovativ zu denken und zu handeln. Sie unterstützen die Innovationskultur in Ihrem Unternehmen, indem Sie Ihre Mitarbeiter nach ihren Stärken einsetzen und die Ideen, die sie einbringen, als einen positiven Beitrag anerkennen.

## **Innovationen richtig umsetzen**

Beim Realisieren der geplanten Innovationen braucht es eine treibende Kraft und einen Vorgehensplan mit messbaren Zielen. Denn die internen und externen Widerstände sind oft gross und müssen mit Beharrlichkeit und System überwunden werden. Das Etablieren von regelmässigen Projektsitzungen kann das Umsetzen von Ideen fördern. Auf diese Weise lässt sich der Fortschritt des Innovationsvorhabens kontinuierlich verfolgen und sein «Versanden» kann vermieden werden. Im Weiteren brauchen Sie verbindliche Bewertungskriterien, die Ihnen zeigen, ob eine Lösung realisierbar und wirtschaftlich attraktiv ist und Ihre Marktposition auch wirklich stärkt.

## **Autoren:**

Christoph Brunner, Partner, Mitglied der Geschäftsleitung,  
christoph.brunner@obt.ch

Bernhard Althaus, Mitglied des Kaders, bernhard.althaus@obt.ch  
OBT AG | Rorschacher Strasse 63 | 9004 St.Gallen | www.obt.ch

Sehen Sie einen interessanten Aspekt für Ihr Unternehmen? Dann lohnt es sich für Sie, den Leitfaden zu lesen.

Auf [www.obt.ch/innovationskraft-in-kmu](http://www.obt.ch/innovationskraft-in-kmu) können Sie das 36-seitige Werk gratis herunterladen.

# «Ich will jedes Spiel gewinnen»

**Er soll den FC St.Gallen wieder ganz an die Spitze bringen. Er soll dafür sorgen, dass in der Ostschweiz dereinst wieder eine Meisterfeier durchgeführt werden kann. Und er gilt seit seiner Ernennung zum neuen Trainer als Hoffnungsträger sowohl in Fan- als auch in Sponsoringkreisen: Joe Zinnbauer will auf dem Rasen ebenso erfolgreich werden wie dereinst als Unternehmer. Ein Kurzinterview über Ambitionen, Gemeinsamkeiten zwischen Sport und Wirtschaft sowie das Leben im Hier und Jetzt.**

**Joe Zinnbauer, seit Mitte September sind Sie Trainer des FC St.Gallen. Wie haben Sie sich eingelebt?**  
Sehr gut, muss ich sagen. Ich bin hervorragend aufgenommen worden – und St.Gallen und die Umgebung sind wirklich sehr lebenswert. Ich fühle mich wohl.

**Es heisst, Sie hätten für den FCSG Feuer gefangen, nachdem Sie mit den Clubverantwortlichen gesprochen und sowohl die Stadt als auch das Stadion besichtigt hätten. Was gab letztlich den Ausschlag, hier einen Dreijahresvertrag zu unterschreiben?**

Es war das Gesamtpaket. Ich habe nicht erwartet, eine solche Infrastruktur beim FCSG vorzufinden,

Fussballtrainer ist meine Berufung, ganz einfach. Das ist das, was ich machen will, darin gehe ich auf. Von daher habe ich hierauf meinen Fokus gelegt.

**Und ebenso den Wohnsitz nach St.Gallen verlegt...**

Ja, der Umzug ist bereits erfolgt, wir haben eine sehr schöne Wohnung gefunden.

**Damit bauen Sie hier Ihren neuen Lebensmittelpunkt auf. Haben Sie keine Sehnsucht nach der Unternehmerwelt, in der Sie früher aktiv waren?**

Ich bin schon seit Jahren nicht mehr in meinen Unternehmungen tätig, das habe ich alles in vertrauensvolle Hände abgegeben.

**Was heisst dies in Prozenten? Wie viel Zeit investieren Sie noch in Ihr Finanzberatungsunternehmen?**

Keine mehr.

**Wenn Sie sich zurückerinnern: Was gab damals den Ausschlag, ein eigenes Unternehmen zu gründen?**

Es hat sich schlichtweg so ergeben, ich hatte die Möglichkeit, neben dem Fussball in das Berufsleben hineinzuschnuppern – und es hat sich dann sehr gut entwickelt.

**Wie schnell stellte sich der Erfolg ein?**

Ich will nicht gross auf damals eingehen. Das war ein Abschnitt in meinem Leben, der sicher erfolgreich verlief. Das freut mich, aber ich lebe im Hier und Jetzt.

**Welche Erfahrungen, die sich als Unternehmer gemacht haben, können Sie heute als Trainer aktiv nutzen?**

Da gibt es schon einiges: Mit Menschen umzugehen, zu kommunizieren, strategisch zu denken, wirtschaftlich zu denken – all das hilft mir in meinem Job als Trainer.

## «Ich liebe meinen Beruf und schaue dabei nicht in erster Linie aufs Geld.»

angefangen vom Stadion bis zu den Trainingsbedingungen. Alle – egal ob Sportchef oder Präsident – haben sich sehr um mich bemüht. Als Christian Stübi mir sogar nach Hamburg hinterhergefliegen kam, war für mich der Entscheid gefallen.

**Haben Sie schon vorher die Geschicke im Schweizer Fussball aktiv mitverfolgt?**

Dadurch, dass ich in Hamburg einen Schweizer Co-Trainer und einen Schweizer Sportchef hatte, war ich natürlich schon im Bilde. In der Bundesliga spielen zudem einige Schweizer, dadurch wirft man auch in Deutschland öfters einen Blick über die Grenze.

**Nun sind Sie ja nicht «nur» Trainer, sondern auch Inhaber der Unternehmensgruppe Zinnbauer mit Sitz in Nürnberg. Die Firma wurde von Ihnen in jungen Jahren gegründet und machte Sie – wenn man den Berichterstattungen glauben darf – reich. Wieso haben Sie sich nie ausschliesslich auf die Unternehmertätigkeit konzentriert?**



FCSG-Trainer Joe Zinnbauer:

**«Das Unternehmertum  
war ein Abschnitt in  
meinem Leben, der sicher  
erfolgreich verlief.»**

# KONTAKT KOMPONISTEN

Agentur für Kommunikation und Eventmanagement



Gleich einem Komponisten schreiben wir unseren Auftraggebern Konzepte für Kommunikation und Events auf den Leib – in der richtigen Tonlage, im richtigen Rhythmus, mal harmonisch, mal bewusst dissonant. Die richtige Schwingung zwischen Sender und Empfänger ist unser Ziel – emotional, packend, berührend. Kommunikation ist wie Musik.

T +423 232 71 71 | E-Mail [info@koko.li](mailto:info@koko.li)  
[www.kontaktkomponisten.li](http://www.kontaktkomponisten.li)

KOLLER WERBUNG

Marketing-Seminar

# 50+

eine Zielgruppe, die nicht nur von Kukident beworben werden möchte

**Freitag · 8. Januar 2016 · Hof Weissbad**  
**07.00 Morgen-Seminar** mit Frühstück, oder  
**16.00 Feierabend-Seminar** mit Steh-Apéro

**Emil Koller** · Strategieentwickler Marketing  
**Christian Lienhard** · Gastgeber Hotel Hof Weissbad

Anmeldung und Infos zum ersten Kurz-Seminar (75 Min.)  
[www.kollerwerbung.ch/seminar](http://www.kollerwerbung.ch/seminar)

Nutzen Sie den Ausflug nach Appenzell und bleiben Sie übers Wochenende. **25% Rabatt auf Übernachtungen mit Frühstück im Hotel Hof Weissbad**, vor oder nach dem Seminar, für Teilnehmende und Begleitperson.

## Den LEADER gibt's nun auch im Spezialformat



Immer und überall über das Ostschweizer Wirtschaftsgeschehen informiert sein.

metr  
comm

- Aktuelle Ausgabe
- Spezialausgaben
- Magazinarchiv

**LEADER**  
DAS OSTSCHWEIZER MAGAZIN  
[www.leaderonline.ch](http://www.leaderonline.ch)

Die Gratis-LEADER-App wird Ihnen offeriert von der MetroComm AG.

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



**Darf man sagen, dass Sie im Grunde genommen nicht auf die neue Tätigkeit angewiesen wären – aus finanzieller Sicht?**

Die Frage stellt sich für mich gar nicht. Ich liebe meinen Beruf und schaue dabei nicht in erster Linie aufs Geld.

**Kann man mit dieser Ausgangslage auch mehr Risiko wagen und unpopuläre Entscheide fällen?**

Wie gesagt: Ich war Chef einer Finanzunternehmung und bin jetzt Fussballtrainer. Darauf liegt mein Fokus. Ich treffe die Entscheide zum Wohle meiner Mannschaft und des Vereins. Nicht aus anderen Überlegungen.

**«Fussballtrainer ist meine Berufung, ganz einfach. Das ist das, was ich machen will, darin gehe ich auf.»**

**Wie wichtig ist Ihnen Erfolg?**

Ich will jedes Spiel gewinnen. Ich will mit dem FC St.Gallen den eingeleiteten Umbruch fortsetzen, Spieler entwickeln, meinen Teil dazu beitragen, den Verein weiterzubringen – und natürlich Erfolg haben. Für den Verein, für seine Fans, für das Umfeld, für die gesamte Region. Der FC St.Gallen hat eine immense Bedeutung – dieser müssen wir gerecht werden.

---

**Interview:** Marcel Baumgartner

**Bilder:** Stéphanie Engeler

#### **Karriere als Finanzdienstleister**

Josef «Joe» Zinnbauer (\*1970) machte neben dem Fussball – er war Mittelfeldspieler – zunächst eine Lehre zum Zerspanungsmechaniker und zum Versicherungsfachmann. Mit 22 wurde er Aussen-dienstmitarbeiter einer grossen Versicherungsgesellschaft. Anschliessend gründete Zinnbauer ein Finanzberatungsunternehmen, mit dem er schon bald mehrere Millionen erwirtschaftete. Aufgrund dieser für einen jungen Fussballprofi ungewöhnlichen Nebenkarriere wurde er im August 1994 von Günther Jauch als Studiogast in «Das aktuelle Sportstudio» eingeladen. Der gebürtige Schwandorfer (Bayern) ist Inhaber der Unternehmensgruppe Zinnbauer mit Sitz in Nürnberg.

International  
School St.Gallen  
inspiring  
international-  
mindedness



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

## Lernen lernen – aber wie?

Jeder Mensch lernt anders. So ist es relevant, die für mich wirkungsvollsten Lernmethoden selber zu kennen. Ich sollte verstehen, in welchem Umfeld ich neuen Stoff gut aufnehme, wie ich effizient repetiere, wann ich kreativ bin und wie ich mein Interesse stärken kann. Wo finde ich wichtige Informationen zu einem Thema? Welche Fragen bringen mich zum Ziel? Wann macht es Sinn, selber aktiv zu sein und wann verarbeite ich Impulse von Dritten?

An der ISSG in St. Gallen und an der ISR in Buchs wird nach dem IB International Baccalaureate Lehrplan unterrichtet. Es ist ein weltweit anerkannter Lehrplan mit Schulen in über 170 Ländern. Im IB Lehrplan hat das Lernen an sich sehr hohen Stellenwert.

Vielleicht erstaunt es, dass Lerntechniken bereits im Primarschulalter sehr stark thematisiert werden. Lernen soll erfolgreich sein, für jeden Schüler nach seinen Neigungen. Lernen ist aber auch Vorbereitung fürs Leben. Das IB Lernerprofil bereitet die Schüler jeden Alters darauf vor, selbständig zu denken, Risiken bewusst zu nehmen, Dinge zu hinterfragen, zu helfen, kommunikativ zu sein, informiert sein, selber nachzuforschen, ausgeglichen sein und zu reflektieren.

Richtig: Nicht nur das Wissen, sondern vor allem das Lernen ist nachhaltig. Wissen wird alt, hat eine schnelle Halbwertszeit. Lernen werden wir immer. Wir werden auch immer wieder mit neuen Methoden lernen. Lernen bedeutet dabei sein können bei den Themen des Lebens und unseres Umfeldes. Wir leben besser, wenn wir verstehen.

*Heiner Graf, Chair of the Board beider Schulen  
[www.isr.ch](http://www.isr.ch) und [www.issg.ch](http://www.issg.ch)*

International  
School Rheintal  
academic and  
personal  
excellence



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

# BTV VIER LÄNDER BANK eröffnet in Winterthur

**Wachstum ist für die BTV VIER LÄNDER BANK – kurz BTV – kein Selbstzweck. Sondern die Folge steigender Nachfrage. Dass Schweizer KMUs dienstleistungsorientierte Unternehmerbanken schätzen, zeigt das Beispiel der aus Österreich stammenden Bank. Seit über zehn Jahren ist sie am Schweizer Markt aktiv – und konnte über 600 Neukunden in der Zielgruppe der inhabergeführten, mittelgrossen KMUs gewinnen. Darunter so bekannte Unternehmen wie Stadler Rail, Rieter und Planzer. Ihren gesunden Wachstumskurs untermauert die BTV nun mit einem neuen Standort in Winterthur.**

«Winterthur ist mit mittelgrossen Industriebetrieben gross geworden. Heute aber ist sie keine klassische Industriestadt mehr, sondern genauso offen für Kunst und Kultur, für Dienstleistungen und für die Wissenschaft. Dieser Branchenmix verbunden mit einer verkehrstechnisch attraktiven Lage ist wohl die Grundlage für das Wachstum des Ballungsraums Winterthur», schätzt Jasmine Grabher, Regionalleiterin des neuen BTV Standortes in der Zürcherstrasse 14 in Winterthur. «Die BTV steht wie Winterthur für mittelgrosse, inha-

bergeführte und exportorientierte KMU. Branchenmässig fokussieren wir unsere Finanzlösungen nicht nur auf die Industrie, den Handel, das Baugewerbe und Immobilienentwickler, sondern genauso auf Dienstleistungsbetriebe. Insofern passen die BTV und Winterthur sehr gut zusammen», ist Grabher überzeugt.

#### **Schnell beim Kunden sein**

Den Beweis hat die Bank bereits angetreten: Ihre mobilen Kundenbetreuer sind bereits seit mehreren

*Der neue BTV Standort  
an der Zürcherstrasse 14  
in Winterthur.*



Foto: CBRE



Foto: BTV

Jasmine Grabher, Regionalleiterin des neuen BTV Standorts in Winterthur:

**«Winterthur ist mit mittelgrossen Industriebetrieben gross geworden. Heute aber ist sie keine klassische Industriestadt mehr, sondern genauso offen für Kunst und Kultur, für Dienstleistungen und für die Wissenschaft.»**

Jahren für ihre Firmenkunden in Winterthur da. Auch für die BTV hat sich das Engagement gelohnt. Die Nachfrage nach einer spezialisierten Unternehmerbank mit viel Branchen- und Geschäftsmodell-Know-how ist ungebrochen hoch. Das Potenzial möchte die Bank natürlich gerne nutzen. So erweitert sie ihr Marktgebiet, das bisher vor allem auf St.Gallen, Thurgau, Appenzell Innerrhoden, Appenzell Ausserrhoden und Zürich fokussiert war, mit Hilfe des neuen Winterthurer Standorts nun um Schaffhausen, Aargau, Basel, Solothurn, Schwyz und die nördlichen Regionen der Kantone Bern und Luzern. Dazu meint Markus Scherer, Leiter für das BTV Firmenkundengeschäft in der Schweiz: «Von Winterthur aus können wir Kunden nahezu in der ganzen deutschsprachigen Schweiz innerhalb von eineinhalb Stunden mit dem PKW oder öffentlichen Verkehrsmitteln erreichen und damit optimal betreuen. Uns zieht's zum Kunden, wir wollen schnell vor Ort sein, wenn wir gebraucht werden. Daher ist Winterthur neben Staad im Kanton St.Gallen für uns ein idealer Ausgangspunkt.»

#### Länderübergreifende Kontakte vermitteln

Der Wachstumsstrategie der Bank liegt vor allem Qualität zugrunde. Genauer: Dienstleistungsqualität. «Unsere Stärke liegt darin, dass wir jeden einzelnen Kunden kennen. In Österreich, der Schweiz, Süddeutschland und Südtirol betreuen wir 7500 mittelgrosse, inhabergeführte KMU, für die wir auch grenzüberschreitende Synergien schaffen. Im Vermitteln von länderübergreifenden Kontakten und der grenzüberschreitenden Begleitung von Geschäften



Foto: Georg Hofer

Markus Scherer, Leiter für das BTV Firmenkundengeschäft in der Schweiz:

**«Von Winterthur aus können wir nahezu den ganzen deutschsprachigen Raum der Schweiz innerhalb von eineinhalb Stunden abdecken. Uns zieht's zum Kunden, wir wollen schnell vor Ort sein, wenn wir gebraucht werden.»**

sehen wir grosses Potenzial. Diese Dienstleistung ist für viele Mittelstandsbetriebe neu», erklärt Scherer. Dienstleistung bedeutet für die BTV auch, für ihre Kunden von Montag bis Samstag, von jeweils 7.30 bis 19.30 Uhr, mobil erreichbar zu sein. Ein Service, so Grabher und Scherer unisono, «das nicht jeden Abend und jeden Samstag in Anspruch genommen wird, aber wenn uns unsere Kunden brauchen, wollen wir einfach für sie da sein».

#### ÜBER DIE BTV:

Die BTV wurde 1904 in Innsbruck gegründet. Heute ist die BTV VIER LÄNDER BANK im attraktivsten Wirtschaftsraum Europas zu Hause: in der Schweiz, in Westösterreich, Wien, Süddeutschland und Norditalien. Hier betreut sie rund 110 000 anspruchsvolle Privatkunden und 7500 exportorientierte Mittelstandsbetriebe erfrischend konservativ und erfolgreich nach dem Motto «Investieren statt spekulieren».

**BTV Staad am Bodensee**, Hauptstr. 19, 9422 Staad  
**BTV Winterthur**, Zürcherstr. 14, 8400 Winterthur

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme:

**Jasmine Grabher**, Tel. 071 858 10 67  
oder jasmine.grabher@btv-bank.ch

**Markus Scherer**, Tel. 071 858 10 21  
oder markus.scherer@btv-bank.ch

**BTV** VIER  
LÄNDER  
BANK

www.btv-bank.ch

# Inhaberwechsel bei domus

**Ein Jahr nach dem 40-Jahre-Jubiläum steht bei domus Leuchten und Möbel AG erneut ein historisches Ereignis an: Nachdem Bruno Manser das Unternehmen über ein Jahrzehnt als Geschäftsleiter und Inhaber gelenkt hat, übernimmt per 1. Januar 2016 der amtierende Geschäftsleiter Marc Künzle die Aktiengesellschaft.**

**Marc Künzle, domus besteht bereits seit über 40 Jahren. Können Sie sich an Ihren ersten Kontakt mit dem Unternehmen erinnern?**

Aber natürlich: Ich absolvierte die Lehre zum Hochbauzeichner in unmittelbarer Nähe von domus. Neben der Architektur interessierten mich von dieser Zeit an auch Innenarchitektur sowie schöne Einrichtungsgegenstände. Als ich dann nach meiner zweiten Ausbildung bei domus zum ersten Mal einen Arbeitsvertrag unterzeichnen konnte, ging für mich ein Traum in Erfüllung. Damals hätte ich es mir allerdings nie erträumt, dass ich irgendwann einmal Inhaber sein könnte.

**«Wir befinden uns nicht in einem wachsenden Markt. Entsprechend wäre es vermessen, wenn ich mit domus ein unglaubliches Wachstum anstrebte.»**

**Wann sind Sie denn ins Unternehmen eingetreten?**

Meinen ersten Arbeitsvertrag bei domus unterzeichnete ich im April 2002. Damals waren Planung, Beratung und Verkauf die Hauptaufgaben. Nach knapp fünfjähriger Tätigkeit nahm ich eine neue Herausforderung bei einem Möbelhersteller an, zuerst als Marketing- und Verkaufsleiter, nachher als Geschäftsleiter. Bruno Manser und ich erkannten dann bereits beim ersten «Wiedersehen» unsere deckungsgleichen Ansichten von der Branche und natürlich auch von domus. Nach nur drei Treffen war alles Wesentliche besprochen, und der zukunftsweisende Vertrag konnte unterzeichnet werden. So durfte ich per August 2012 den Wiedereinstieg als stellvertretender Geschäftsleiter aufnehmen.

**Und seit wann sind Sie Geschäftsleiter?**

Im Juni des vergangenen Jahres durften wir unser 40-Jahre-Jubiläum feiern. Diesen besonderen Anlass nutzten wir gleich auch für die Übergabe der Geschäftsleitung. Entsprechend habe ich die Funktion des Geschäftsleiters seit dem 1. Juli 2014 inne.

**Nun übernehmen Sie das Unternehmen von Bruno Manser. Inwiefern werden Partner und Kunden diesen Wechsel spüren?**

Ich werde keine grundsätzlich neue Strategie erarbeiten. Im Gegenteil: Ich möchte unsere vorhandenen Werte und das Know-how schärfen, um die individuellen Bedürfnisse der Kunden weiterhin zielorientiert und kreativ umzusetzen. Und doch, gewisse Veränderungen sind bereits jetzt ersichtlich: So haben wir Ende Oktober bei uns eine vollkommen neue Arbeitswelt installiert. Nun kann man vor Ort erleben, wie man heute und morgen arbeitet. Damit wir auch für die Zukunft gerüstet sind, sind weitere Massnahmen auf den kommenden Frühling und Sommer geplant. Dies werden wir gerne zur gegebenen Zeit kommunizieren.

**Andere Firmen kämpfen mitunter Jahre, um eine geeignete Nachfolgelösung zu finden. Kann man sagen, dass dies bei domus praktisch vorbildlich aufgeleitet wurde?**

Definitiv. Dies benötigt aber vor allem eine grosse Bereitschaft und Weitsicht des Inhabers. Es war uns beiden sehr wichtig, dass wir die gleichen Ziele und Strategie für domus verfolgen. Mittels gemeinsamer Workshops konnten wir diese klar definieren und in der vergangenen gemeinsamen Zeit auch schon leben. Dass ich als jüngere Generation einen etwas anderen Weg zum Ziel gehe, ist verständlich. Und auch hier: Den Weg beschreite ich nicht erst ab dem 1. Januar, sondern durfte diesen bereits seit der Übernahme der Geschäftsleitung gehen. All das ist nur möglich dank der visionären Haltung von Bruno Manser.

**Inwiefern wird er dem Unternehmen weiterhin treu bleiben?**

Wir haben das Glück, in einer sehr emotionalen Branche arbeiten zu dürfen. Entsprechend kommt man immer wieder gerne zurück. Bruno Manser wird ganz bestimmt auch in Zukunft von unseren Kompetenzen und den einzigartigen Auswirkungen einer ganzheitlichen Einrichtung bei jeder Gelegenheit schwärmen. Ich möchte aber natürlich auch

seine grosse Erfahrung nicht missen. So freut es mich entsprechend sehr, dass Bruno Einsitz im Verwaltungsrat nimmt.

**Haben Sie sich konkrete Ziele gesetzt, wie Sie dem Unternehmen in den nächsten Jahren Ihren eigenen Stempel aufdrücken möchten?**

Mir geht es nicht darum, meinen eigenen Stempel aufzudrücken, sondern vielmehr darum, auch in Zukunft erfolgreich arbeiten zu können. Es geht um

ge Massnahmen fürs kommende Jahr mit und für das Personal geplant.

**Wohin soll sich das Unternehmen in den nächsten Jahren entwickeln?**

Das ist ganz einfach: Wir befinden uns nicht in einem wachsenden Markt. Entsprechend wäre es vermessenen, wenn ich mit domus ein unglaubliches Wachstum anstrebte. Ich möchte unsere Position als «der führende kreative Gesamteinrichter in der Ostschweiz für den Privat- und Geschäftskunden» halten, schärfen und somit stärken. Mittels Beratungs- und Einrichtungskompetenz wollen wir kreative Lösungen anbieten, dabei immer sympathisch sein – und das alles auf einem unglaublich hohen Qualitätslevel.

**«Dass ich als jüngere Generation einen etwas anderen Weg zum Ziel gehe, ist verständlich.»**

die Werte von domus und nicht um meine persönlichen. Diese Werte kann ich nur mit einem perfekt harmonisierenden Team nach aussen tragen. Um dies auch intern zu unterstreichen, habe ich bereits eini-

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg.



Marc Künzle (links) übernimmt per Anfang 2016 die domus Leuchten und Möbel AG von Bruno Manser.

# Deflation – eine Wirklichkeit?

**Die teils frappante Divergenz zwischen Prüfungswirklichkeit und «Realität» ist bekannt. Dass eine solche vermeintliche Wirklichkeit sehr reale Verkäufe im mehrstelligen Millionenbereich und sehr reale Einnahmen im Milliardenbereich bewirken kann, wurde uns im Fall VW verdeutlicht. Der daraus folgende Milliardenschaden holt nun Aktionäre, Auto(ver)käufer und Mitarbeiter zurück in die Realität.**

Was der Prüfstand für Automobile ist, sind Datensammlungen und Simulationssysteme für den Zustand der Wirtschaft und die darauf basierenden Massnahmen. Wir gehen alle gerne von der Annahme aus, dass die Daten «die» Wirklichkeit wiedergeben. Es könnte aber auch hier, wie bei VW, eine fiktive Realität geben und dass auch hier, auf dieser fiktiven Realität basierend, reale Gegebenheiten immensen Ausmasses geschaffen werden.

**«Die Nachfrage wurde im Verlaufe der letzten Jahre laufend bessergestellt dank einem Angebotsschock, der seinesgleichen sucht.»**

## Deflation als Zauberwort

Die «plausibelste Geschichte», was Weltwirtschaft und Geldpolitik betrifft, ist seit Jahren: Zyklische und strukturelle Defizite behindern eine genügende Nachfrage seitens der Konsumenten; die Folge davon ist eine Zurückhaltung bei den Investitionen und ganz generell ein zu tiefes Wachstum. Als Mittel dagegen steht die fortgesetzte Stimulation durch billiges Geld und Kapital sowie durch Zwangsinvestitionen der Fiskal zur Verfügung; das Bankensystem und in zunehmendem Mass der gesamte Finanzsektor ist als Instrumentarium dieser gelenkten Wirtschaftspolitik zu «gebrauchen».

Die Vorstellung, dass zu wenig konsumiert wird, hängt eng mit der namentlich von den Notenbanken verwendeten Warnung vor einer Deflationsspirale zusammen. «Deflation» ist längst nicht mehr lediglich eines von vielen makroökonomischen Phänomenen, sondern ist zum Zauberwort dessen geworden, was sich geld- und fiskalpolitisch seit Jahren in der Welt zuträgt und was nun einmal mehr fortgesetzt werden soll. Deflation ist Kern, ist Voraussetzung einer behaupteten Wirklichkeit.

## Nachfrageproblem als Meinungsmainstream

Was also ist Deflation? Eine aufgrund monetärer Verzerrungen bezüglich Geld- und Realwert entstandene negative Erwartungshaltung auf der Nachfrageseite mit mittel- und langfristigen kapazitätsverringenden Effekten auf der Angebotsseite. Das ist die Denkwelt, die «Wirklichkeit», von Frau Lagarde, Frau Yellen, Herrn Draghi und anderen mehr. Das ist das Denkmuster Gelehrter wie Paul Krugman, Joseph E. Stiglitz, Larry Summers und anderen mehr. Das ist der Meinungsmainstream, der von den meisten Medien vertreten wird. Quantitative Easing, Euro-Rettungspolitik, Euro-Investitionsfonds und alle möglichen anderen dirigistischen Programme fassen auf der «Wirklichkeit» mit der Deflationsgefahr.

Ich meine dezidiert, diese Wirklichkeit sei falsch oder zumindest stark übertrieben. Im Kern verneine ich ein Nachfrageproblem. Im Gegenteil, ich denke, dass die Nachfrage im Verlaufe der letzten Jahre laufend bessergestellt wurde dank einem Angebotsschock, der seinesgleichen sucht: Für dasselbe Geld kann laufend mehr und nochmals mehr erworben werden. Der Konsumverzicht findet gar nicht statt, und man wartet auch in keiner Weise darauf, in der nächsten Zeitperiode dasselbe Gut günstiger erwerben zu können, vielmehr leistet man sich für denselben Einsatz völlig neue Güter von laufend höherer Qualität und mit völlig neuen, zusätzlichen Charakteristiken. Grund: Auf der Angebotsseite läuft eine disruptive Entwicklung ab, die dreifach wirkt: Erstens eliminieren sich laufend irgendwelche Informations- und Transaktionskosten, zweitens sorgt die Dekonstruktion und Neuformierung von Prozessen und Prozessketten für neue Produkte, neue Unternehmungen und für mehr Wettbewerb, und drittens führt der technische Fortschritt dazu, dass immer neue, bessere Angebote entstehen.

## Kapital der aktiven Verwendung zuführen

Hat Airbnb dazu geführt, dass weniger gereist wird? Führt Uber dazu, dass weniger «Taxi»-Fahrten bestellt werden? Werden die absehbaren Peer-to-Peer-



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

Lending-Plattformen zu weniger Kreditvergaben führen? Eben gerade nicht. Vielmehr zeigt sich, dass durch die Aufbrechung der Prozesse ganz generell Kapital, das bisher ungenutzt sein Leben fristete, nun der aktiven Verwendung zugeführt wird. Die Benutzung privater Wohnungen als Hotelzimmer durch Airbnb oder die Verwendung von privaten Fahrzeugen als «Taxis» durch Uber mögen als Exempel dienen. Das heisst: Der Kapitalstock wird privatisiert, und die Produktivität steigt in erster Linie genau in diesem Bereich.

#### Braucht der Konsument tiefe Zinsen?

Sieht man diese bahnbrechenden Effekte an den traditionellen Aggregaten, auf die Frau Lagarde & Co. starren? Leider nein. Denn alles, was in diesem Umbruch neu geschaffen wird, substituiert Gehabtes, und das Gehabte ist Gegenstand der Datenreihen, Warenkörbe und anderen makroökonomischen Aggregate. Das alles hat mit Deflation nichts, aber auch gar nichts zu tun, im Gegenteil: Der Konsument wird von Jahr zu Jahr reicher, weil das Angebot wächst und günstiger wird. Braucht der Konsument deswegen tiefe Zinsen? Nein. Verluste erleiden aber die Sparer und unsere Vorsorgesysteme, und diese übersteigen bei Weitem die Kapitalvernichtung bei VW.

Text: Konrad Hummler

Bild: zVg.

#### «bergsicht»

Dieser Beitrag ist ein Auszug aus der aktuellen Ausgabe der «bergsicht». «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 unter [www.m1ag.ch](http://www.m1ag.ch).

## Handwerk, das Juwelen zum Strahlen bringt

**Eveline Frischknecht  
fühlte sich schon  
als kleines Mädchen  
magisch angezogen  
von Diamanten.**

Ein LEADERINNEN-  
Porträt.



Eveline Frischknecht erinnert sich daran, wie sie damals im elterlichen Juweliergeschäft ihrem Vater, einem erfahrenen Gemmologen, über die Schultern blickte, während er die edlen Steine evaluierte und verkaufte.

#### Begehrenswerte Raritäten

Erst später, als sie in die Fusstapfen ihres Vaters trat, erkannte Eveline Frischknecht den Ursprung ihrer Faszination für diese Edelsteine. Diamanten sind eigentlich nichts weiter als kristallisierter Kohlenstoff, doch ihre unvergänglichen, einzigartigen Eigenschaften machen sie zu begehrenswerten Raritäten.

#### «Könige der Edelsteine»

Besonders grössere Diamanten in sehr guten Qualitäten ab circa einem Karat haben als Wertanlage alle politischen und wirtschaftlichen Stürme der letzten Jahrzehnte überstanden – und üben als «Könige der Edelsteine» eine unbestrittene Magie und Symbolkraft auf viele Menschen aus. Doch erst mit einem professionellen Design und einer sicheren Fassung kommt dieses Juwel richtig zum Strahlen.

#### Mutiger Schritt

Eveline Frischknecht absolvierte eine Lehre zur Goldschmiedin und studierte Design. Mit 23 Jahren erhielt sie in Paris ihren ersten Schmuckdesigner-Preis, weitere Preise folgten im Laufe der Jahre. Vor neun Jahren verliess sie den Familienbetrieb, um ein eigenes Geschäft zu gründen. Sie eröffnete im Jahre 2006 «eveline frischknecht fine jewellery» an der Kugelgasse in St.Gallen. Rückblickend brauchte dieser Schritt viel Mut, doch hat die Goldschmiedin darin ihr Glück gefunden. Unterdessen beschäftigt ihr eigenes Geschäft acht Mitarbeiter – darunter auch ihren Sohn, der ebenfalls Goldschmied ist.



*Urs Gmünder  
Steuerberatung, Treuhand  
Wirtschaftsprüfung*

***Um Ihren Anliegen  
optimal entsprechen  
zu können, folge ich  
dem Credo: Verstehen,  
Auseinandersetzen,  
Problemlösen.***



# Urs Gmünder: Persönliche Beratung mit Weitsicht – seit 32 Jahren

**Steuerberatung, Treuhand und Wirtschaftsprüfung - für viele Leser klingt das nach trockenen Zahlen. Tatsächlich steckt wesentlich mehr dahinter, sowohl für Sie als Kunde als auch für mich als Berater. Denn jede Beratung setzt voraus, Informationen zu teilen, welche Sie nicht jeder Person anvertrauen würden. Deshalb steht für mich besonders eines im Vordergrund: Eine gute Beziehung.**

Doch worauf beruht eine gute Beziehung? Privat wie geschäftlich ist gegenseitiges Vertrauen eine zentrale Komponente. Und Vertrauen festigt sich im Verlaufe der Zeit. Deshalb lege ich grossen Wert auf eine umfassende persönliche Beratung, um kompetent und zielorientiert auf Sie und Ihre Anliegen eingehen und Ihren Wünschen entsprechen zu können. Hieraus leitet sich auch mein Credo ab: Verstehen, Auseinandersetzen, Problemlösen. Stets unter der Prämisse einer optimalen Lösungsfindung für Sie.

#### **Flexibel und effizient für Ihre Bedürfnisse**

Jeder Kunde ist individuell und hat seine eigenen persönlichen Bedürfnisse. Dank meiner 32 Jahre Berufserfahrung und steter Weiterbildung kann ich flexibel und effizient auf die Kundenwünsche eingehen. Dabei zähle ich bei Bedarf auf ein breites Netz

an Kontakten zu Steuerbehörden, Sozialversicherungen und externen Fachspezialisten. Ziel ist es, Ihnen einen Mehrwert in Form von Zeit- und Kosteneinsparungen zu generieren.

Seit dem 1. August 2015 berate ich Sie als Urs Gmünder AG in den Bereichen Steuerberatung, Treuhand und Wirtschaftsprüfung. Neben der Qualifikation als diplomierter Treuhandexperte bin ich zugelassener Revisionsexperte (RAB) und Mitglied bei EXPERTsuisse, dem Expertenverband für Wirtschaftsprüfung, Steuern und Treuhand.

Für weiterführende Informationen oder Fragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung. Sie erreichen mich wie folgt:



**Urs Gmünder**

Steuerberatung  
Treuhand  
Wirtschaftsprüfung

Urs Gmünder AG  
Poststrasse 18  
CH-9000 St. Gallen

+41 71 222 07 17  
ursgmuender.ch  
info@ursgmuender.ch



# Geschäftsmodell-Innovation: Differenzieren statt verlieren?

**«Was vorstellbar ist, ist auch machbar», sagte Albert Einstein. Damit spielte er auf die zentrale Rolle von Modellen in der Physik an. Diese erlauben es, Wirkungszusammenhänge abzubilden und zu erkennen. Denken in Modellen ist auch in der Unternehmensführung eine bewährte Technik, gerade in der Innovationsarbeit. Innovation im Sinne von Erneuerung stellt eine Grundvoraussetzung für den unternehmerischen Fortbestand und Erfolg dar. Das bestreitet kaum jemand. Dabei denken wir insbesondere an Wettbewerbsvorteile dank neuer Produkte oder Verfahren. Doch greift das im immer schnelleren Wettlauf um Produktvorteile nicht zu kurz? Bietet das Denken in Geschäftsmodellen neue, interessante Differenzierungsmöglichkeiten? Was bedeutet Geschäftsmodell-Innovation und wie kann diese erarbeitet werden?**

## **Weit genug gehen, um im Markt zu bestehen**

Das heute sehr dynamische Wettbewerbsumfeld fordert enorm. Wer stehen bleibt, wird gnadenlos überrollt. Innovation und Weiterentwicklung stehen mehr denn je im Fokus einer nachhaltigen Unternehmensführung. Wer das nicht tut, verlässt sich darauf, dass Erfolgsfaktoren der Vergangenheit auch in Zukunft Bestand haben. Dies ist heute zweifellos eine wenig weitsichtige Grundhaltung.

Innovationsmanagement befasst sich mit der systematischen Planung, Steuerung und Kontrolle von technischen und/oder organisatorischen Neuerungen im Unternehmen. Sinngemäß konzentriert sich Innovation traditionell vor allem auf Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse. Ganz klar: neue und innovative Angebote, welche sich eindeutig von jenen der Wettbewerber abheben, erlauben eine entsprechende Preisgestaltung und legen den Grundstein für wirtschaftlichen Erfolg. Prozess-Innovation ergänzt das, indem die Leistungserstellung kostengünstiger oder in besserer Qualität erfolgt. Im Idealfall können damit zumindest aus kurzfristiger Perspektive Wettbewerbsvorteile begründet werden. Doch wie lange hält ein solcher Vorsprung? Leistungen, die heute noch differenzieren, können morgen schon ausgetauscht werden. Schmilzt die Differenzierung zum Wettbewerb, folgt meist der Kampf um Kunden über den Preis. Gerade in «reifen» Märkten können Margen dann oft auch kostenseitig nicht mehr über optimierte Prozesse und tiefere Herstellkosten gehalten werden. In der Praxis ist daher deutlich erkennbar, dass langfristiger Unternehmenserfolg

und nachhaltige Wettbewerbsvorteile klar über die Innovation in Produkten und Prozessen hinausgehen. Das Geschäftsmodell als Ganzes rückt damit in den Fokus.

## **Die Logik, wie ein Unternehmen Geld verdienen will**

Ein Geschäftsmodell beschreibt, wie ein Unternehmen Wert generiert, diesen zum Kunden transportiert und dabei einen Überschuss aus Einnahmen und Ausgaben erwirtschaftet. Im Kern kann ein Geschäftsmodell zielführend mit vier Bausteinen dargestellt werden.

Im Zentrum steht das Wertangebot des Unternehmens, sprich die eigentlichen Produkte und Leistungen und der damit verbundene Nutzen. Dieses Wertangebot muss vom Unternehmen entlang der Wertschöpfungskette zunächst erbracht, und dann an die Kunden weitergegeben werden. Aus Wertschöpfungskette und Kundendimension können Kosten und Einnahmen abgeleitet werden, welche in Kombination das Ertragsmodell, das vierte Element des Geschäftsmodells, begründen. Der Schlüssel eines erfolgreichen Modells liegt dabei erst im Mix der einzelnen Elemente. Nur wenn diese sinnvoll zusammenspielen, resultiert ein Einnahmen-Überschuss nach Abzug der Ausgaben – sprich es wird Geld verdient. Geschäftsmodell-Innovation setzt nun einerseits an den einzelnen Elementen, aber gerade auch an deren Zusammenspiel an: Ein Unternehmen wird durch neue Ausprägungen oder Kombinationen der Elemente Wertangebot, Wertschöpfungskette, Kundendimension und Ertragsmodell verändert, und so am Markt neu ausgerichtet.

Kernelemente eines Geschäftsmodells



**Alternativen entwickeln und den richtigen Mix finden**

Die Grundlage bildet zunächst ein Konsens darüber, wie das heutige Modell denn genau funktioniert. Dieser Schritt scheint einfach und noch wenig innovativ. Erfahrungsgemäss zeigt sich aber, dass innerhalb eines Unternehmens doch ganz unterschiedliche Auffassungen bestehen können.

Im zweiten Schritt erfolgt eine kritische Einschätzung und Beurteilung des heutigen Geschäftsmodells. Diese kann zum Beispiel anhand bewährter Schlüsselfragen erfolgen. Ein Gesamturteil zeigt auf, wie zufriedenstellend ein Modell funktioniert, und ob dieses daher eher in kleinen Schritten optimiert oder doch etwas radikaler innoviert werden sollte.

Drittens – und hier liegt die eigentliche Kunst in der Geschäftsmodell-Innovation – müssen konkrete Ansätze für Veränderungen erarbeitet werden. Verschiedene Techniken bieten Hilfestellung: So kann z.B. ein Geschäftsmodell gedanklich in verschiedene Extreme «gedehnt» werden. Wie würde das Modell aussehen, wenn radikal auf laufend neu entwickelte Produkte und Dienstleistungen gesetzt würde? Der Fokus liegt in diesem Beispiel auf dem Element des Wertangebots. Wie müssten die anderen Elemente in der Konsequenz angepasst werden? Wie wirkt sich das auf Einnahmen und Ausgaben aus? Wie verändert sich das Modell, wenn als Ausgangspunkt auf radikal minimierte Kosten gesetzt wird? Oder auf eine besonders intensive Kundenbeziehung?

Weitere Ansätze oder Inspirationen zur Innovation könnten zudem aus verwandten, oder gerade auch aus komplett losgelösten Industrien abgeleitet werden. Interessant ist es zudem, entlang der Wertschöpfungskette auch ausserhalb des eigenen Hauses zu denken. Das kann dazu führen, dass marktseitige Rivalen in vorgelagerten Prozessen sogar als mögliche Kooperationspartner erkannt werden. Der Kreativität sind somit eigentlich keine Grenzen gesetzt.

**In Szenarien denken, entscheiden und umsetzen**

In der Folge gilt es, erarbeitete Ansätze zu sinnvoll

len und in sich konsistenten Alternativen und Szenarien zu verdichten. Diese können dann wiederum bewertet, eingeschätzt und vor allem laufend weiterentwickelt und verfeinert werden, bis der richtige Zeitpunkt für die Transformation und eigentliche Umsetzung gekommen ist. Eine Anpassung des Geschäftsmodells erfolgt in der Praxis häufig eher iterativ und in Teilschritten als radikal. Kurzfristig wird in vielen Einzelschritten optimiert, langfristig resultiert aber doch ein grundsätzlich modifiziertes Modell.

**Frischzellenkur als Chance**

Mittelständler und KMU sind von Veränderungen und Herausforderungen am Markt oft besonders betroffen. Dies weil Grössenvorteile fehlen und sie daher besonders auf Differenzierung setzen müssen. Aufgrund eingeschränkter Risikofähigkeit (wegen fehlender Grösse) können strategische Fehlentscheide zudem rasch die Existenz des Unternehmens bedrohen.

Allerdings stellt Grösse in der Physik auch Masse dar, und Masse ist bekanntlich träge. Folglich stehen dem vermeintlichen Grössennachteil Agilität und Flexibilität als entscheidende Vorteile gegenüber. Aufgrund ihrer oftmals schlanken Strukturen verfügen Mittelständler und KMU über ausgezeichnete Voraussetzungen bezüglich Wandelfähigkeit und Tempo. Dies wiederum sind entscheidende Vorteile, um sich das Potential aus Geschäftsmodell-Innovationen auch tatsächlich und gezielt zu erschliessen.

**Zu den Autoren**



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



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

# Kommunikationstrends: Was eingetreten ist – und was ausbleiben wird

**Pünktlich zum Beginn jedes neuen Jahres wird uns verkündet, welche Trends uns im kommenden Jahr erwarten. Das gilt auch für den Kommunikationsbereich. Grund genug, die früher aufgestellten Thesen auf den Prüfstand zu stellen: Aus welchen Prognosen ist Wahrheit geworden, welche Entwicklung läuft erst zögerlich an – und was bleibt wohl noch lange aus?**

Es war völlig korrekt und gleichzeitig eher langweilig, weil selbstverständlich, als uns vor Jahresfrist verschiedene Studien und Befragungen voraussagten, dass die Digitalisierung in unserer Gesellschaft weiter fortschreiten wird. Dass die mobile Kommunikation an Boden gewinnt, ist kein neuer Trend, und dass diese Entwicklung noch weiter zulegt, das konnte auch ein Blinder prognostizieren: Wenn immer mehr Geräte für den mobilen Gebrauch entwickelt werden und die Anbieter ihre Dienstleistungen immer stärker auf diese Gerätewelt optimieren, dann kann der Trend gar nicht anders verlaufen. Heute schon gilt: Wer seine Kommunikation auf

deutung des Bilds in der Kommunikation. Auch dieser Trend ist nicht neu, aber in Verbindung mit den sozialen Medien steigt die Wirkkraft von Bildern exponentiell. Ein trauriges Beispiel dafür war die Abbildung eines toten Flüchtlingskindes an einem Strand. Es hat die Debatte über die Flüchtlingspolitik mehr geprägt als lange Artikel über die Hintergründe der Migrationssituation.

## **Nicht immer beeinflussbar**

Kritischer zu beurteilen ist die Prognose, dass die Kommunikation immer stärker individualisiert werde. Weil ein Einzelner heute theoretisch mit einem gut gemachten Youtube-Video internationale Bekanntheit erreichen kann, geht man davon aus, dass man aus Personen innerhalb weniger Stunden Marken von Weltruf machen kann, die sich dann auch für Kampagnen einsetzen lassen. Was hier zu wenig berücksichtigt wird, ist die schwere Planbarkeit solcher Effekte. Tatsächlich erreichen heute viel mehr Leute ihre «15 Minuten Ruhm» nach Andy Warhol, aber wer das wirklich schafft, das lässt sich kaum voraussagen, weil es von vielen unbeneinflussbaren Faktoren abhängt.

Das Netz ist voll von Versuchen, einen viralen Effekt auszulösen, die eigene Botschaft also so einzuspeisen, dass sie sich gewissermassen wie von selbst verbreitet. Weil es heute die entsprechenden technischen Möglichkeiten gibt, Inhalte umgehend in Netzwerken zu verbreiten, ist auch die Anzahl der Anbieter, die das versuchen, massiv gestiegen. In diesem Pulk aus Botschaften werberischer, ideologischer oder politischer Natur noch herauszustechen, ist nicht unbedingt einfacher geworden.

## **Völlige Transparenz**

Der vielleicht bedeutsamste Kommunikationstrend, der tatsächlich zu beobachten ist: die wachsende Bedeutung von Transparenz und Ehrlichkeit. Wer heute versucht, etwas zu verschleiern – Staaten oder Unternehmen –, muss damit rechnen, dass das inner-

## **Kritischer zu beurteilen ist die Prognose, dass die Kommunikation immer stärker individualisiert werde.**

Massnahmen beschränkt, die auf Desktopcomputer ausgerichtet sind, dem gehen viele mögliche Zugriffe verloren. Wir sind – auch dank den entsprechenden Angeboten der Telekommunikationsanbieter – heute ungebunden und jederzeit und überall online und wollen entsprechend auch immer und an jedem Standort auf Webseiten und Services zugreifen. Wer das nicht bieten kann, fällt aus der Entscheidung.

## **Alles in Echtzeit**

Ein weiterer Trend, der bereits seit Jahren anhält und 2015 an Boden gewonnen hat, ist die Demokratisierung der Kommunikation. News werden von Privaten via Soziale Medien kanalisiert und weitergeleitet, jeder aktive Webnutzer bildet sein eigenes Medium und erreicht so ein mehr oder weniger grosses Publikum. Diese Entwicklung löst die klassischen Medien und Verlagshäuser nicht ab, zwingt sie aber, sich auf einen Newsjournalismus in Echtzeit einzulassen und entsprechende eigene Angebote zu schaffen. Nicht wegzudiskutieren ist auch die steigende Be-



*Wer seine Kommunikation auf Massnahmen beschränkt, die auf Desktop-computer ausgerichtet sind, dem gehen viele mögliche Zugriffe verloren.*

Wir können doch  
sagen, was wir wollen.  
Sie googeln uns sowieso.



Und das ist gut so. Denn wir sind stolz auf  
das, was wir tun. Überzeugen Sie sich.

**KOCH-K.CH**

Wer als Werkzeug einen  
Hammer hat, sieht in  
jedem Problem einen Nagel.

(Paul Watzlawick)

Für mehr Kommunikationswerkzeuge: [www.alea-iacta.ch](http://www.alea-iacta.ch)

**alea iacta-**

halb kürzester Zeit aufgedeckt wird. Schwachstellen gibt es immer, nur waren sie früher nicht in der Lage, auf Knopfdruck Informationen zu verbreiten. Eine Fernsehwerbung, die aus Konsumentensicht keine Tatsachen wiedergibt, blieb noch vor zehn Jahren weitgehend unwidersprochen. Vielleicht nahm eine Zeitschrift das Thema auf, wodurch dieses im überschaubaren Kreis der Leserschaft verblieb. Heute ver-

Angeboten nur verwundert den Kopf schütteln. Für sie ist die Verwendung digitaler Medien keine Weiterentwicklung, sondern eine Selbstverständlichkeit. Digital ist das neue «Normal».

Text: Stefan Millius

Bild: Archiv

## Das Netz ist voll von Versuchen, einen viralen Effekt auszulösen.

breiten sich kritische Fragen oder Enthüllungen in Minutenschnelle tausendfach via Twitter und Facebook. Das zwingt Anbieter, bei den Fakten zu bleiben, wenn sie einen sogenannten «Shitstorm» vermeiden wollen. All den tatsächlich eingetretenen oder nur vermuteten Kommunikationstrends ist eines gemeinsam: Sie interessieren im Grunde nur die Kommunikationsbranche, kaum aber die Anwender. Die im digitalen Zeitalter aufwachsenden Jugendlichen würden bei der Erwähnung des Trends zu immer mehr digitalen

### Grossverteiler führt Werbung im Sortiment

Einer der grössten Werbeauftraggeber der Schweiz betätigt sich selber als Werbeagentur: Die Migros baut ihre Content-Marketing-Aktivitäten immer weiter aus. Grafiker, Fotografen, Video-Journalisten oder Redaktoren, die bis anhin vor allem für das «Migros»-Magazin arbeiteten, werden bald auch für Unternehmen wie Micasa, Chocolat Frey oder Hotelplan Werbemittel produzieren. Damit expandiert der orange Riese in ein Feld, das bislang vor allem den Werbe- oder Kommunikationsagenturen vorbehalten war.

Anzeige

# PERSONALISIERTE WERBUNG DIE ANKOMMT.

Sie haben die Idee – wir setzen sie um. Kompetent, zuverlässig und qualitativ hochwertig.



Weihnachtspost  
für Sie

 **DIRECT MAIL HOUSE**  
Return on Dialog

Mövenstrasse 10 · 9015 St. Gallen  
Tel. 071 313 01 01 · dmh.ch · info@dmh.ch

- Adressen
- Mailings
- Transaktionsdruck

- Print on demand
- Plastikkarten
- Fulfillment

- E-Mail Marketing
- Werbemittel
- CRM-Database



# Der Alltag kann warten

**Wer ein Casino betritt, taucht in eine Welt ein, die den Alltag vergessen lässt. Genau dieses Las-Vegas-Flair inszeniert die neue Kommunikationskampagne des grössten Schweizer Casinobetreibers – mit Spielbanken in St.Gallen, Schaffhausen, Pfäffikon SZ und Zürich.**

Für die Entwicklung des neuen Auftritts der Swiss-Casinos-Gruppe zeichnet die Agentur am Flughafen aus Altenrhein verantwortlich. Sie hatte die Aufgabe, alle vier Swiss Casinos unter einem einzigen kommunikativen Dach zu vereinen, dabei jedoch gleichzeitig die regionalen Besonderheiten zu berücksichtigen. Was die Casinos in St.Gallen und Schaffhausen von den Spielbanken in Pfäffikon SZ und Zürich unterscheidet, ist zum einen ihre Lage nahe der Schweizer Grenze. Zum anderen weisen ihre potenziellen Gäste ein ganz anderes Informations-, Ausgeh- und Mobilitätsverhalten auf als Herr

und Frau Zürcher. Zudem stehen in der Stadt Zürich andere Kommunikationsmöglichkeiten und Werbeträger zur Verfügung als in den eher ländlichen Gebieten.

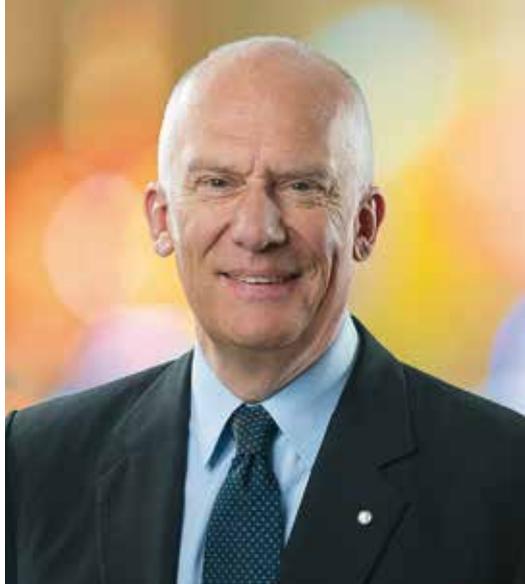
## Der Mythos einer Scheinwelt

Casinos haftet etwas Anrüchiges, Verbotenes an. Hollywood hat mit einschlägigen Filmen das Seinige zu diesem Mythos beigetragen. Nach wie vor stellt man sich Casinos gern als Scheinwelt vor, in der Falschspieler, Gauner und Zuhälter ihr Unwesen treiben und ein Mafiaboss im Hintergrund die Fäden



Die neue Kampagne widerspiegelt die fabelhafte Casino-Welt.





Massimo Schawalder,  
Direktor von Swiss Casinos St. Gallen:

**«Der neue, opulente  
Auftritt passt  
perfekt zu uns.»**

zieht. Zwar sieht die Wirklichkeit weit nüchterner aus – der Casinomarkt wird beherrscht von Reglementen, Vorschriften und Sozialaufträgen, fliessen doch zum Beispiel im Schnitt 50 Prozent der Einnahmen der Schweizer Casinos direkt in die AHV. Dennoch sollte die neue Kampagne genau diese fabelhafte Welt zum Ausdruck bringen, in die man bei einem Casinobesuch für kurze Zeit ein- und abtauchen kann.

#### Die Magie des Tigers

Swiss Casinos trat mit dem Wunsch an die Agentur am Flughafen heran, einen neuen Auftritt zu schaffen, der in der täglichen Informationsflut den «war for eyeballs» auf lange Sicht gewinnt, das einzigartige Erlebnis eines Casinobesuchs auf Leinwände, Bildschirme, Plakatwände und in den Äther zaubert und gleichzeitig die führende Marktposition von Swiss Casinos widerspiegelt. Swiss Casinos ist die grösste Spielbankengruppe der Schweiz.

Die Welt des Casinos ist nicht echt. Es ist eine offensichtliche Scheinwelt. Doch egal, ob Handwerker, Vorarbeiter, Playboy, Urban Gardener, Chefin, Halbmarathonläuferin, Friseurin, Podologin, Radfahrer oder Feuerwehrmann – jeder Mensch hat das Bedürfnis, zwischendurch mal den Alltag abzustreifen, einfach Spass zu haben, das Glück etwas herauszufordern und Momente voller Bling-Bling zu erleben. So prangt auf allen Werbemitteln neben illustren und extravaganten Charakteren ein Tiger – als Sinnbild für die einmalige Welt voller Spannung, Eleganz und Überraschung, die man nur im Casino findet. Die magieumwobene, geschmeidige Grosskatze steht in ihrer Heimat in Asien für Stärke und Wagnis. Bewusst überzeichnete Szenen geben den Zauber abseits des Alltags wieder – denn der kann auch mal warten.

#### Der Patron von St. Gallen

Massimo Schawalder, Direktor von Swiss Casinos St. Gallen, ist begeistert von der neuen Kampagne: «Der neue, opulente Auftritt passt perfekt zu uns. Denn als Casino im typischen Las-Vegas-Stil bieten wir unseren Gästen neben dem gewohnten Spielbetrieb ein attraktives und vielseitiges Eventangebot. So kann – bildhaft gesprochen – jeder Gast den Alltag an der Garderobe abgeben.»

Ein Blick auf das Angebot des Hauses zeigt, dass er recht hat: Fast wöchentlich bietet das Casino St. Gallen seinen Gästen ein attraktives Rahmenprogramm – von der Ladies Night mit muskulösen Strippern über die Las Vegas Night, an der als Gewinn ein Trip in die «Stadt der Sünde» winkt, bis hin zu saisonalen Events wie Oktoberfest oder Silvesterparty. Massimo Schawalder ist Direktor mit Leib und Seele. Der Rheintaler leitet Swiss Casinos St. Gallen bereits seit neun Jahren und hat zuvor in den USA viele Jahre lang Erfahrungen als Chef eines Indianerstamms sowie im Glücksspielgeschäft gesammelt.



Die Crew der  
Agentur am Flughafen.

Text: Miriam Egli

Bilder: zVg.

# Aus der Praxis: Interaktive Kundengespräche mit Tablets

**Wer kennt das nicht: Der Aussendienst wird mit neuester Hardware wie Tablets ausgestattet, kann deren Präsentationsmöglichkeiten aber kaum nutzen – schon gar nicht zusammen mit dem Kunden. Formate wie Power-Point oder PDF lassen sich nur umständlich aufrufen und unterbrechen dann auch noch den Gesprächsfluss, weil man nicht individuell auf einzelne Informationsbereiche zugreifen kann. Dass interaktive und ergebnisorientierte Kundendialoge mit Tablets allerdings problemlos möglich sind, zeigen zwei erfolgreiche Praxisbeispiele von Nestlé Frisco Findus und stürmsfs. Beide Unternehmen nutzten dafür den interaktiven E,T&H Storyteller.**

## Nestlé Frisco Findus

Nestlé Frisco Findus hat seine B2B-Kommunikationsinstrumente gezielt weiterentwickelt. Und das nicht nur im Sinne einer papierlosen und umweltschonenden Grundhaltung, denn oft waren gedruckte Folder bereits inhaltlich überholt, kurz nachdem sie dem Aussendienst zur Verfügung standen. Sondern vielmehr auch vor dem Hintergrund, dass der Aussendienst im Kundendialog schnell auf den Punkt kommen und den Mehrwert für den Kunden überzeugend und einprägsam vermitteln muss. Dies alles unter Beibehaltung einer flexiblen Gesprächsführung, die den Vertrieb unterstützt statt einschränkt. Entstanden ist eine dreisprachige Applikation, mit welcher der Aussendienst individuelle Gespräche mit Gastrokunden führt und dabei saisonale Inspi-

rationen und Konzepte vorstellt, die diesen helfen, mehr Umsatz zu erzielen.

Das Besondere an der Applikation: Sie ermöglicht nicht nur die nahtlose Gesprächsführung aus einer Oberfläche heraus. Sondern sie fördert zusätzlich noch die gemeinsame Qualifizierung von Ideen und das Definieren von Lösungen. Zum Beispiel kommt ein Kalkulator zum Einsatz, mit dem der wirtschaftliche Nutzen einer Konzeptidee (beispielsweise eine Pasta-Herbstwoche) mit dem Kunden besprochen wird – unter Anpassung von Menu-Preisen und Absatzmengen. Der «Profiler» (eine Eingabemaske zur Feststellung wichtiger Customer Insights) schlägt dann aus verschiedenen Szenarien das für den Kunden passende Dessert-Sortiment vor. Diese Vertriebsapplikation ist seit eineinhalb Jahren täglich schweizweit bei



Nestlé Frisco Findus  
Kalkulator

links:

Dr. Axel Thoma,  
Leiter Strategie der  
E,T&H Werbeagentur AG



rechts:

Christian Hacker,  
Leiter Beratung der  
E,T&H Werbeagentur AG



ca. 30 Verkaufsberatern im Einsatz und wird für die IGEHO-Messe mit einer Teamfunktion erweitert. Thomas Fuchs (Nestlé Frisco Findus Sales Execution Manager Gastro) zur Wirkung: «Mit dieser innovativen Vertriebsapplikation sparen wir nicht nur Druck- und Verteilkosten im sechsstelligen Bereich, sondern machen einen messbaren Schritt hin zu mehr Kundenorientierung und gemeinsamer Value Creation.»

#### stürmsfs

Der führende Anbieter von Qualitätsprodukten und Gesamtlösungen rund um Stahl und Metall bewegt sich in einem hoch kompetitiven Umfeld. Da spielt der direkte Vertrieb eine tragende Rolle. Um den Aussendienst noch wirkungsvoller zu unterstützen, stieg das Unternehmen auf konvertible Ultrabooks um. Die drei Ziele: Erstens, involvierende Kundengespräche zu fördern im Wissen, alles Relevante ohne aufwendige Gesprächsvorbereitung dabei zu haben. Zweitens, stürmsfs als kompetenten Dienstleistungs-partner zu positionieren und das sortimentsbezogene Cross-Selling anzutreiben. Drittens, bei der jungen Generation von strategischen Einkäufern Sympathie und Aufmerksamkeit zu wecken.

Herzstück der Vertriebsapplikation ist ein 3D-illustrierter Canvas, der einprägsam aufzeigt, wie stürmsfs seine Kunden individuell und bedarfsgerecht unterstützt. Von diesem Canvas aus lassen sich

– über mehrere Inhaltsstufen hinweg – unterschiedlichste Themen erschliessen. Dazu gehören neben dem Sortiment und der Vorstellung der Ansprechpartner auch die Vorbearbeitung von Produkten, die Prozessberatung und der Onlineshop. 15 stürmsfs-Aussendienstmitarbeitende und GL-Mitglieder nutzen diese Applikation erfolgreich quer durch alle Zielgruppen. Ob bei Schlossereien mit traditionellem Produktbedarf oder bei künftigen Systempartnern, die eine massgeschneiderte Prozessintegration anstreben, um Systemkosten zu senken und sich auf die eigene Produktion zu konzentrieren.

#### Die Vorteile zusammengefasst

Die Vorteile für Gesprächsführer liegen klar auf der Hand: der E,T&H Storyteller ermöglicht den schnellen und flexiblen Zugriff auf alle Inhalte; alles Wichtige ist stets präsent. Und zwar offline und online. Was das situative, auf den Kunden zugeschnittene Gespräch mit relevanten und mediengerecht aufbereiteten Inhalten vereinfacht. Integrierte Tools wie Kalkulator, Profiler oder Konformitätsabfragen regen die Ideen- und Lösungsfindung im Dialog mit dem Kunden an. Und nach Gesprächsende werden Dokumente bis hin zu Protokollen einfach per E-Mail versandt. Das Vertriebsmanagement spart nicht nur Druck- und Verteilkosten, sondern stellt auch ein einheitliches «Storytelling» sicher, ob im individuellen Kundengespräch oder beispielsweise auf einem Messestand. Die Applikation ist plattformunabhängig für verschiedenste Geräte und Betriebssysteme ausgelegt und erlaubt die problemlose Integration vorhandener Medien-Assets wie Dokumente, Bilder und Videos. Und mithilfe jederzeit abfragbarer Nutzungsdaten lässt sich das Coaching der Vertriebsmitarbeitenden zudem objektiver und zielgerichteter gestalten. Selbstverständlich ist die Anbindung an bestehende CRM- oder ERP-Systeme möglich.

stürmsfs  
Leistungs-Canvas



Text: Axel Thoma und Christian Hacker

Bilder: E,T&H

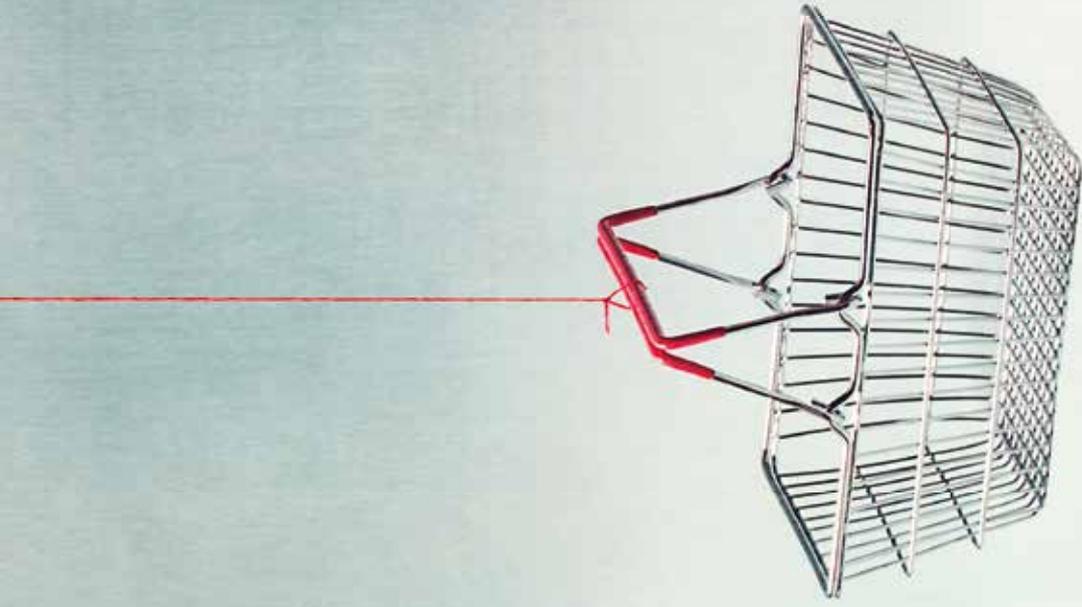
Weitere Informationen zu Praxisbeispielen und Vorteilen des E,T&H Storytellers entdecken Sie auf <http://insights.ethcom.ch>

# Menschen berühren, begeistern und gewinnen.

Durch die Macht der Marke.  
Durch die Kraft der Kreativität.  
Durch die Möglichkeiten  
der Technologie.

Das ist unsere Mission.





**rembrand**  
Marke. Design. Kommunikation.

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

**Kommunikationstag  
St.Gallen**

**11. März 2016  
im Pfalz Keller  
St.Gallen**

**PAUL**

**KOMMT**

**AUCH**

Jetzt anmelden unter:  
**paul-kommt-auch.ch**

Der Kommunikationstag bietet nicht einfach «Mehr vom Gleichen». Er zeichnet sich durch seine Kreativität und Frische aus. Mit spielerischen Methoden der Kommunikation wird «Paul kommt auch» als Kontakt-, Dialog-, Wissens- und Erlebnisplattform zum wichtigsten Ostschweizer Event der Kommunikationsbranche.

facebook.com/paulkommtauch  
twitter.com/PaulKommtAuch

alea iacta-

WERBE  
CLUB  
OST  
SCHWEIZ

  
pr suisse  
PROL Public Relations Gesellschaft  
Ostschweiz/Liechtenstein

# «Content is King»

**Regelmässig wird behauptet, dass inzwischen deutlich weniger eines Marketingbudgets in die klassische Werbung investiert wird. Hat damit allgemein die Live-Kommunikation an Stellenwert gewonnen? Und welche Entwicklung ist zu erwarten?**



Carole Ramuz, CEO der Brandsoul Ltd. in Zürich und Präsidentin Expo-Event.Live Communication Verband Schweiz.

«Heute spielt ein ausgewogener, massgeschneiderter Marketingmix eine bedeutende Rolle», erklärt Carole Ramuz, CEO der Brandsoul Ltd. in Zürich und Präsidentin Expo-Event.Live Communication Verband Schweiz. Der Wandel in der Kommunikation passiere aber auf verschiedenen Ebenen. «Wer geschickt vorgeht, wird nur in einzelnen Fällen Werbung als «Insellösung» produzieren. Vielmehr wird eine Botschaft über unterschiedliche Kommunikationskanäle zum Zielpublikum transportiert.» Mit anderen Worten: Die Kommunikationsbotschaften werden in eine Kampagne gepackt und quasi ausgerollt. So gewinne die Werbung und mit ihr die gesamte Kommunikation nach aussen deutlich an Bedeutung. «Die Kunden», so Carole Ramuz, «wissen, wie wichtig es ist, ihre Marke richtig zu positionieren und entsprechend die Massnahmen und Strategien abzuleiten.» Das Denken in Ideen sei gefragt und die Umsetzung erfolgt in diversen Kanälen. «Die klassische Werbung ist somit nach wie vor ein wichtiger Faktor und wird auch in Zukunft existieren», ist Ramuz überzeugt.

## Zukunftsprognosen

Auch Tim Schlichting, Geschäftsführer der la folie Erlebniskultur GmbH in Zürich, will nicht von einem Wandel sprechen. Viel eher würden die neuen Formen auch neue Möglichkeiten bieten. Das Marketing sei per se ein sehr dynamisches Feld, das sich ständig wandle. «In den vergangenen Jahren wurde dieser Wandel immer schneller. Und grundsätzlich wird unter dem Strich sicherlich weniger vom Marketingbudget in die klassische Werbung investiert.» Deutlich an Stellenwert gewonnen hätten neben den B-to-C-Bereichen – also beispielsweise Kundenevents, Public Events, Promotionen, Roadshows oder Jubiläen – die «internen» Bereiche. Darunter fallen unter anderem Mitarbeiterfeste oder Nachwuchsrekrutierungen. In diese Segmente der Live-Kommunikation wird gemäss Schlichting heute deutlich mehr investiert als noch vor einigen Jahren. Ein Trend, der sich fortsetzt? «Ich bin ehrlich gesagt sehr gespannt, wie es weitergehen wird, denn es ist heutzutage sehr schwer Zukunftsprognosen für mehrere Jahre abzugeben.» Schlichting ist jedoch der Meinung, dass in den nächsten Jahren ein

weiterer Wandel stattfinden wird. Und zwar in der Form, dass die drei Bereiche «klassische Werbung», «Social Media» und «Live-Kommunikation» immer mehr miteinander verzahnt und so auch vermehrt gemeinsam eingesetzt werden.

## Schärfung der Profile

«Content is King», bringt es Carole Ramuz auf den Punkt. «Heute spielen – zum Glück – die Inhalte zunehmend die Hauptrolle. Auftraggeber wollen eine Botschaft platzieren, welche an die Kommunikations- beziehungsweise Unternehmensstrategie anknüpft.» Die Inszenierung und die Emotionalisierung einer Botschaft würden wieder mehr an Bedeutung gewinnen. Daher geht die Live-Kommunikation auch deutlich über den Event hinaus. «Die kreierten und erlebten Elemente werden auch nach dem Anlass weiter verwendet und in die klassische Kommunikation integriert. «Die Live-Kommunikation ist somit eine gute Plattform und dient der Verschmelzung unterschiedlichster Disziplinen», so Ramuz weiter. Auf die Zukunftsprognosen angesprochen sagt die Geschäftsführerin: «Die Inhalte werden auch in den nächsten Jahren wichtig bleiben. Viele Unternehmen in der Schweiz arbeiten heute an der Schärfung ihrer Profile – intern, aber auch extern.» Die Kunst sei hier, die richtige «Brand-Story» zu erzählen und diese emotional zu verankern. Hier biete die Live-Kommunikation die Antwort. Am Schluss solle das Zielpublikum einen «Eindruck» mitnehmen können. «Das ist der Mehrwert unserer Branche.» Und Ramuz sagt weiter: Die Umsetzung der Botschaft, begleitend in den unterschiedlichen Kanälen – darunter auch der digitale – wird sich in Zukunft noch weiterentwickeln und professionalisieren.» Es sei nach wie vor so, dass bei wiederkehrenden Anlässen kaum eine Kommunikation unter Teilnehmern oder zwischen Absendern und Empfängern zwischen den Anlässen stattfinde. Hier liege noch Potenzial. «Gerade die digitale Kommunikation kann hier eine wichtige Rolle spielen, steckt derzeit aber noch in den Kinderschuhen.»

Text: Marcel Baumgartner

Bild: zVg.

# Print schafft Erlebnisse

**Mit kreativen Ideen zeigt die Victoriadruck AG in Balgach immer wieder, dass auch in einer zunehmend digitalisierten Welt das Gedruckte einen hohen Stellenwert hat. Als regionaler Partner fokussiert das Familienunternehmen auf die Umsetzung individueller Lösungen für seine Kunden – und zwar im Offset-, Buch- und Digitaldruck.**

Die Kunden dort anzusprechen, wo sie sich befinden, und ihnen einen entsprechenden Mehrwert zu bieten, ist für jedes Unternehmen eine Herausforderung. Kommunikation erfolgt heute über verschiedene Kanäle – und der Kunde möchte wählen, über welchen er Botschaften empfangen will. Printprodukte stehen so im Wettbewerb zu den Neuen Medien. Sie jedoch einfach durch digitale Produktionen zu ersetzen, kann sich kein Unternehmen leisten.

Denn in der zunehmend digitalisierten Welt hat der Mensch verstärkt das Bedürfnis nach Erlebnissen, welche die Sinne ansprechen. Spüren, berühren und erleben – kreative und innovative Ideen sind gefragt. Dabei ist eine genaue Analyse der Zielgruppe wichtig. Mit der richtigen Papierwahl etwa werden Botschaften verstärkt, und Unternehmenswerte können besser transportiert werden. Ein sauber gefertigtes Druckerzeugnis spricht den Kunden auch emotional – über die Optik und die Haptik – an. Im Marketingmix

leistet das Printprodukt so einen wichtigen Beitrag. Oft ist es ein Türöffner zur digitalen Welt. «Schnell beim Kunden vor Ort sein, ihn mit Musterbüchern und Beispielen beraten – dieser Service wird sehr geschätzt», so Geschäftsleitungsmitglied Nicola Wurster, verantwortlich für Verkauf und Administration. Mit der zweimal jährlich erscheinenden Kundenzeitung – natürlich als gedrucktes Mailing gestaltet – inspiriert die Victoriadruck AG und macht auf Neuerungen im Markt aufmerksam.

Für die Umsetzung von personalisierten Mailings werden Offset-, Buch- und Digitaldruck zu einem attraktiven Ganzen verknüpft: Die Auflage wird im Offsetdruck vorgedruckt, erhält im Buchdruck die entsprechende Veredelung (Stanzung, Prägung etc.) und wird im Digitaldruck personalisiert.

Durch die Integration von QR-Codes, die z. B. zu einem Online-Anmeldeformular führen, erhält das Druckprodukt einen crossmedialen Mehrwert.

*Beratung ist heute wichtiger denn je.*





Die Balgacher Victoriadruck AG ist seit 1973 im Besitze der Familie Eichmann. Das Unternehmen wurde bereits 1947 gegründet und zählt heute zu einer der ältesten Druckereien im St.Galler Rheintal. In zweiter Generation führen seit 1993 die beiden Schwestern Nicola Wurster-Eichmann und Edith Caviezel-Eichmann den Betrieb. Ein Team von 15 erfahrenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern unterstützt sie dabei.



Gestaltung | Digitaldruck  
 Offsetdruck | Weiterverarbeitung  
[www.victoriadruck.ch](http://www.victoriadruck.ch)

*Individuelle und personalisierte Drucksachen werden im Digitaldruck produziert.*

Wo sich eine industrielle Fertigung nicht lohnt, übernehmen geschickte Hände die Konfektionierung – eine Spezialität der Victoriadruck AG.

«Individuelle Lösungen, die genau den Bedürfnissen der Kunden entsprechen, sind unsere Stärke» sagt Geschäftsleitungsmitglied Edith Caviezel-Eichmann, verantwortlich für die Produktion. So kommen z. B. zu den heute schon über 30 Ausstattungsvarianten von Dokumentationsmappen immer wieder neue Lösungen hinzu. Gerne nimmt das Team

neue Herausforderungen an, um die Ideen der Kunden umzusetzen. Gerade auch Agenturen und Grafiker schätzen das grosse Know-how der Victoriadruck AG, wenn es um die Realisierung von kreativen Lösungen geht.

Die Victoriadruck AG versorgt Privatkunden, Vereine, das Gewerbe, die öffentliche Hand und vor allem die Industrie mit einer breiten Palette an Produkten. Die Dienstleistungen gehen dabei über das reine Printprodukt hinaus: Konfektionierungen, Lagerhaltung und Just-in-time-Lieferungen gehören mit zum Angebot einer leistungsfähigen Druckerei. Kurze Wege und eine schlanke Administration ermöglichen es, schnell und flexibel auf die Kundenwünsche zu reagieren. Für B2B-Kunden steht zudem bei Bedarf ein individuelles Web-Portal für die Abwicklung von standardisierten Druckaufträgen zur Verfügung.

Die Leitung des Unternehmens liegt seit über 20 Jahren in den Händen von Nicola Wurster und Edith Caviezel. Zuvor hatte ihr Vater während 20 Jahren mit viel Offenheit gegenüber dem technischen Fortschritt die ehemalige Buchdruckerei in eine moderne Offsetdruckerei überführt. Mit stetigen Investitionen in die Produktionstechnik haben die beiden Frauen den Betrieb erfolgreich weiterentwickelt. Heute ist die Produktion auf dem neuesten Stand.

Werte wie Vertrauen, Verlässlichkeit und Sicherheit sind der Victoriadruck AG wichtig. Langjährige Mitarbeiter und Partnerschaften mit Lieferanten garantieren denn auch für eine konstant hohe Qualität. Auch die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter werden gross geschrieben: Damit auch in Zukunft genügend qualifizierte Fachkräfte vorhanden sind, setzt die Victoriadruck AG auf die Ausbildung von Lernenden und bietet zwei Ausbildungsplätze an.



*Junge Menschen erhalten die Chance, Drucktechnologie oder Polygraf zu lernen.*



ab Februar 2016

# Die Ostschweiz bebt ...

In St. Gallen entsteht **die Kommunikationsagentur** der Ostschweiz. Die grösste Full-Service-Agentur wird ihren Kunden mit Frische, Kompetenz und Kreativität zu Höhenflügen verhelfen.

# Aber wir haben es doch schon immer so gemacht!

**Viel Geld fliesst in die Gesundheit am Arbeitsplatz. Verantwortungsvolle Unternehmen investieren grosse Mittel, um ihre wichtigste Ressource zu schützen: die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die einfachsten und effektivsten Massnahmen würden indes keinen Franken kosten und gleichzeitig sogar die Effizienz steigern. Dazu ist allerdings die Bereitschaft gefragt, umzudenken.**

Vieles von dem, was wir tun, tun wir nicht, weil es Sinn macht, sondern weil wir es nicht anders kennen. Weil wir, und jeder kennt die Aussage, es eben «schon immer so gemacht» haben. Davon kann jeder ein Lied singen, der sich morgens um 7 Uhr in einen proppenvollen Zug zwängt und, wenn es dumm läuft, erzwungenermassen im Stehen Richtung Arbeitsplatz pendelt. Punkt 7.45 Uhr sitzt man an seinem Pult, startet den Computer und schlurft dann Richtung Kaffeemaschine in der Hoffnung, irgendwann vor 9 Uhr auch geistig betriebsbereit zu sein. Denn die innere Uhr würde eigentlich einen Arbeitsstart nicht vor 11 Uhr diktieren. Dafür dann gerne in die stillen Abendstunden hinein. Solche Leute gibt es. Jeder hat einen anderen Biorhythmus. Aber das interessiert erstaunlicherweise selbst im Jahr 2015 immer noch viel zu wenige Firmen.

## Riesiges Potenzial

Das hier soll kein Plädoyer für die völlige Selbstbestimmung von Angestellten sein. Lohnbezüger sollen ihre Arbeitskraft in der Weise zur Verfügung stellen, die dem Unternehmen dient. Leider aber stellen sich Betriebe viel zu selten die Frage, ob der Status quo diese Anforderung noch erfüllt. Experten schreiben sich in Fachartikeln die Finger wund über die positiven Auswirkungen von Teilzeitmodellen, Jobsharing, Homeoffice-Tagen und flexiblen Arbeitszeiten, aber in der Realität geschieht erstaunlich wenig. Dabei liegt hier ein riesiges Potenzial für Firmen, die solche Dinge einführen könnten, weil sie nicht aufgrund bestimmter Produktionsabläufe kaum Flexibilität aufweisen. Möglich wäre es in den meisten Fällen. In Zeiten von Smartphones und Laptops werden Schlafzimmer

*Schöne, neue Arbeitswelt. Müssen wir die Dinge so machen, wie wir sie machen – oder gibt es andere Wege?*



und Zugabteile zur Büroerweiterung. Viele Aufgaben lassen sich buchstäblich von überall aus und zu jeder Zeit ausführen. Aber wir belasten Strassen und den öffentlichen Verkehr und unsere Nerven durch die Schaffung von Rush-hours, die gar nicht zwingend sind. Um die gebeutelte Psyche der Mitarbeiter wieder ins Lot zu bringen, werden dann Millionen in Gesundheitsmassnahmen gebuttert.

#### Angst vor dem Aufwand

Warum sind so wenige Firmen bereit, alte Muster zu durchbrechen und nicht mehr auf das alte «8 bis 5»-Modell zu setzen, sondern die Durchlässigkeit zu erhöhen? Es gibt zwei wesentliche Gründe: Zum einen ist es einfacher, alles zu belassen, wie es ist.

## Jeder hat einen anderen Biorhythmus. Aber das interessiert erstaunlicherweise selbst im Jahr 2015 immer noch viel zu wenige Firmen.

Wenn Mitarbeiter X plötzlich zwei Tage pro Woche von zuhause aus arbeiten will, generiert er damit Mehraufwand. Die Kundendaten müssen auf seinem Laptop in sicherer Form gespeichert werden, die Frage der Zeiterfassung muss geklärt werden, das Setzen von internen Terminen wird komplexer. Grund 2: Viele Unternehmensführungen haben ungern Veränderungen, weil sie, wenn etwas schief geht, dafür an die Kasse kommen könnten. Wer alles lässt, wie es immer war, kann sich auf die historischen Erfolge berufen, wenn es mal nicht so läuft. Wer aktiv eingreift, setzt sich im Zweifelsfall Kritik aus. Warum bloss wurde am Erfolgsmodell gedreht?

Dabei kann man ja nicht ernstlich glauben, dass die digitale Revolution, die vor Jahren eingesetzt hat und immer mehr Bereiche unseres Lebens umwälzt, ausgerechnet vor der Arbeitswelt haltmacht. Es geht nicht darum, keinen Stein auf dem andern zu lassen,

aber es lohnt sich, die Frage zu stellen: Müssen wir die Dinge so machen, wie wir sie machen – oder gibt es andere Wege? Statt im Nachhinein einen mobilen Masseur in die Firma zu holen, der sich durch alle Abteilungen durchknetet, könnte man vorher darüber nachdenken, warum es in letzter Zeit so viele Absenzen aufgrund gesundheitlicher Probleme gab. Statt den Mitarbeiter mit der schlechtesten Performance über ein kompliziertes Bonus-Malus-System abzustrafen, könnte man ihn fragen, unter welchen Umständen er bessere Resultate liefern würde – er weiss es vermutlich.

#### Symptombekämpfung

Denn eines steht fest: Das Umfeld mit den Eckdaten Zeit und Ort beeinflusst unsere Arbeitsleistung ganz entscheidend. Früher war es gar keine Frage, wann und wo wir unsere Arbeit zu verrichten hatten. Die Infrastruktur war nur innerhalb der Firmenräumlichkeiten gegeben. Heute verfügen wir über Tools, die eine Präsenz an einem bestimmten Ort zu einer bestimmten Zeit nicht immer, aber immer öfter überflüssig machen. Wer diese Tatsache geschickt nutzt, kann möglicherweise viele negative Auswirkungen der gegenwärtigen Arbeitswelt aushebeln und damit Kosten sparen. Was heute in vielen Betrieben gelebt wird, wenn es um Gesundheitsmanagement geht, ist Symptombekämpfung. Prävention wäre sinnvoller. Aber wie so oft ist auch hier wohl Geduld gefragt. Übrigens: Selbstverständlich gibt es auch in der Ostschweiz viele Unternehmen, die längst nach solchen modernen Grundsätzen leben und alte Strukturen aufgebrochen haben. Sie alle sind hier wie immer nicht mitgemeint. Das Verbesserungspotenzial ist aber mit Sicherheit grösser als die Summe dessen, was bereits erreicht wurde.

Text: Stefan Millius

Bild: Archiv

Anzeige



## GESUND BLEIBEN – GESUND WERDEN

Die Oberwaid – Kurhotel und Privatklinik in St. Gallen ist ein Ort für die Gesundheit von Körper und Seele in exklusivem Ambiente. Wir bieten unseren Kurgästen mit psychosomatischen, orthopädischen und internistischen Indikationen der Rehabilitation und Nachsorge eine ganzheitliche und individuell zusammengestellte Behandlung von erfahrenen Spezialisten.

Erfahren Sie mehr unter [www.oberwaid.ch](http://www.oberwaid.ch).

#### Oberwaid AG – Kurhotel & Privatklinik

Rorschacher Strasse 311  
9016 St. Gallen – Schweiz  
T +41 (0)71 282 0000

[info@oberwaid.ch](mailto:info@oberwaid.ch) · [www.oberwaid.ch](http://www.oberwaid.ch)



# «Off-Zeiten sind dringend nötig»

**Petra Kugler ist Professorin für Strategie und Management an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften, FHS St.Gallen. Sie weiss, welche Forderungen die zukünftigen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer stellen werden.**

**Petra Kugler, eine Studie der Gesundheitsförderung Schweiz hat gezeigt, dass sich fast ein Viertel aller Betriebstätigen übermässig belastet fühlt. Woher kommt dieser Stress?**

Unternehmen sind heute einem erheblich grösseren Wettbewerbsdruck ausgesetzt als noch vor einigen Jahren. Dieser Druck wird auch an die Mitarbeiter weiter gegeben. So überrascht es auch nicht, dass die psychische Belastung und das Stressempfinden stark zugenommen haben. Unternehmensführer nehmen beide Aspekte wahr, den Erfolgsdruck von aussen und die Belastung der Mitarbeiter, und müssen sich damit zunehmend auseinandersetzen.

**«Es wird zwar oft von einer «Work-Life Balance» gesprochen, aber es ist fraglich, ob Arbeit und Leben heute tatsächlich klar trennbar sind.»**

**Viele klagen nicht nur über zu viel Arbeit, sondern auch über zu wenig Freizeit. Ist die Work-Life-Balance in der Schweiz aus dem Lot?**

Es wird dann zwar oft von einer «Work-Life-Balance» gesprochen, aber es ist fraglich, ob Arbeit und Leben heute tatsächlich klar trennbar sind. Dieser Gedanke drückt vielmehr eine Sehnsucht nach einfachen Lösungen in einer komplexen Welt aus. Denn die Realität der Arbeit ist durch elektronische Medien nicht mehr an definierte Arbeitszeiten oder an einen festen Arbeitsort gebunden. Arbeit dringt über Emails oder über das Mobiltelefon auch ins Private, ebenso wie das Private auch in das Berufliche dringt. Dies betrifft insbesondere Wissensarbeiter, also Berufe, die immer wieder neue Lösungen hervorbringen müssen. Solchen Tätigkeiten kommt eine Flexibilisierung der Arbeit entgegen.

**Die Vermischung von Freizeit und Beruf bedeutet nicht immer nur Stress?**

Nein. Neue Ideen oder die Erledigung konzeptioneller Aufgaben halten sich nur selten an offizielle Arbeitszeiten. Vieles entsteht vielmehr gerade dann, wenn wir uns gedanklich und körperlich von der beruflichen Tätigkeit entfernen, zum Beispiel beim Sport.

**Was sind die negativen Konsequenzen dieser Flexibilisierung?**

Wir haben oft noch keine angemessene Handhabung im Umgang mit der ständigen Erreichbarkeit und mit einer grösseren Flexibilität entwickelt. Denn Freiheiten sind auch immer mit mehr Verantwortung verbunden, die dann von den Mitarbeitern übernommen werden muss. Das Ergebnis ist dann oft, dass wir uns schwer damit tun, abzuschalten und «Off-Zeiten» einzuhalten, obwohl diese dringend notwendig sind.

**Wie reagieren Firmen auf dieses Dilemma? Die Freizeit gehörte in der Vergangenheit bisher kaum zu den Interessengebieten der Chefs.**

Auch Unternehmen suchen nach sinnvollen Lösungen. Oft geht es um die Frage, ob die genannten Freiheiten gewährt werden oder ob es formelle Regelungen braucht. So verbieten es einige Unternehmen ihren Mitarbeitern, Emails oder SMS nach Feierabend zu versenden, oder sie untersagen die Möglichkeit, das Home Office zu nutzen. Solche Unternehmen tun dann einfach so, als gäbe es neue Technologien und eine veränderte Realität nicht. Ob dies die heutigen Herausforderungen tatsächlich löst, ist fraglich.

**Eine Haltung, welche spätestens die Generation Y nicht mehr tolerieren wird. Die zwischen 1980 und 1995 Geborene fordern eine ausgeglichene Work-Life-Balance. Wieso?**

Die Generation Y ist im Gegensatz zu den vorausgehenden Generationen bereits in dieser Realität aufgewachsen. Dies begründet auch andere Einstellungen, Werte und Charakteristika. So zeigen etliche Studien zur Generation Y auch ein sehr konsistentes Bild, wobei die grosse Bedeutung von «Leben» dabei auffällig ist. Das zeigt sich beispielsweise am hohen Stellenwert von Familie oder am Bedeutungsverlust klassischer Statussymbole wie etwa Autos. In einer umfangreichen Studie, die wir 2014 gemeinsam mit Studierenden durchgeführt haben, wurde häufig betont, dass die Generation Y «arbeitet, um zu leben» aber nicht «lebt, um zu arbeiten». «Arbeit» und «Leben» werden von der Generation Y nicht mehr getrennt betrachtet. Die Übergänge sind fließend, und elektronische Medien dienen als ein Bindeglied. Das Mo-



*Professorin Petra Kugler:*

**«Wir haben noch keine angemessene Handhabung im Umgang mit der ständigen Erreichbarkeit und mit einer grösseren Flexibilität entwickelt.»**

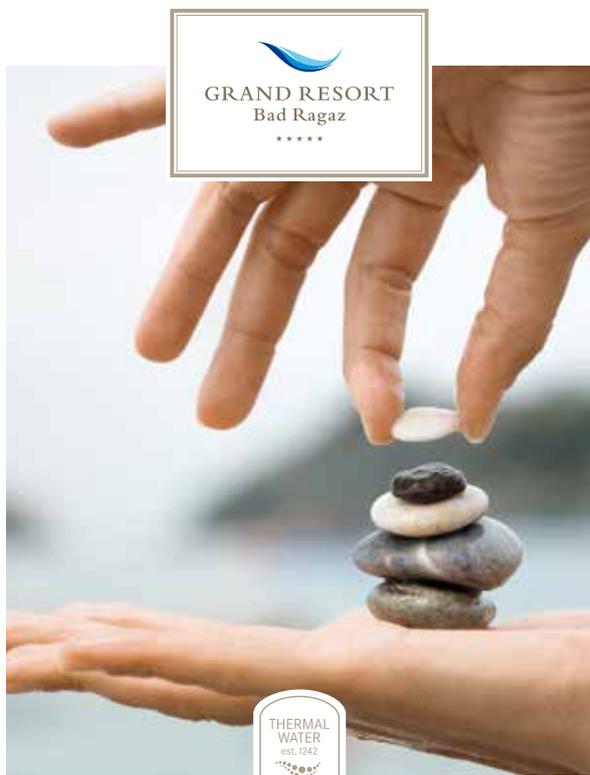


biltelefon wird dabei fast schon als ein Teil des Körpers betrachtet. Die Frage ist dann weniger, wie eine Abgrenzung von Arbeit und Leben stattfinden kann, sondern was eine sinnvolle Gesamtlösung ausmacht.

### Was bedeuten diese Veränderungen für die Arbeitgeber?

Aufgrund des demografischen Wandels wird die Suche nach qualifizierten Arbeitskräften schwieriger. Die Generation Y hat also mehr Verhandlungsmacht und kann ihre Interessen besser durchsetzen. Insofern macht es Sinn, wenn Unternehmen ihre etablierten, oft historisch gewachsenen Managementmuster hinterfragen und diese dann gegebenenfalls neu definieren. Dies betrifft zum Beispiel die Bedeutung von formeller Autorität, die von der Generation Y deutlich abgelehnt wird. Möglicherweise braucht es neue Mechanismen. Unabhängig von der Generation Y gehen wir heute aber auch davon aus, dass sich die Arbeitswelt bereits in einem grundlegenden Veränderungsprozess hin zu einer «neuen Arbeitswelt» befindet. Dies hat unter anderem mit der zunehmenden Digitalisierung zu tun. So ist heute der Einsatz von künstlicher Intelligenz so weit fortgeschritten, dass sich künftig auch viele Bürotätigkeiten maschinell lösen lassen. Dies trifft hingegen (noch) nicht auf konzeptionelle oder kreative Arbeiten zu.

Anzeige



THE LEADING WELLBEING & MEDICAL HEALTH RESORT

## «Mens sana in corpore sano»

Aktivität und Stress sind belebend, lassen uns das Leben spüren, lassen uns glücklich sein! Wenn aber keine Zeit mehr für Regeneration, Ruhe und Erholung bleibt, wenn ständige Leistungsbereitschaft und ständiger Leistungsdruck, aber auch zwischenmenschliche Konflikte oder Verluste uns dauerhaft oder nachhaltig belasten, kann die seelische, mentale und körperliche Gesundheit darunter leiden.

Stressfolgeerkrankungen wie Schlafstörungen, chronische Schmerzen, sexuelle Funktionsstörungen, Ängste, Depressionen und emotionale Erschöpfung (Burn-out), aber auch Übergewicht, Diabetes, Bluthochdruck, Osteoporose und Herzinfarkt können die Folge sein.

**Mit unserem auf die Behandlung von Stressfolgeerkrankungen ausgerichteten Programm «Anpacken und Loslassen» beugen Sie vor und erhalten Ihre Leistungsfähigkeit und Lebensfreude zurück. Preis für 3 Tage pro Person ohne Übernachtung ab CHF 1'800.-.**

Weitere Informationen und Buchung unter Telefon +41 (0) 81 303 38 38 oder Email [medizin@resortragaz.ch](mailto:medizin@resortragaz.ch) Stichwort «Leader»

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

**Die Generation Y arbeitet oft nicht hundert Prozent. Sind flexible Arbeitszeitmodelle und Teilzeitstellen Voraussetzung für eine gute Work-Life-Balance?**

Das sind sinnvolle Massnahmen, und vermutlich gehören sie auch zu denjenigen, die uns am ehesten in den Sinn kommen. Aber als Garantie für eine gute Work-Life Balance reichen sie kaum aus. So sind Teilzeitstellen, vor allem bei anspruchsvollen Tätigkeiten, oft nicht in der vorgesehenen Zeit zu bewältigen. Dann ist zwar die Entlohnung tiefer, aber das Problem ist nicht wirklich gelöst. Oder leitende Positionen werden nicht an Mitarbeitende mit einem Teilzeitpensum vergeben.

**Was schlagen Sie vor?**

Es sollte ein grundlegendes Verständnis dafür entwickelt werden, wie eine Vereinbarkeit zwischen Arbeit und Leben möglich ist, sinnvollerweise gemeinsam mit den Mitarbeitenden. Dieses muss dann auch täglich gelebt und kommuniziert werden. Auch spielt die Unternehmenskultur dabei eine grosse Rolle.

**«So ist heute der Einsatz von künstlicher Intelligenz so weit fortgeschritten, dass sich künftig auch viele Bürotätigkeiten maschinell lösen lassen.»**

**Welchen Einfluss hat diese auf die Work-Life-Balance?**

Unternehmenskultur werden Werte und Normen verstanden, die das Denken und Handeln der Mitarbeiter beeinflussen. Dabei gibt es kein «Richtig» oder «Falsch», sondern nur Unterschiede. Unternehmenskultur legt fest, was jeweils als legitim oder als nicht legitim gilt. So kann es in einer Organisation «normal» sein, einen Teil der Arbeit ausserhalb des Unternehmens, zum Beispiel Zuhause, zu erledigen, während dies in einem anderen Unternehmen nur in Ausnahmefällen möglich ist. Je nachdem, wie eine Unternehmenskultur ausgestaltet ist, haben Anliegen der Mitarbeiter, die über die Tätigkeit hinausgehen, dann einen anderen Stellenwert.

**Dieses Grundverständnis kann und muss sich im Zeitverlauf verändern, da sich die Gesellschaft und das Unternehmen auch ändern?**

Genau. Die Schwierigkeit liegt darin, dass Unternehmenskultur sehr stabil ist und nur schrittweise gezielt beeinflusst werden kann, da vieles unbewusst ist und damit kaum hinterfragt wird. Soll einer Work-Life Balance eine grössere Bedeutung beigemessen werden, so braucht es vor allem Zeit, wiederholte Kommunikation und konkrete Handlungen.

Interview: Eva Hediger

Bilder: Stéphanie Engeler

## Appell an Eigenverantwortung

**Als Unternehmensgruppe mit über 10'000 Angestellten legt Raiffeisen grossen Wert auf ein zeitgemässes und sorgfältig austariertes Anstellungsverhältnis sowie auf eine intakte und gesunde Führungskultur.**

Von Franz Würth



Raiffeisen appelliert grundsätzlich an die Eigenverantwortung ihrer Mitarbeitenden, denn dort beginnt das Gesundheitsmanagement. Es darf erwartet werden, dass sich Angestellte so verhalten, dass sie im Arbeitsalltag ihre Leistung erbringen können. Gleichzeitig leistet Raiffeisen als Arbeitgeberin ebenso ihren Beitrag zur Mitarbeitergesundheit.

Durch ethische Standards und ökonomische Überlegungen (Reduktion der krankheitsbedingten Absenzen, Produktivität) wird einem gesunden Arbeitsklima grosse Bedeutung beigemessen. Neben einer modernen Infrastruktur, welche Garderoben, Duschen, Ruheräume und Stehtische umfasst, werden weitere Angebote offeriert: Verpflegungsmöglichkeiten, Kinderkrippe, Laufgruppe, Massage und Stillraum. Mitarbeitende in schwierigen Lebenssituationen können sich an die Raiffeisen Sozialberatung wenden. Spezialisten unterstützen bei Anliegen und Problemen rund um die Arbeit, Gesundheit und den Privatbereich. Die Beratung ist kostenlos, diskret und anonym.

Ernsthaft erkrankte Angestellte werden durch eine professionelle und flächendeckende Unterstützung (Care Management) wieder in den Arbeitsprozess integriert. Für Mitarbeitende, welche während ihrer Anstellung invalid werden, ist eine spezielle Kostenstelle eingerichtet, damit sie so lange wie möglich im Arbeitsprozess bleiben können.

Raiffeisen weiss auch um das Risiko, dass Führungskräfte die «Krankmacher Nr.1» sein können. Überforderte Vorgesetzte sind oft Grund für gesundheitsschädliche Phänomene wie schwere Konflikte, Druck, Stress und Mobbing. Daher werden regelmässig verbindliche Führungs-Workshops durchgeführt und die Mitarbeitenden erhalten jährlich die Möglichkeit, in einem sorgfältig designten Führungs-Workshop Feedback an ihre Vorgesetzten zu geben und Verbesserungsvorschläge zu machen.

Die vier Grundwerte von Raiffeisen sind Unternehmertum, Nähe, Nachhaltigkeit und Glaubwürdigkeit. Diese Werte stehen im Umgang mit Angestellten im Zentrum und prägen die Führungskultur und das Gesundheitsmanagement von Raiffeisen.

*Franz Würth ist Mediensprecher bei der Raiffeisen Schweiz Genossenschaft*

# Die Kur im 4-Sterne-Hotel

**Das Hotel Säntispark steht nicht nur für Freizeitvergnügen und Ferien: Seit vergangenem Jahr können sich dort auch Patientinnen und Patienten von einem Eingriff oder einer Krankheit erholen. Das Angebot kommt gut an – und wird noch weiter ausgebaut.**

Das Hotel Säntispark steht mitten im Dreiländereck. Doch nicht nur bei ausländischen Touristen ist die Stätte beliebt: Das 4-Sterne-Hotel erhielt kürzlich eine Auszeichnung. Gemäss einer von Spektramedia durchgeführten Wahl gehört das Hotel in der Kategorie «Seminarhotel Business» zu den beliebtesten der Schweiz. Es ist das bestklassierte Seminarhotel in der Ostschweiz, schweizweit belegt es den fünften Platz.

**«Im Präventionsbereich entwickeln wir in Zusammenarbeit mit Medbase zusätzlich neue Angebote im Bereich Ernährung und Stressprävention.»**

## **Das Zentrum für Medizin und Sport**

Doch das Hotel bietet nicht nur Räumlichkeiten für Tagungen und Schulungen, sondern setzt seit der Erweiterung vor einem Jahr auch auf den Gesundheitstourismus. Nach dem Umbau 2014 wurde das Zentrum für Medizin und Sport (ZMS) in den Säntispark integriert. Es wurde 2009 gegründet und ist eines der drei Gesundheitszentren, welche die Medbase in St.Gallen führt (siehe Infobox).

Das Zentrum bietet eine breite Palette der medizinischen Grundversorgung an. Dazu zählen nicht nur Hausärzte für die breite Bevölkerung, sondern auch spezialisierte Medizin in der Prävention, Akutbehandlungen sowie Rehabilitation für Spitzensportler. «Wir sehen den Kunden ganzheitlich und betrachten nicht nur ein isoliertes Problem. Wer zu uns kommt, profitiert von Anfang an vom gebündelten Know-how verschiedener Gesundheitsexperten», sagt Dr. med. Patrik Noack, der das Zentrum Medizin

und Sport leitet. «Der Kunde spart so Zeit und wird zum Beispiel nicht vom Hausarzt an einen Sportarzt und dann an einen Physiotherapeuten verwiesen, welche alle an verstreuten Orten praktizieren. Stattdessen findet er alles unter einem Dach.»

## **Für Profis und Private**

Die Angebote, die das Hotel mit dem Zentrum für Sport und Medizin erarbeitet hat, richten sich sowohl an Privatpersonen als auch an Firmenkunden. So bietet das Hotel im Bereich Prävention Kombinationen von Seminaren und Workshops mit medizinischen Optionen an. Dazu zählen beispielsweise individuelle Gesundheitschecks sowie Fitness- und Ernährungsberatungen. «Das Hotel Säntispark bietet Unternehmen die Möglichkeit, im Bereich des betrieblichen Gesundheitsmanagements neue Massstäbe zu setzen und ihren Mitarbeitenden Mehrwert zu bieten», so die Hoteldirektorin Vera Wichmann. «Der Trend in diesem Bereich geht zu Impulsreferaten oder zur bewegten Pause mit Entspannungsübungen.» Alternative Angebote wie die traditionelle chinesische Medizin werden von diesen Kunden zurzeit noch wenig genutzt.

Privatpersonen ermöglicht das Hotel den Zugang zu rehabilitierenden Angeboten, die nach einem operativen Eingriff benötigt werden. Dazu zählt zum Beispiel Physiotherapie. «Patienten können ihren Spitalaufenthalt verkürzen und im Hotel Säntispark mit unserer Unterstützung ihre Gesundheit wiederherstellen», so Wichmann. Das Haus ist vom Verein Schweizerheilbäder und Kurhäuser anerkannt. Es verfügt über den erforderlichen Qualitätsausweis sowie über die medizinischen Voraussetzungen für die Betreuung der Patienten im Bereich der ambulanten Rehabilitation und bietet spezielle Programme an.

*Hoteldirektorin  
Vera Wichmann:*

**«Das Hotel  
Säntispark  
bietet Unter-  
nehmen die  
Möglichkeit,  
im Bereich des  
betrieblichen  
Gesundheits-  
managements  
neue Massstäbe  
zu setzen.»**



Ihr Zentrum für  
**Medizin & Sport**



*med***base**

Das Zentrum für Medizin & Sport ist als Swiss Olympic Medical Center ausgezeichnet und befindet sich direkt im Hotel Säntispark. Hier erhalten Sie eine umfassende medizinische und therapeutische Betreuung mit 4-Sterne-Service unter einem Dach.

Weitere Informationen finden Sie auf:  
[www.hotel-saentispark.ch](http://www.hotel-saentispark.ch) oder [www.medbase.ch](http://www.medbase.ch)

**Hotel Säntispark – medbase**

Wiesenbachstrasse 5, CH-9030 Abtwil,  
T +41 71 313 70 20

Weitere Standorte medbase:  
St. Gallen - Zentrum, St. Gallen - Gossau

### Gute Durchmischung

Der Säntispark unterscheidet sich jedoch klar von den Angeboten anderer Kurhäuser: «Bei uns machen Gesundheitsgäste nicht den Löwenteil aus. Wir sind sowohl für Businessgäste als auch für Freizeitgäste sehr attraktiv. Dadurch entsteht eine gute Durchmischung, die unser lockeres und doch stilvolles Ambiente prägt», so Wichmann. «Die Angehörigen können einen Besuch sogar mit einem vielfältigen Freizeiterlebnis kombinieren. Das ist sehr beliebt.»

## Der Säntispark unterscheidet sich klar von den Angeboten anderer Kurhäuser.

Die meisten Gäste, die das Gesundheitsangebot nutzen, stammen aus der Region Ostschweiz. Aber auch aus Zürich und Umgebung reisen die Patientinnen und Patienten an. Durchschnittlich bleiben sie zwischen sieben und vierzehn Tage im Hotel Säntispark. In Zukunft will das Hotel das Gesundheitssegment weiter ausbauen. «Für unsere Gäste in der Nachpflege haben wir noch ausreichend Kapazität und arbeiten daran, unser Angebot auch bei Partnern wie Versicherern und Spitälern bekannt zu machen, damit entsprechend Patienten zugewiesen werden können», erklärt Wichmann. Aber auch Businesskunden sollen noch stärker angesprochen werden. «Im Präventionsbereich entwickeln wir in Zusammenarbeit mit der Medbase zusätzlich neue Angebote im Bereich Ernährung und Stressprävention», erklärt die Direktorin.

Text: Eva Hediger

Bild: Stéphanie Engeler

### Medbase

Im Kanton St.Gallen führt Medbase drei Gesundheitszentren. Deren Ziel ist die medizinische Grundversorgung der Bevölkerung durch ein interdisziplinäres Team. «So können wir nicht nur die Akutbetreuung bei Notfällen anbieten, sondern auch eine professionelle Rehabilitation», sagt der Leiter «Zentrum für Medizin und Sport», Dr. med. Patrik Noack. «Das Angebot in Zusammenarbeit mit dem Säntispark ist zudem ein zertifiziertes Swiss Olympic Medical Center und richtet sich an Spitzen- und Hobbysportler aus der Ostschweiz.» Auch Ganganalyse und Leistungsdiagnostik wird im Zentrum für Medizin und Sport angeboten. Dieses wurde im Februar 2009 von den drei Partnern Hirslanden, Orthopädie am Rosenberg und Praxis Dr. Backes gegründet. «Von Anfang an wurde die Bedeutung der Zusammenarbeit von verschiedenen medizinischen Fachrichtungen erkannt», erklärt Noack. Allgemeinpraktiker, Sportmediziner und andere Spezialisten arbeiteten deshalb seit der Eröffnung unter einem Dach. In den folgenden Jahren wurde das Angebot sowohl für Sportler als auch für Nicht-Sportler ständig erweitert.

# Verhältnis- und Verhaltensprävention

**Die Mitarbeitenden sind die wichtigste Ressource von Helvetia. Deshalb fördert Helvetia eine Unternehmenskultur, welche ihre Angestellten in der Erhaltung ihrer physischen, psychischen und sozialen Gesundheit sowie ihrer Leistungsfähigkeit unterstützt und schafft dafür angemessene Rahmenbedingungen.**



Von Melanie Manser

Das Betriebliche Gesundheitsmanagement fit&wohl entwickelt hierfür in Zusammenarbeit mit den Gesundheitsbotschaftern (Vertreter von fit&wohl auf den Generalagenturen) geeignete Massnahmen. Das Jahresprogramm besteht aus einem Schwerpunktthema und dem Grundangebot, wie beispielsweise Gesundheits- und Ergonomiechecks sowie Stress- und Gesundheitsbalance-Seminaren. Diese Angebote sollen die Mitarbeitenden dabei unterstützen, nachhaltig gesund und leistungstark zu bleiben.

Das Betriebliche Gesundheitsmanagement von Helvetia engagiert sich auf den Ebenen Verhältnis- und Verhaltensprävention. Bei der Verhältnisprävention liegt der Fokus auf den Arbeitsbedingungen, welche die Angestellten bei Helvetia vorfinden. Helvetia engagiert sich in diesem Bereich unter anderem für ein ausgewogenes Verpflegungsangebot, für Rückzugsräume, für flexible Arbeitszeitmodelle und sorgt für familienfreundliche Strukturen. In den Führungsausbildungen wird den Führungskräften vermittelt, wie sie die Gesundheit ihrer Mitarbeitenden durch ihren Führungsstil unterstützen.

Auf der Verhaltensebene stellt Helvetia diverse Angebote zur Verfügung, welche die psychische und physische Gesundheit der Angestellten stärken. In diesem Bereich werden unter anderem Workshops zu den Themen Entspannung, Bewegung oder Ernährung angeboten. Mit einer Vergünstigung von Fitnesscenterabonnements oder mit dem Firmenlauf werden die Mitarbeitenden zu regelmässigem Training motiviert. An den Hauptsitzen ermöglichen Inhouse-Massagen Momente der Entspannung.

Neu lanciert das Betriebliche Gesundheitsmanagement fit&wohl die Aktion «Mitarbeitende für Mitarbeitende». Diese wird in Zusammenarbeit mit der Personalkommission (PEKO; Mitarbeitendenvertretung von Helvetia), initiiert und nimmt die Angestellten in die Verantwortung, ihre Bedürfnisse zu platzieren und auch selbst Massnahmen für Mitarbeitende zu organisieren – wie zum Beispiel verschiedene Sportangebote.

*Melanie Manser ist Verantwortliche Betriebliches Gesundheitsmanagement fit&wohl bei Helvetia*

# Von der Kunst zur Kosmetik

**Sie ist gebürtige Tirolerin, gelernte Glaskunstveredlerin und war mit 23 Jahren quasi gezwungen, sich mit einem Permanent-Make-up-Institut selbstständig zu machen. Heute führt Ingrid Bregenzer zwei Unternehmen in der Schweiz und hat Handelspartner rund um den Globus. Sie sagt, dass Schönheit und Wohlbefinden zusammengehören.**

Lippen, Augen, Frisuren, manchmal ganze Gesichter. Skizzen über Skizzen, in all ihren Schulheften: Ingrid Bregenzer zeichnet gerne, seit sie einen Stift halten kann. Heute allerdings nicht mehr auf Papier, sondern auf Haut. Die gebürtige Tirolerin und Tochter einer Kunstmalerin führt zwei Kosmetikinstitute mit Sitz in St.Gallen, ist Permanent-Make-up-Pionierin, Chefin von 27 Angestellten im In- und Ausland, Produkteentwicklerin, Ausbilderin. Und sie ist ständig in der ganzen Welt unterwegs, hat Handelspartner in Finnland und Frankreich, Kuwait und Korea, Neuseeland und in den Niederlanden, Bahrain und Belgien.

*Immer mehr Männer gehören zur Kundschaft von Ingrid Bregenzer.*



## In England und den USA gelernt

Nach ihrer Schulzeit lernte die heute 44-Jährige den Beruf der Glaskunstveredlerin, beschäftigte sich mit Kunstmalerei. «Farben sind meine Welt. Ich habe dann aber gemerkt, dass ich den Kontakt zu Menschen vermisste», sagt Ingrid Bregenzer. Sie sitzt in einem der Behandlungsräume ihres Unternehmens an der Neugasse. Schwarzes Oberteil, schwarze Hose, schwarze Stiefel. Dezent geschminkt, die Stimme sanft. Nach der Ausbildung sei sie für ein Jahr nach London gezogen, habe dort verschiedene Make-up-Artist-Ausbildungen gemacht, Bildhauerkurse ausprobiert, viele Menschen und Kulturen kennengelernt. Danach zog es sie zurück ins Tirol, wo sie die Meisterprüfung für Fachkosmetik ablegte, um anschliessend in Europa und den USA das Permanent-Make-up zu lernen. Eine Technik, mit der Farben wie bei einer Tätowierung unter die Haut gebracht werden; das Make-up hält so mehrere Jahre.

«Nach Abschluss meiner Ausbildungen hätte nicht gewusst, wer mich anstellen sollte. Niemand kannte zu dieser Zeit Permanent-Make-up hier.» So blieb der damals 23-Jährigen nichts anderes übrig, als sich selbstständig zu machen: Sie gründete ihre erste Firma im Tirol, eröffnete bald eine zweite Filiale in Dornbirn. 1997 zügelte sie ihren Firmen- und Wohnsitz dann in die Schweiz: In der Spisergasse in St.Gallen entstand das Beauty-Cosmetics-Fachinstitut für Permanent-Make-up, das aufgrund des Spiermarkt-Umbaus vor gut einem Jahr an die Neugasse zog. 2009 eröffnete die Mutter zweier Töchter dann einen weiteren Standpunkt im Säntispark in Abtwil.

## Brüste und kahle Stellen

In ihren Instituten bietet sie diverse Gesichtsbearbeitungen, aber auch dauerhafte Haarentfernungen, Pedicure und Manicure, Make-up-Kurse und Massagen an. Ingrid Bregenzer's Hauptgeschäft ist aber nach wie vor das Permanent-Make-up – eine Branche, die in den letzten Jahren immer mehr gewachsen ist, aber auch mit Vorurteilen zu kämpfen hat. «Ein gutes Permanent-Make-up sieht völlig natürlich

aus und soll die Schönheit eines Gesichts betonen», sagt die Dermapigmentologin. Es gehe um Korrekturen – auch nach Chemotherapien oder anderen medizinischen Eingriffen. Narben können beispielsweise weniger sichtbar gemacht werden.

Ingrid Bregenzer führt seit 1994 auch sogenannte medizinische Areola-Pigmentationen durch: Sie zeichnet bei Frauen nach Brustoperationen oder Brustrekonstruktionen natürlich wirkende Brustwarzenhöfe nach. «Durch an richtigen Stellen platzierter Farbe gewinnen Frauen nach Brustoperationen die Weiblichkeit zurück – es geht wirklich um einen essenziellen Teil des gesamten Wohlbefindens.» Zu den Kunden ihres Unternehmens zählen zudem immer mehr Männer: Indem die Kopfhaut pigmentiert wird, lässt sich mit Permanent-Make-up auch schütter werdendes Haar kaschieren.

## 27 Angestellten im In- und Ausland sind für die Permanent-Make-up-Pionierin tätig.

### Marktlücke entdeckt

Seit dem Beginn ihrer Karriere setzt sich Ingrid Bregenzer mit Farben auseinander, zusammen mit Chemikern entwickelte sie in Labors Farbtöne. Daraus entstand 2003 ihr zweites Unternehmen, das heute SC International AG heisst. Es war eines der ersten am Markt, das eine neue Generation von Permanent-Make-up-Farben anbot: Solche mit Pigmenten organisch-synthetischen Ursprungs, also ohne Metall oder nickelhaltige Rohmaterialien. «Metallpigmente sind heute ein Tabuthema in unserer Branche. Eine MRI-Untersuchung könnte nämlich die implantierten Stellen erhitzten lassen und zu unangenehmen Folgen führen. Mittlerweile sollten seriöse Permanent-Make-up-Institute nur noch mit solchen Farben arbeiten.»

SC International ist ein wichtiger Player auf dem weltweiten Markt, liefert in 37 Länder, stellt Geräte, Farbpigmente und Crèmes her, bildet an zig Standorten in der Schweiz, Deutschland und Österreich aus und hat soeben ein Produkt entwickelt, um schlechte Permanent-Make-ups aus der Haut zu lösen – «eine regelrechte Marktlücke».

An oberster Stelle in ihrem Unternehmen stehe denn auch die Gesundheit, sagt Ingrid Bregenzer. «Und dann suchen wir den Einklang von Schönheit und Wohlbefinden. Denn jede Frau hat etwas Schönes.» Es gehe nur darum, das hervorzuholen.

Text: Malolo Kessler

Bild: zVg.

# Eigener Fitnessraum

**Das Kapital unserer Firma sind die Mitarbeitenden, die vielfach bereits seit über 20 Jahren für unser Unternehmen tätig sind. Die Gesundheit unserer Angestellten ist uns sehr wichtig.**



Von Guido Frei

Dies zeigt auch die Statistik der Swico aus dem Jahr 2014. Liegen die Ausfalltage bei Krankheiten pro 100%-Stelle über die gesamte Branche bei 4.75 Tage, hat die Abacus einen Wert von 1.39 Tage pro 100 %-Stelle vorzuweisen. Dieser Wert liegt seit mehreren Jahren auf dem gleichen Niveau. Einen Einfluss auf die Gesundheit haben sicher verschiedene Faktoren: Einerseits bietet die Abacus einen eigenen Fitnessraum, den die Mitarbeitenden zu jeder Zeit gratis benützen können. Andererseits sind viele Angestellten an der eigenen Gesundheit sehr interessiert und betreiben regelmässig Sport. Da die Abacus an einer optimalen Lage liegt und die Mitarbeitenden vor der Türe verschiedene schöne Laufstrecken im Wald vorfinden, treffen sich einzelne regelmässig zum Joggen während der Mittagspause. Zusätzlich werden verschiedene Sportarten wie beispielsweise Unihockey, Badminton usw. finanziell unterstützt, in dem die Abacus über Mittag Sporthallen mietet, damit die Angestellten diese Sportarten ausüben können. Wiederum treffen sich einzelne Mitarbeitende über Mittag zum Tennis.

Die Abacus unterstützt zusätzlich verschiedene Aktionen wie zum Beispiel den St.Galler Firmenlauf oder «Bike to Work». An diesen Anlässen nehmen jeweils über 50 Personen teil. Solche Anlässe und Sportmöglichkeiten sind für die Mitarbeitenden sowie auch für die Abacus sehr wichtig, da sie die Gesundheit und die Teambildung fördern. Zusätzlich motivieren solche Angebote, dass noch weitere Angestellte daran teilnehmen. Zu den verschiedenen Sportangeboten stehen den Mitarbeitenden Getränke gratis sowie auch frische Äpfel von den eigenen Obstbäumen während der Saison zur Verfügung.

In der Abacus ist die Gesundheitsförderung nicht reglementiert und bietet somit Raum für Eigeninitiative der Angestellten, damit jeder die für ihn optimale Work-Life-Balance realisieren kann.

*Guido Frei ist Personalverantwortlicher bei der Abacus Research AG*

# Die innovative Ernährung für Gelenkknorpel, Bänder, Sehnen und Knochen

Entwickelt von einem Arthrotiker, empfohlen durch international führende Fachärzte und Knorpelspezialisten.

**Ein Erfahrungsbericht von R. Baer, dem Entwickler eines innovativen Ernährungskonzeptes, der vor 30 Jahren einen Sportunfall mit postoperativen Komplikationen hatte und sich über die Jahre intensiv mit der extrazellulären Matrix und dem Knorpelgewebe auseinandersetzte. Sein komplettes Ernährungskonzept geht weiter, als die Einnahme von herkömmlichen Proteoglykanen (Chondroitin, Glukosamin). Heute ist er ein aktives Mitglied der International Cartilage Repair Society (ICRS).**

Der Unfall passierte vor rund 30 Jahren beim Fussballspiel. Ich war damals 18 Jahre jung und hatte meine Kreuz- und Aussenbänder gerissen. Ich wurde umgehend operiert. Eine Woche später bekam ich starke Fieberschübe und die Ärzte diagnostizierten eine Staphylokokken-Infektion. Ich erhielt über mehrere Monate Antibiotika und wurde insgesamt sechs weitere Male operiert. Zwei Jahre später wurde dann eine fortgeschrittene Gonarthrose im linken Knie festgestellt. Jede sportliche Aktivität schmerzte. Mit 20 Jahren war ich aber noch zu jung, um an ein künstliches Gelenk zu denken und mir wurde geraten, einen Gelenkersatz so lange wie möglich hinauszuzögern.

Während meinem Studium und Arbeit in der pharmazeutischen Industrie begann ich mich dann intensiv mit dem Knorpel und dem Bindegewebe auseinanderzusetzen. Mich interessierte insbesondere, wie ich die Inhaltsstoffe des Knorpelgewebes und der extrazellulären Matrix in meine tägliche Ernährung integrieren kann.

Als Folge habe ich mir dann einen Ernährungscocktail in Form eines Pulvers zusammengemischt, der die spezifischen Inhaltsstoffe des Knorpels und Bindegewebes abdeckt. Diese komplette und spezifische Formulierung hat meine Beweglichkeit und Lebensqualität über die Jahre verändert.

Heute, 30 Jahre nach meinem Unfall habe ich immer noch mein natürliches linkes Knie (kein Gelenkersatz), habe wieder eine hohe Beweglichkeit und treibe regelmässig Sport (Ski, Langlauf, Rad, Nordic

Walking). Ich habe es geschafft, dank meiner Ernährung und regelmässigem Muskeltraining, mein Knie über die Jahre in einer Homöostase zu halten.

Heute empfehlen führende Fachärzte (u.a. Prof. Dr. med. Christoph Erggelet, Zürich, Präsident der internationalen Knorpel-Spezialisten (International Cartilage Repair Society) oder Dr. med. Lukas Weisskopf, Altius Sport Med Center Rheinfelden, welcher von der Schweizerischen, Deutschen und Österreichischen Gesellschaft für Orthopädisch-Traumatologische Sportmedizin zum Sportarzt des Jahres 2015 ausgezeichnet wurde) meine Formulierung.

Kontakt: **R. Baer – info@swiss-alp-health.ch**  
Swiss Alp Health GmbH, CH-1092 Belmont-sur-Lausanne

## Sechs Bausteine meiner Ernährung

- Hochdosierter, niedermolekularer ChondroCollagenComplex CCC® (Mix von verschiedenen Kollagen-Typen, enzymatisch aufgespalten)
- Spezifisches Aminosäuren-Spektrum, essentielle Aminosäuren
- Chondroitin und Glukosamin in Sulfatform, natürliche hydrolysierte Glykosaminoglykane
- Hochdosierter natürlicher Antioxidantien-Mix (Hagebutte (Galaktolipide), SOD-Melonenextrakt (Superoxidismutase), weitere)
- Mineralstoffe Calcium, Mangan, Kupfer, Chrom
- Vitamine C, D, E, K, Niacin

Empfohlen von renommierten Fachärzten und Knorpel-Spezialisten

Werbung



**SWISS ALP HEALTH**

## Die komplette Formulierung für Knorpel, Bänder und Sehnen:

# ExtraCellMatrix – ECM

Drink & Tabs



**Erhältlich in Apotheken und Drogerien.**

**Pharmacode** ExtraCellMatrix – ECM:  
**Drink:** Aroma Orange: 537 67 44  
**Drink:** Aroma Beeren: 614 66 38  
**Tabs:** 567 71 50

Swiss Alp Health, Route d'Arnier 4, CH-1092 Belmont  
info@swiss-alp-health.ch



Made in Switzerland  
www.swiss-alp-health.ch

## «Die Arbeit hat generell Vortritt»

**Erst die Arbeit, dann die Gesundheit? Das gilt schon längst nicht mehr. Der Luxus der Gegenwart heisst Live-Work-Balance. Klaus Brammertz, CEO der Bauwerk Boen Group, verrät, wie er für Ausgleich sorgt.**



**Klaus Brammertz, wie viele Stunden arbeiten Sie im Durchschnitt pro Woche?**

Das dürften circa 60 Stunden sein.

**Was sind Umstände, die Sie im Arbeitsumfeld besonders unter Druck setzen, die allenfalls Stress verursachen?**

In erster Linie ist es der Druck, den ich mir selbst auferlege: Ich möchte generell alle relevanten Fakten berücksichtigen, die relevanten Kolleginnen und Kollegen integrieren und Fehler vermeiden. Zusätzlich ist meine Türe (fast) immer offen.

**Wie finden Sie während der Arbeitszeit Entspannung bzw. Zeit, einmal durchzuatmen?**

Indem ich nach Möglichkeit in unserer Cafeteria eine Kaffeepause mache und auch sonst Kurzgespräche suche. Zusätzlich halte ich eine einstündige Mittagspause ein, in der ich gerne ein paar Schritte gehe.

**Und welchen Ausgleich gönnen Sie sich neben der regulären Arbeitszeit?**

Ich gönne mir drei bis vier Mal im Jahr Ferien, genieße freie Wochenenden im Tessin. Meine Frau und ich teilen sich die Passion des Golfspielens und laufen gerne Ski. Totale Entspannung genieße ich auch beim Motorradfahren.

**Sind Sie hierbei konsequent oder kommt es immer mal wieder vor, dass diese Hobbys der Arbeit den Vortritt lassen müssen?**

Die Arbeit hat generell Vortritt, ich plane jedoch bewusst Hobbys in meinem Outlook-Planer mit ein.

**Würden Sie von sich selbst sagen, dass Sie ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Arbeit und Freizeit haben?**

Ja, für mich ist es ausgewogen. Ich genieße mein Leben.

## «Ich versuche, es nicht mehr werden zu lassen»

**Die Beck Transport AG ist ein eigenständiges, solides Familienunternehmen, das seit über 50 Jahren erfolgreich im internationalen Speditionsgeschäft tätig ist. Geschäftsführer Urs Beck setzt zum Ausgleich auch privat auf «bewegende» Aktivitäten.**



**Urs Beck, was führt in Ihrem beruflichen Umfeld zu Stressfaktoren?**

Neben den exogenen Faktoren wie veränderter Frankenkurs und damit verbunden tieferer Wertschöpfung sowie Konkurrenzdruck durch Billiglohnländer sind es auch die endogenen Faktoren wie Führungs- und Sozialverantwortung.

**Wie viele Stunden arbeiten Sie pro Woche?**

Im Jahresschnitt sind es wohl um die 50 Stunden pro Woche. Ich versuche, es nicht mehr werden zu lassen.

**Womit entspannen Sie sich während der Arbeitszeit?**

Während Gesprächen und Begegnungen mit Kunden, Mitarbeitenden und Lieferanten gibt es immer

wieder Raum für persönlichen Austausch, Humor und herzhaftes Lachen.

**Welchen Ausgleich gönnen Sie sich im Privatleben, um abzuschalten?**

Mein Privatleben ist mir wichtig. Speziell gut abschalten kann ich im Beisein meiner Kinder, beim Oldtimer-Auto-(Rennen-)fahren und beim Skifahren in den Bergen. Ich genieße delikates Essen, guten Wein, Gespräche mit meiner Partnerin und mit Freunden.

**Sind Sie hierbei konsequent oder kommt es immer mal wieder vor, dass diese Hobbys der Arbeit den Vortritt lassen müssen?**

Das Leben ist zu kurz, um Hobbys nicht prioritär zu behandeln.



**RHEINTALER  
WIRTSCHAFTSFORUM**

Das Original seit 1995

## 22. Rheintaler Wirtschaftsforum

Freitag, 29. Januar 2016, 13.30 Uhr, Widnau SG

Neue Ideen für das Erfolgsmodell Schweiz –  
wie wir wettbewerbsfähiger werden



Bruno S.  
Frey



Bruno  
Gehrig



Josef  
Ackermann



Doris  
Leuthard



Moderation  
Susanne  
Wille Fischlin

Anmeldung unter [www.wifo.ch](http://www.wifo.ch)

**BLISS**  
DIE  
*Premiere*  
A CAPPELLA  
COMEDY SHOW

Patronat



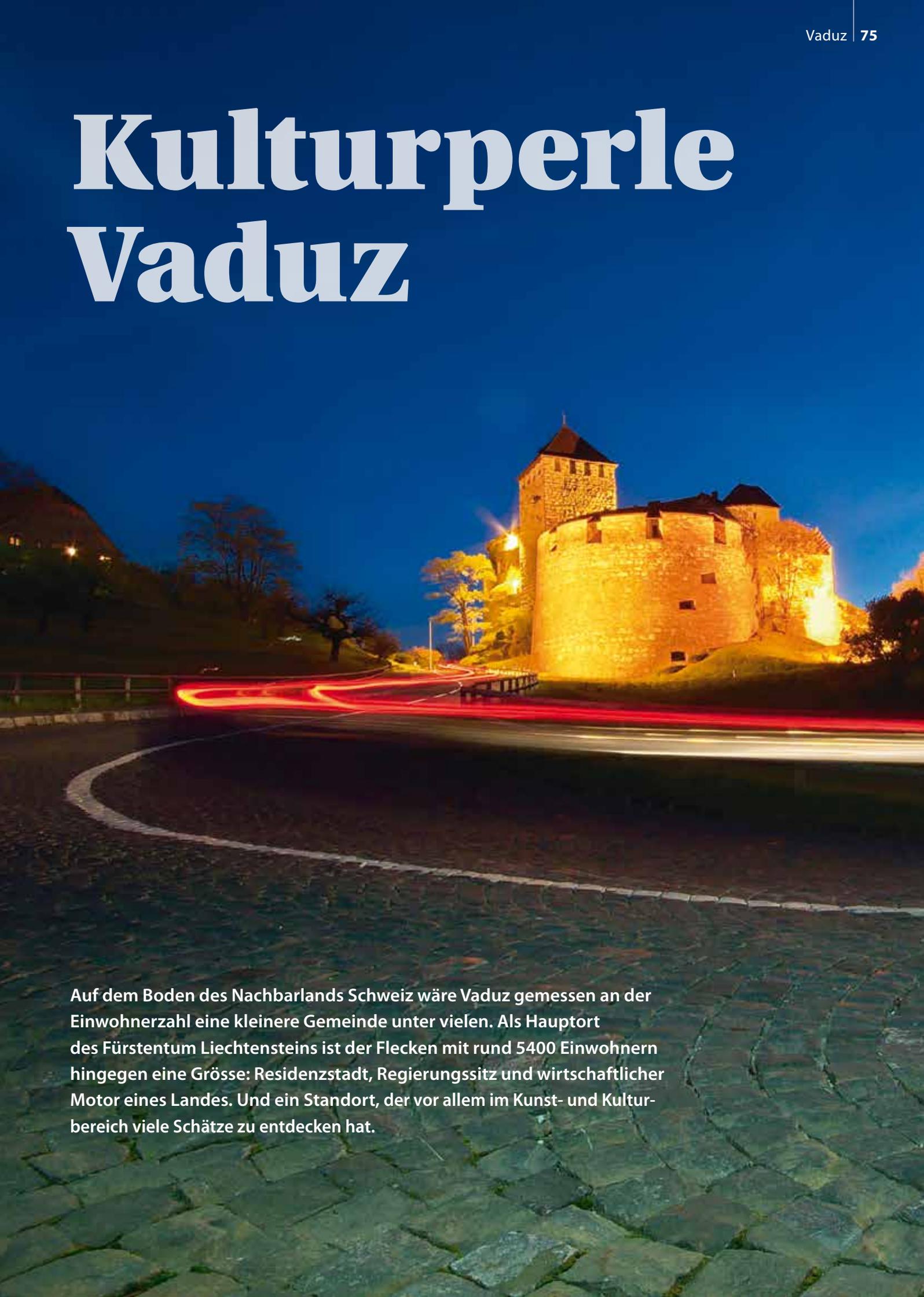
Hauptponsoren



Medienpartner



# Kulturperle Vaduz



Auf dem Boden des Nachbarlands Schweiz wäre Vaduz gemessen an der Einwohnerzahl eine kleinere Gemeinde unter vielen. Als Hauptort des Fürstentum Liechtensteins ist der Flecken mit rund 5400 Einwohnern hingegen eine Grösse: Residenzstadt, Regierungssitz und wirtschaftlicher Motor eines Landes. Und ein Standort, der vor allem im Kunst- und Kulturbereich viele Schätze zu entdecken hat.



# Giacometti und Rolex, Gaugain und Patek Philippe

**Vaduz hat sich in den letzten Jahren und Jahrzehnten zu einem wirtschaftlichen, kulturellen und touristischen Hotspot gewandelt. Diese Entwicklung mitgeprägt und mitgetragen hat auch Huber Fine Watches & Jewellery – insbesondere Norman J. Huber und seine Familie – seit 1928. Der «Weisse Würfel» im Zentrum von Vaduz ist sichtbares Zeichen dafür.**

Würden Jules und Wiggi Huber heute durch Vaduz spazieren, sie trauten wohl ihren Augen nicht, hätten aber die hellste Freude an der Entwicklung des Städtchens und ihres Geschäftes: Dort, wo sie vor 90 Jahren ihr erstes Uhren- und Schmuckgeschäft eröffneten, dort steht nun der «Weisse Würfel», der neue Flagship-Store von Huber.

#### **Wahre Werte ausstrahlen**

Die erfolgreiche Vergangenheit seines Grossvaters, Vaters und Onkels waren dem heutigen Inhaber und CEO in vierter Generation, Norman J. Huber, bei diesem Bauwerk Verpflichtung und Auftrag zugleich: Verpflichtung, den erfolgreichen Weg der Huber-Dynastie weiter zu gehen und der Auftrag, immer

die Grenze zwischen bildender Kunst und Handwerkskunst fließend ist.

Innert drei Jahren ist nun nach den Plänen der renommierten Basler Morger Partner Architekten (die bereits das Kunstmuseum gebaut haben) aus einer neun Meter tiefen Baugrube ein 20 Meter hohes Gebäude entstanden, das moderne Funktionalität in Kombination mit Beständigkeit und Anmut darstellt. Attribute, die auch die Produkte aus dem Hause Huber auszeichnen.

#### **Puristisch kühl aussen – wohlfühlend und warm innen**

Mit dem Weissen Würfel definiert Norman J. Huber das Einkaufen von wertvollen Preziosen neu. Auf zwei Stockwerken sind Verkaufs- und Ausstellungsräume mit rund 300m<sup>2</sup> entstanden, und in einem weiteren Stockwerk ist der «Collectors Club» untergebracht – ein Eventraum von 150m<sup>2</sup>, der für Kundenanlässe, Präsentationen und andere Events verwendet wird. Die Innengestaltung trägt ebenfalls die Handschrift eines genialen (Innen-) Architekten – Tino Zervudachi aus Paris.

Als ihm das Konzept für das Gebäude vorgelegt wurde, so Zervudachi, sei er sofort von dieser offenkundigen Einfachheit und Eleganz fasziniert gewesen. Der äusseren, puristischen und kühl wirkenden Fassade wollte Zervudachi ein ausgefeiltes, komplexes sowie warmes und elegantes Interieur entgegenstellen, in dem man sich wohlfühlt. Dies ist ihm vollauf gelungen.

## **Mit dem Weissen Würfel definiert Norman J. Huber das Einkaufen von wertvollen Preziosen neu.**

wieder neue Visionen umzusetzen. Eine solche Vision war vor fünf Jahren, aus dem «House of Brands» ein «branded House» zu machen – ein Geschäftshaus, das selber eine Marke ist.

Mit dem Weissen Würfel, so Norman J. Huber, sollten nicht nur die wahren Werte der edlen Uhren- und Schmuckmarken zum Ausdruck gebracht werden, sondern das neue Geschäftshaus musste auch die Werte des Hauses Huber ausstrahlen.

#### **Partner Hilti Art Foundation**

Mit der Idee eines neuen Geschäftshauses hat sich Norman J. Huber schon seit einigen Jahren beschäftigt. Als sich auch Michael Hilti Gedanken über eigene Museumsräumlichkeiten für die Hilti Art Foundation machte, waren sich die beiden Unternehmer schnell einig. Neben dem Kunstmuseum wollten sie aber nicht einfach ein gemeinsames Gebäude erstellen, nein, eine Vision wollten sie verwirklichen: einen exklusiven weissen Würfel errichten, bei dem

#### **Sinnlichkeit schlägt E-Commerce:**

##### **Einkaufserlebnis in Zeiten der Digitalisierung**

Das Untergeschoss war dabei die grösste Herausforderung, da es dort kein Tageslicht gibt. Zervudachi löste dieses Problem mittels einer grossen, raumgreifenden Treppe, die die Menschen und das Licht geradezu hinabzieht. Aber helle Räume und schöne Vitrinen allein genügen heute im Zeitalter des E-Commerce nicht mehr; im Wissen um den Wandel vom Bedürfnis-Kauf zum Ereignis-Konsum ist das traditi-



CEO Norman J. Huber:

**«Wir sind exklusiv,  
aber nicht elitär.»**

onelle Fachgeschäft stark herausgefordert: Nur mit radikal neuem und kreativem Denken und echten Innovationen kann es gegenüber e-Shops und anderen digitalen Einkaufsmöglichkeiten bestehen.

In einer Welt, in der immer mehr online eingekauft wird, muss dem visuellen und sinnlichen Einkaufserlebnis der höchste Stellenwert beigemessen werden. Diesem Einkaufserlebnis im Weissen Würfel, davon ist Norman J. Huber überzeugt, kann im Moment der

Kaufentscheidung auch der modernste Computer nicht das Wasser reichen.

#### **Uhren und Schmuck in jeder Preisklasse**

Mit dem Weissen Würfel hat Huber Fine Watches & Jewellery ein exklusives neues Flaggschiff bekommen. Norman J. Huber betont aber, dass bei ihm jedes Kundensegment bedient wird, jeder oder jede die passende Uhr oder den geeignetsten Schmuck



findet. «Wir sind exklusiv, aber nicht elitär», betont Norman J. Huber.

Wer dreissig Schweizer Top-Uhrenmarken in allen Preisklassen verkauft, braucht unterschiedliche Verkaufspunkte. Allein in Vaduz sind es bei Huber deren drei. Der Weisse Würfel ist der neueste und modernste. Viele der Marken, die Huber hier anbietet, sind langjährige Partner, so z.B. Tissot und Omega seit den 1950er Jahren, Patek Philipp seit 1960, und mit Rolex feiert Huber bald das 30-Jahr-Jubiläum. «Mit hochwertigen Uhren und Schmuck», so Norman Huber, «verhält es sich wie mit einem guten Wein: Je älter er wird, je besser ist er.» Kein Wunder, sind

asiatische Kundschaft– entsprechend ist auch das Verkaufspersonal vornehmlich asiatischer Herkunft. Wie im Weissen Würfel bietet Huber auch hier das hochwertige Segment von Uhren und Schmuck an. Ein eher jüngeres, preisaffines Publikum wird in der «Watch Boutique» im Vaduzerhof bedient. Hier können die neuesten Swatch-Modelle ebenso erworben werden wie Uhren im Preissegment bis etwa 5000 Franken. Den «Vaduzerhof» am Rathausplatz leitet Aurel Huber, Sohn von Norman J. Huber, womit bereits die fünfte Generation ins Geschäft integriert ist. Im Vaduzerhof erlebt man eine Fusion von einem jungen, dynamischen Team mit jungen, modischen, aber auch eleganten Uhren.

## Mit dem Weissen Würfel hat Huber Fine Watches & Jewellery ein exklusives neues Flaggschiff bekommen.

Vintage-Uhren derzeit sehr gefragt, Uhrenklassiker aus den 1940er bis 1970er Jahren. Ein Segment, das neu auch bei Huber im Weissen Würfel gepflegt und angeboten wird.

### «World of Watches» und «Watch-Boutique»

Die «World of Watches» am Rathausplatz, der zweite Verkaufspunkt in Vaduz, richtet sich vor allem an

### Picasso? Ein Stock höher!

Ja, und wer nach dem Besuch oder Kauf im Weissen Würfel das sinnliche Erlebnis fortsetzen möchte, auf den wartet im gleichen Haus die Kunstsammlung der Hilti Art Foundation mit einer viel beachteten Sonderausstellung. Hier reiht sich Gauguin an Picasso, Giacometti an Beckmann, Klee an Magritte. Namen, die einem ebenso auf der Zunge zergehen wie Patek Philippe, Rolex, Breguet & Co.

Text: freicom.adverta, Vaduz

Bilder: Studio Matthieu Salvaing, Paris

Anzeige

**OSTSCHWEIZ DRUCK**

Hofstetstrasse 14 • 9300 Wittenbach • ostschweizdruck.ch



**Fürstlich  
beraten.**

**Für Individualisten.**



bulthaupt  
**SieMatic®**

Die Küche AG, Austrasse 49, FL-9490 Vaduz  
Tel. +423 230 15 15, [www.diekueche.li](http://www.diekueche.li)

# Sammlung mit Profil

**Insgesamt rund 200 Kunstwerke von musealem Rang umfasst die Sammlung der Hilti Art Foundation heute. Schwerpunkte sind die klassische Moderne sowie Kunst von der Nachkriegszeit bis zur Gegenwart.**

Wer eine bedeutende Kunstsammlung aufbauen will, braucht Disziplin. Davon ist Michael Hilti überzeugt, dessen Familie seit den 1970er-Jahren zahlreiche Kunstwerke von internationalem Rang erworben hat. Der systematische und im Rahmen der Hilti Art Foundation langfristig angelegte Aufbau der Sammlung begann Anfang der 1990er-Jahre. «Sammlungen können nur ein eigenes Profil erhalten, wenn eine Beschränkung auf bestimmte Sammlungsgebiete und -epochen besteht. Es war immer unser Ziel, Werke zu sammeln, die eine gewisse Harmonie und Ausgeglichenheit ausstrahlen», erklärt Michael Hilti, Initiator und Beirat der Hilti Art Foundation.

Seit über 20 Jahren konzentriert sich die Sammeltätigkeit der Hilti Art Foundation einerseits auf die klassische Moderne, also auf Malerei und Plastik der Zeit zwischen ca. 1880 und 1945, andererseits auf Kunst von der Nachkriegszeit bis zur Gegenwart. Wichtige Schwerpunkte bilden die Stilrichtungen Expressionismus, Kubismus und Surrealismus sowie konkrete Kunst und Zero. Zu den Künstlern der bis heute rund 200 Kunstwerke umfassenden Sammlung gehören zum Beispiel Gauguin, Seurat, Lehmbruck, Boccioni,

Picasso, Léger, Kirchner, Marc, Magritte, Klee, Beckmann, Hodler, Giacometti, Dubuffet, Wols, Albers, Fontana, Manzoni, Schoonhoven, Uecker, Fruhtrunk und Knoebel.

In der seit Mai 2015 laufenden Ausstellung «Malerei und Plastik – Von der klassischen Moderne bis zur Gegenwart» ist jeder dieser Künstler mit mindestens einem Kunstwerk vertreten. Gezeigt werden die 50 Gemälde, Skulpturen und Objekte im neuen Ausstellungsgebäude der Hilti Art Foundation, das im Zentrum von Vaduz direkt neben dem Kunstmuseum Liechtenstein liegt.

Aufgrund der seit Jahren bestehenden engen Zusammenarbeit zwischen der Hilti Art Foundation und dem Kunstmuseum wurden dort im Frühjahr 2005 im Rahmen einer Sonderausstellung bereits rund 60 Werke aus der Sammlung präsentiert. Jetzt ist es dank der neuen Museumsräume allen Kunstbegeisterten möglich, Teile der grossartigen Kunstsammlung in Form von wechselnden Ausstellungen dauerhaft zu sehen.

---

**Text und Bild:** Hilti Art Foundation

*Der systematische Aufbau der Sammlung begann Anfang der 1990er Jahre.*



# Kleines Land, grosser Wein

**Seit Jahrhunderten wird im Fürstentum Liechtenstein Wein produziert. Weshalb dieser im Ausland immer noch wenig bekannt ist, weiss Simon Klocker. Er leitet die Hofkellerei in Vaduz – mit Passion und grossen Plänen.**

Die Hofkellerei ist ein Traditionsunternehmen: Seit 1436 ist das Weingut im Weinviertel in fürstlichen Besitz, die fürstliche Domäne seit 1712. «Also seit Liechtenstein ein Fürstentum ist», erklärt Simon Klocker. Seit knapp zwei Jahren ist er Leiter der Hofkellerei

Spezialitätenrestaurant Torkel zur Hofkellerei der Stiftung Fürst Liechtenstein. Das Restaurant befindet sich übrigens im fürstlichen Weinberg Herawingert, der sich ebenfalls seit Anfang des 18. Jahrhunderts in Besitz der Familie Liechtenstein befindet. Das mittelalterliche Gebäude diente ursprünglich der Vinifizierung des Traubenguts und wurde in den 1960er Jahren zu einem Speiselokal umgebaut.

**«Im Frühjahr wollen wir einen neuen Wein aus Vaduz auf den Markt bringen, aber dazu möchte ich noch nicht zu viel verraten.»**

Vaduz. Er kümmert sich um die kaufmännischen Abläufe im Hintergrund und ist gemeinsam mit dem Kellermeister für den Weinbau, die Weinbereitung und die Vermarktung der Weine aus der Domäne Vaduz und der Domäne Wilfersdorf zuständig. Diese gehören mit der kellerereigenen Vinothek sowie dem

## Herausforderung und Abwechslung

Klocker liebt die Abwechslung in seinem Beruf. Er verrät: «Kein Tag ist wie der andere und kein Weinjahr wie das vorherige.» Das stelle ihn und sein Team immer vor neue Herausforderungen. Zu diesen zählen auch der sinkende Weinkonsum der Europäer und die immer grössere Konkurrenz aus dem Ausland. «Deswegen versuchen wir stetig, die Qualität unserer Weine zu erhöhen und damit auch neue Exportmärkte zu erschliessen», so Klocker.





*Simon Klocker, Leiter der Hofkellerei in Vaduz: «Kein Tag ist wie der andere und kein Weinjahr wie das vorherige.»*

Weine der Hofkellerei Wilfersdorf werden mittlerweile bis nach Fernost verkauft. «In Vaduz ist die Produktion aber zu klein, um solche internationalen Märkte bedienen zu können.» Das Fürstentum Liechtenstein als Kleinststaat verfügt nur über wenig und teuren Boden. «Das ist auch der Grund, warum sehr wenig Wein angebaut wird und die Weine nicht weit verbreitet sein können. Darunter leidet sicher ein wenig der Bekanntheitsgrad», erklärt Klocker.

#### **Perfekte Lage für Wein**

Seit über dreihundert Jahren wird in Vaduz Pinot Noir produziert, seit wenigen Jahrzehnten Chardonnay. Die Variationen dieser Weine entstehen durch die klimatischen Besonderheiten der Anbaugebiete: Im Weinviertel herrscht ein pannonisches Klima, im südlichen Rheintal ein Föhnklima. «Wir fühlen uns der Tradition verpflichtet, lassen diese in unserer Weinbereitung einfließen und verwenden traditionelle Weinbaumethoden», sagt Klocker. Die möglichst natürliche Anbauweise soll für den Schutz und Erhalt der historischen Weingärten sorgen und weist den Weg zur integrierten, kontrollierten Produktion. Klocker ist überzeugt: «So holen wir das Beste aus unseren Reblagen heraus.»

Nicht nur bei den Einheimischen, sondern auch bei Gästen sind die Weine beliebt. In der zehn Gehminuten vom Vaduzer Zentrum entfernten Hofkellerei werden regelmässig Degustationen durchgeführt. Angeboten werden sowohl Weine der Hofkellerei Vaduz als auch der Hofkellerei Wilfersdorf. «100 Prozent fürstlich», erklärt Klocker. Er plant bereits die Zukunft des Traditionsunternehmens: «Im Frühjahr wollen wir einen neuen Wein aus Vaduz auf den Markt bringen, aber dazu möchte ich noch nicht zu viel verraten.» Des Weiteren versuchen er und sein Team, noch den einen oder anderen Markt im Exportbereich zu erschliessen. Und das Wichtigste: Aus jeder Traube wieder den bestmöglichen Wein zu machen.

Text: Eva Hediger

Bilder: zVg.

## Im Fürstentum etabliert



Die Ostschweizer Agentur freicom hat mit der «freundlichen Übernahme» der Adverta AG nun auch einen Standort in Vaduz und überzeugt seither mit kreativen Ideen und praxistauglichen Lösungen, die dem «Tun» konsequent das «Warum» und «Wie» voranstellt.

Seit über 20 Jahren ist die von Jürg Wattinger gegründete Agentur für Werbung und Design im Fürstentum Liechtenstein auf dem Markt. Ebenso lange gibt es die von Reinhard Frei gegründete Agentur freicom mit Sitz in St.Gallen, Zürich und Chur. Mit dem Zusammenschluss der beiden Unternehmen entstand im Mai 2015 nun in Vaduz die neue Agentur freicom. adverta.

Als Nachfolger für den seit diesem Jahr pensionierten Jürg Wattinger hat Carsten Zeiske die Funktion des Geschäftsführers übernommen. Er wird nicht nur von der langjährigen Mitarbeiterin Barbara Plattner als Grafikerin unterstützt, sondern auch von 15 weiteren freicom-Mitarbeitenden. Jürg Wattinger bleibt als Berater und VR-Mitglied der Agentur erhalten.

Carsten Zeiske hat nach seinem BWL-Studium mit Vertiefung Marketing drei Jahre in der Lebensmittelindustrie in Liechtenstein gearbeitet, bevor er 2003 auf die Agenturseite wechselte und seither in verschiedenen Agenturen als Berater und Creative Director arbeitet. 2014 wurde er Senior-Berater und VR-Mitglied der freicom ag.

Die Agentur freicom. adverta. begleitet Unternehmen und Organisationen mit durchdachter Kommunikation in den Bereichen PR, Werbung und Events. Als KMU ist die Agentur unkompliziert und unbürokratisch. Carsten Zeiske: «Wir sind überzeugt davon, dass nachhaltig funktionierende Kommunikationslösungen letztlich nur einem Ziel dienen müssen: der kommerziell erfolgreichen Umsetzung des Geschäftsmodells zur Steigerung des Unternehmenswertes, dem Erreichen der Unternehmensziele.»

# Kulturelle Schnittstelle

**Die älteste Kunstgalerie Liechtensteins wird aktuell von Cornelia Wieczorek geführt. Trotz Problemen auf dem Kunstmarkt ist die Leiterin zuversichtlich – und setzt vermehrt auf zeitgenössische und internationale Kunst mit dem Schwerpunkt Malerei.**

1986 in Liechtenstein. Eine Gruppe liechtensteinerischer Aktionäre gründet die Galerie am Lindenplatz. Es ist die erste im Staat, die Kunst von internationalem Rang zeigt. Mittlerweile wird die Galerie von Cornelia Wieczorek geführt. Seit drei Jahren arbeitet sie im Liechtensteiner Unternehmen, bereits 1992 ist sie aus beruflichen Gründen mit ihrer Familie von Berlin nach Liechtenstein gezogen. Dessen aktive und lebendige Kunstszene schätzt Wieczorek sehr: Den jungen und bereits etablierten Künstlerinnen und Künstlern werde in musealen Einrichtungen der Gemeinden, aber auch im Kunstraum Engländerbau in Vaduz, sowie in Galerien oder dem Kunstmuseum

zel- und Gruppenausstellungen bekannter Künstler wie Max Bill, Henry Moore oder Antoni Tàpies hat sich die Galerie etabliert. «Seit ich die Geschäftsführung übernommen habe, war es mein Bestreben, das bislang eher auf konkrete und konstruktive Kunst konzentrierte Programm der Galerie ein wenig offener zu gestalten», erklärt Wieczorek. «In das neue Jahr starten wir mit einer Ausstellung des renommierten und aus Berlin kommenden Künstlers Frank Badur. Dessen Werk knüpft allerdings nun wiederum an das ‚Kerngeschäft‘ der Galerie an und kann im weitesten Sinne als konkret bezeichnet werden.» Danach folgt eine weitere klassische Position mit den Werken des Künstlers Uli Pohl. «Er stand in den 1960er-Jahren der ZERO-Gruppe nahe, deren Werke mit internationalen Ausstellungen in diesen Tagen gerade eine grosse Wertschätzung erfahren.»

**Grosse Galerien und Kunstauktionen sind sehr marktpräsent, das Geschäft wird immer globaler.**

ein Forum geboten. «Im Kunstmuseum Liechtenstein, und seit diesem Jahr auch in der Hilti Art Foundation, findet darüber hinaus vor allem die Anknüpfung an die internationale Kunstszene statt», erklärt Wieczorek. Ihre Galerie spreche eine lokale sowie internationale Kundschaft an: «Grundsätzlich ist es so, dass der zentrale Standort der Galerie im Herzen von Vaduz und in unmittelbarer Nähe zum Kunstmuseum freilich kaum besser sein könnte.» Trotz des Erfolgs: «Wie andere befreundete Galeristinnen und Galeristen auch, habe ich festgestellt, dass sich die Situation kleinerer oder mittlerer Galerien grundsätzlich in den letzten Jahren sehr gewandelt hat», erzählt die Geschäftsführerin. Grosse Galerien und Kunstauktionen seien sehr marktpräsent, das Geschäft werde immer globaler: «Während man sich in den Anfängen der Galerie am Lindenplatz glücklich schätzte, vor Ort auf hohem Niveau die Werke internationaler Künstlerinnen und Künstler betrachten und erwerben zu können, gehen in der heutigen Zeit kunstinteressierte Menschen vielfach dazu über, sich überall auf der Welt zu orientieren.»

## Programm geöffnet

Die Schwerpunkte der Galerie bilden traditionell Werke der ZERO-Gruppe, konkrete und konstruktive Kunst und Plastik des 20. Jahrhunderts. Mit Ein-

## Kunst am Bau

Der Privatmann, der Geschäftsmann, der Sammler: Die Galerie am Lindenplatz richtet sich grundsätzlich an alle kunstinteressierten Menschen. «Daher bieten wir nicht nur Werke im Hochpreissektor an, sondern immer wieder Werke, die auch jungen Kunstliebhabern einen Ankauf oder den Beginn einer Sammlertätigkeit ermöglichen», so Wieczorek. «Im Angebot finden sich neben klassischen und hochpreisigen Positionen gleichermaßen Werke junger Künstlerinnen und Künstler, sogenannter «emerging artists» die noch «available» sind, wie es so schön heisst.» Die Galerie handelt jedoch nicht nur mit Kunst: «Im Bereich Art Consulting bieten wir Beratungstätigkeit für den Auf- und Ausbau von Sammlungen an; in diesem Zusammenhang erfragen wir die Bedürfnisse der Kunden und suchen passende Werke. Gerne beraten wir auch bei der Ausstattung von privaten und geschäftlichen Räumen und bieten jegliche Art von Unterstützung bei der Ausrichtung von Wettbewerben und bei der Umsetzung von Kunst-am-Bau-Projekten an. So bilden wir die Schnittstelle zwischen Kunstschaffenden und kunstinteressierten Menschen.»

Text: Eva Hediger

Bild: Stéphanie Engeler



*Cornelia Wieczorek:*

***«Wir bilden die  
Schnittstelle zwischen  
Kunstschaffenden  
und kunstinteressierten  
Menschen.»***

# Sehenswürdigkeiten in Vaduz

**Die liechtensteinische Hauptstadt mag im internationalen Vergleich klein erscheinen, ihr umfangreiches Kulturangebot ist es jedoch nicht.**

## Das Landesmuseum



Selbst das Gebäude des Lichtensteinischen Landesmuseums ist geschichtsträchtig: Chronologische Untersuchungen haben ergeben, dass die Ursprünge der Grundsubstanz auf das Jahr 1438 zurückgehen.

Heute ist das Gebäude mit dem ehemaligen Verwerterhaus zusammengebaut und mit einem Erweiterungsbau gegen den Schosshang versehen. Neben der wechselvollen Geschichte Lichtensteins beinhaltet das Landesmuseum auch eine naturkundliche Sammlung.

[www.landmuseum.li](http://www.landmuseum.li)

## Das Kunstmuseum Lichtenstein



Erst vor 15 Jahren wurde das Kunstmuseum Lichtenstein eröffnet. Es ist die Nationalgalerie für moderne und zeitgenössische Kunst des Staates Lichtenstein. Das Museum hat sich innerhalb kurzer Zeit

einen Namen gemacht und zahlreiche seiner Ausstellungen werden von europäischen Häusern übernommen und gezeigt.

[www.kunstmuseum.li](http://www.kunstmuseum.li)

## Die Sammlung der Hilti Art Foundation



Über das Foyer des Kunstmuseums erreichen die Besucherinnen und Besucher die Sammlung der Hilti Art Foundation. Es ist eine der bedeutendsten privaten Kunstsammlungen Lichtensteins. Sie ermöglicht

eine Reise durch die Kunstgeschichte, beginnend mit den Werken der Klassischen Moderne bis hin zu den Aktualitäten der zeitgenössischen Kunst.

[www.kunstmuseum.li](http://www.kunstmuseum.li)

## Die Schatzkammer Lichtenstein



Repräsentative Geschenke von Königen und Kaisern, historische Waffen, Kunstwerke aus wertvollen Materialien und andere Kostbarkeiten lagern in der Schatzkammer Lichtenstein.

Das im Alpenraum einzigartige Museum zeigt unter dem Titel «Vom Fürstentum über die Welt ins Weltall» einzigartige Objekte, die eng mit dem Land verbunden sind.

[www.schatzkammer.li](http://www.schatzkammer.li)

## Das Schloss Vaduz



Das Wahrzeichen von Vaduz ist schon von weit her sichtbar: Rund 120 Meter über der Hauptstadt thront das Schloss Vaduz. Seine Ursprünge liegen vermutlich im 12. Jahrhundert. Bis Mitte des 18. Jahrhunderts

wurden das Anwesen rege genutzt, danach zerfiel es zunehmend. Erst von 1905 bis 1912 wurde es gründlich renoviert, über zwanzig Jahre später zog Fürst Josef II. ein und nahm ständigen Wohnsitz. Eine Besichtigung ist nicht möglich, Führungen in Vaduz bringen aber Einblicke in Geschichte des Schlosses und des Fürstenhauses.

## Die Fürstliche Hofkellerei



Die Hofkellerei des Fürsten von Lichtenstein befindet sich in der Reblage Herawingert. Diese zählt zu den besten Reblagen im Rheintal und bietet die idealen Bedingungen für den Anbau von Pinot Noir und

Chardonnay. Diese Weine sowie andere önologische Raritäten können vor Ort verkostet und erworben werden.

[www.hofkellerei.li](http://www.hofkellerei.li)

### Das Regierungsgebäude in Vaduz



Am südlichen Beginn der Fussgängerzone befindet sich das Regierungsgebäude. Es ist der Sitz der Regierung des Fürstentums Lichtenstein und wurde 1905 fertig gestellt. Das Gebäude wurde nach

den Plänen des Fürstlichen Architekten Gustav Ritter von Neumann errichtet. Für Touristen werden geführte Touren angeboten.

### Citytrain – Classic Tour



Im Citytrain Vaduz kann das Städtle mit all seinem Charme erkundet werden. Während der Fahrt erfahren die Passagiere alles Wichtige, sowohl über das Land und Fürstentum, als auch über Aktuelles und Vergangenes. So führt die Tour durch das historische Alt-Vaduz zurück ins Vaduzer Zentrum.

[www.citytrain.li](http://www.citytrain.li)

### Das Rote Haus in Vaduz



Mitten im Vaduzer Milteldorf steht das Rote Haus. Seinen Namen erhielt es aufgrund seines dunkelroten Anstriches, der seit Mitte des 19. Jahrhunderts nachweisbar ist. Seit 1807 gehört der Bau der Familie

Rheinberger. Von 1902 bis 1905 erweiterte der Maler, Bildhauer und Architekt das Haus. Es kann nur von aussen besichtigt werden.

### Das Regierungsviertel in Vaduz

Regierungsgebäude, Landtagsgebäude und das Landarchiv bilden zusammen das Regierungsviertel mit dem eindrucklichen Peter-Kaiser-Platz. Das Regierungsgebäude stammt aus dem Jahr 1905 und fügt sich nahtlos in das moderne Ensemble ein, das der Müncher Architekt Hansjörg Göritz geplant hat.

### Der Kunstraum Engländerbau

Im zweiten Obergeschoss des sogenannten Engländerbaus befindet sich ein Kunstraum. Dieser zeigt zeitgenössisches Kunstschaffen aus Lichtenstein und der Region. Dazu zählen Fotografie und Malereien, aber auch Performances und Installationen sowie weitere künstliche Objekte werden in pro Jahr mehrmals wechselnden Ausstellungen gezeigt.

[www.kunstraum.li](http://www.kunstraum.li)

### Das Postmuseum



1930 wurde das Postmuseum gegründet und sechs Jahre später eröffnet. Seither stellt es Philatelie und Postgeschichte des Fürstentums Lichtenstein aus. Im Museum sind sämtliche Briefmarken zu sehen, die

seit 1912 im Land produziert worden sind. Diese sind dank ihrer hohen Ästhetik und den anspruchsvollen Techniken bei Sammlern aus aller Welt begehrt.

[www.postmuseum.li](http://www.postmuseum.li)

### Das Landtagsgebäude in Vaduz

Mitten auf dem Peter-Kaiser-Platz und in unmittelbarer Nähe des Regierungsgebäudes steht das Landtagsgebäude.



Nachdem das Volk 1993 einen Neubau für das lichtensteinische Parlament ablehnte, wurde vor sieben Jahre das jetzige Gebäude fertiggestellt. Verantwortlich war der Münchner Architekt Hansjörg Göritz, der ebenfalls den Peter-Kaiser-Platz interpretierte. Im Landtagsgebäude finden geführte Touren statt.

Interpretierte. Im Landtagsgebäude finden geführte Touren statt.

### Realino Tours



Die Citytrain AG bietet Reisende ein spezielles Gefährt: Der Realino ist schneller und hat eine grössere Reichweite als der Citytrain. Er ermöglicht private Rundfahrten und Entdeckungstouren durch das Lichtensteiner Unterland sowie eine Besichtigung der

lieblichen Residenz.

[www.realino.li](http://www.realino.li)

### Die alte Rheinbrücke Vaduz



Die beiden Gemeinden Vaduz und Sevelen werden von einer überdachten Holzbrücke, der Alten Rheinbrücke, verbunden. Diese ist 135 Meter lang und wurde 1901 fertig gestellt. In den Jahren 2009 und

2010 wurde die Brücke gründlich renoviert. Heute ist sie nur für den nicht motorisierten Verkehr freigegeben und besonders bei Velofahren beliebt.

## Witzig präsentiert neue Arbeitswelten

Nach neuesten Erkenntnissen gestaltete Arbeitswelten präsentiert Witzig The Office Company an ihrer Geschäftsstelle in St.Gallen. «Wir zeigen auf 300 Quadratmetern, wie das effiziente Büro von morgen aussehen könnte», erklärte CEO Martin Witzig (Bild, Mitte) an der Neueröffnung vom 12. November. «Unser Know-how setzen wir für Ostschweizer Unternehmen ein, vom Raum Toggenburg bis ins Rheintal», ergänzte Fritz



Freiinger (links) als Leiter der Geschäftsstelle St.Gallen. Mit der Witzig Gruppe und 70 Gästen freute sich auch IHK-Kurt Weigelt (rechts). Er begrüßte die Investition in neue Arbeitsformen und in den Standort St.Gallen. Witzig The Office Company ist seit den 1990er Jahren auf dem Platz St.Gallen aktiv und bietet Unternehmenskunden innovative Konzepte für die Büroorganisation, vom Raum Toggenburg bis ins Rheintal.

## Malerbetrieb ausgezeichnet



Das Traditionsunternehmen T. Ruggiero & Söhne setzt sich als Familienbetrieb italienischen Ursprungs mit viel Passion für das Malerhandwerk ein. Die Leidenschaft für die Arbeit war beim 60-Mann-Unternehmen aus Wil schon immer gross. Umso mehr freuten sich die Ostschweizer Maler über den kürzlich in Zürich gewonnenen Schweizer Dialogmarketingpreis. Mit Silber belohnt wurde das von der Agentur am Flughafen für Ruggieros entwickelte Roller-Mailing zur Akquisition von Immobilienverwaltungen resp. Property-Managern.

## Pronto AG mit neuem Auftritt

Die Pronto Reinigung AG wird in St.Gallen neu in Pronto AG und in Rotkreuz in Pronto Plus AG umbenannt. Damit soll klar kommuniziert werden, dass sich das Unternehmen nicht allein auf Reinigung ausrichtet, sondern die fünf Bereiche «Spezialreinigung», «Unterhaltsreinigung», Facility Service», «Schädlingsbekämpfung» und «Haustechnikreinigung» anbietet. Parallel zum neuen Auftritt wird in Au/SG auch ein sechster Standort eröffnet.

## Howag übernimmt Tefkon AG

Im Sinne einer Nachfolgelösung für die Tefkon AG ist es Markus J. Hauri gelungen, in der Firma Howag Kabel AG, Dintikon, den optimalen Partner für die Geschäftsübernahme zu finden. Per 1. Oktober 2015 hat die Howag Kabel AG die operative Geschäftstätigkeit der TEFKON AG in Bischofszell übernommen.

## Schwarzer Schnee

Einen Spagat der absurden Art vollbringt der St.Galler Stadtparlamentarier Martin Boesch (SP): Er ärgert sich im «Tagblatt» über die Umwandlung von drei städtischen Poststellen in Postagenturen. Das sei ein Abbau des Service public, «gerade für das Gewerbe». Die Hauptpost sei kein vollwertiger Ersatz, «zumal die Parkmöglichkeiten rund um die Hauptpost beschränkt sind». Wenn es schon soweit ist, dass sich Boesch Gedanken um das Gewerbe macht und fehlende Parkmöglichkeiten beklagt, dann dürfen wir in diesem Winter auch auf tiefschwarzen Schnee hoffen.

## Thurgauer Motivationspreis für die SBS

Die Schweizerische Bodensee-Schiffahrtsgesellschaft AG, Romanshorn, erhält den Motivationspreis der Thurgauer Wirtschaft 2016. Die Jury zeichnet damit einen touristischen Leuchtturm im Thurgau aus, der über die Grenze hinaus strahlt. Ein wichtiger Grund für den Entscheid der Jury waren die bedeutenden Investitionen im Umfang von insgesamt rund 23 Millionen Franken, die von den privaten Investoren seit 2010 getätigt wurden.

## Agentur am Flughafen gewinnt in Österreich

Kürzlich fand die Preisvergabe des Österreichischen Dialogmarketingpreises «Columbus» (DMVÖ) statt. Die 14-köpfige Jury vergab insgesamt 25 Trophäen – darunter vier in Gold. Die Altenrheiner Agentur am Flughafen unter Leitung von René Eugster räumte als einzige ausländische Agentur gleich drei Preise – davon einmal Gold – ab.

## «Die 7 Prinzipien zum Unternehmenserfolg»



Das Buch «Die 7 Prinzipien zum Unternehmenserfolg» von Roland Waibel, Leiter des Instituts für Unternehmensführung an der FHS St. Gallen, geht vom Punkt aus, dass der weitverbreitete ergebnisorientierte Führungsstil an Zahlen und nicht an Personen ausgerichtet ist. Moderne Unternehmen sind aber auf den ganzen Menschen angewiesen, auf sein Bestes: Kreativität, Ideenreichtum, Engagement, Schnelligkeit, Kundennähe. Im ersten Teil wird aufgezeigt,

dass klassisches Management – Zielvorgaben, Budgets, Controlling usw. – dabei wenig zielführend ist. Gefragt ist nach Waibel eine systemischere Sicht, basierend auf 7 Prinzipien: Intrinsische Motivation, Vertrauenskultur, Empowerment, Kooperationsförderung, Sinnstiftung, Diversität und Wertschätzung. Diese 7 Prinzipien werden in je einem Kapitel aufgezeigt und erläutert. **Hilfreich ist, dass insgesamt rund 40 Firmenbeispiele aufgeführt werden, welche die Ausführungen illustrieren.**

## Zehnder verlegt Zeitungsdruck zu Tamedia

Die Zehnder Print AG gibt den Zeitungsdruck in Rickenbach Mitte 2016 auf. Der Zeitungsdruck wechselt in die DZZ Druckzentrum Zürich AG von Tamedia. **Von der Aufgabe sind 40 Mitarbeiter betroffen.** Aufgrund sinkender Marktpreise und ungenügender Auslastung könne das Druckzentrum in Rickenbach nicht mehr kostendeckend betrieben werden, so Verleger Andreas Zehnder. Die Gruppe verlegt schweizweit 23 Wochenzeitungen.

## Anerkennungspreis für Stadler Rail Group

**Die Stadler Rail Group erhielt Anfang November den Grossen Preis der Berufsbildung der Hans Huber Stiftung.** Der nationale Anerkennungspreis mit einer Preissumme von 20 000 Franken wird jährlich an ein Unternehmen verliehen, das sich nachhaltig für die Stärkung der dualen Berufsbildung engagiert.



## in kürze

LEADER

### › Klöti und Mächler

Die FDP des Kantons St. Gallen steigt mit Regierungsrat Martin Klöti und Parteipräsident Marc Mächler in die Regierungsratswahlen vom 28. Februar 2016.

### › Würth und Damann

Die Delegierten der CVP Kanton St. Gallen haben den bisherigen Regierungsrat Benedikt Würth sowie den Gossauer Arzt Bruno Damann als Nachfolger von Martin Gehrer, der zurücktritt, nominiert.

### › Aaron Lehmann

Der Oberuzwiler Bäcker Aaron Lehmann, der Brot massiv billiger angeboten hat, kehrte kürzlich wieder zu den alten Preisen zurück.

### › Richle und Hartmann

Hans M. Richle wird an der Delegiertenversammlung 2016 nach zehnjähriger Tätigkeit das Präsidium des Kantonalen Gewerbeverbandes SG abgeben. Als Nachfolger stellt sich der Rorschacher Arzt Andreas Hartmann zur Wahl.

### › Gabriel Vonrüti

Gabriel Vonrüti hat neu die Geschäftsleitung des Thurgauer KMU Unima AG, Matzingen, übernommen.

### › Walter Ernst

Der Aufsichtsrat der St. Galler Kantonalbank Deutschland AG hat Walter Ernst per 1. Januar 2016 zum neuen Vorstandsvorsitzenden ernannt. Ernst stiess im Zuge der Übernahme der Vadian Bank zur SGKB.

### › Martin C. Beinhoff

Der Verwaltungsrat der VP-Bank-Gruppe passt die Organisationsstruktur innerhalb des Group Executive Management per 1. Januar 2016 an und ernennt Martin C. Beinhoff zum neuen Chief Operating Officer.

### › InterSky

Die angeschlagene Vorarlberger Regionalfluglinie InterSky hat Mitte November den Flugbetrieb eingestellt.

### › Emil Wild + Co AG

Die Emil Wild + Co AG erstellt anstelle der ehemaligen Bernet-Wäschereigebäude entlang der Rorschacherstrasse in St. Gallen einen Neubau für 32,5 Millionen Franken.



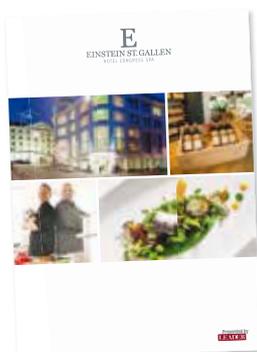
## Begeistern Sie unsere Studierenden auch für Ihr Unternehmen

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

- **HSG-Karriereplattform: Hier schreiben Sie Ihre Praktika-, Teilzeit- und Vollzeit-Stellen aus**
- **Rekrutierungsveranstaltungen: Hier präsentieren Sie Ihr Unternehmen den Studierenden**
- **Weiterbildung und Kooperationen: Hier bilden Sie sich und Ihre Mitarbeitenden weiter**

### Ihr Kontakt

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



## LEADER ist eine Marke – und davon profitieren auch Sie!

Der LEADER ist zum Label für ein starkes Unternehmertum mit Visionen geworden. Ob Firma, Verband oder Organisator einer Veranstaltung: Wir sind Ihr Partner und realisieren mit Ihnen ein Magazin, das vollumfänglich oder teilweise anzeigenfinanziert ist, professionell umgesetzt wird und direkt von unserer Marke profitiert. Bei Fragen stehen wir Ihnen per Telefon unter 071 272 80 50 oder via Email unter [leader@metrocomm.ch](mailto:leader@metrocomm.ch) gerne zur Verfügung. [www.leaderonline.ch](http://www.leaderonline.ch)

# Oertli Instrumente AG gewinnt Preis der Rheintaler Wirtschaft

**Nach 22 Jahren wurde der Preis der Rheintaler Wirtschaft erstmals schon vor dem Rheintaler Wirtschaftsforum in den Räumlichkeiten des Preisträgers vergeben. Eine konsequente Strategie nennt CEO Christoph Bosshard als Grund für den anhaltenden Erfolg der Oertli Instrumente AG und für den Preisgewinn.**

*Die glücklichen  
Preisträger und  
Führungsriege der Oertli  
Instrumente AG (v.l.n.r.):  
Thomas Bosshard,  
Andreas Bosshard und  
Christoph Bosshard.*



Die Oertli Instrumente AG wurde vor sechs Jahrzehnten von Heinz A. Oertli gegründet. Heute beschäftigt das Rheintaler Medizinaltechnik-Unternehmen als Hersteller von Augenchirurgie-Ausrüstungen 130 Personen und hat eine weltweit führende Stellung inne. Seit der Übernahme 1992 durch Andreas Bosshard ist Oertli® in Familienbesitz geblieben und wird seit 2010 von den Söhnen Christoph Bosshard (CEO) und Thomas Bosshard (Leiter Marketing & Verkauf) geführt.

Die Oertli Instrumente AG, so Jurypräsident Karl Stadler in seiner Laudatio, reihe sich hervorragend in die lange Liste erfolgreicher Preisträger und Botschafter für das St.Galler Rheintal ein. Das Bernecker Unternehmen habe in seiner 60-jährigen Geschichte in der Augenchirurgie eine weltweit führende Stellung erarbeitet und sei nach wie vor ein vorbildlich geführtes Familienunternehmen.

## **Gesellschaftsverträgliches Geschäftsgebaren**

Diesen Ball nahm der ehemalige Rektor der Universität St.Gallen, Prof. Dr. Peter Gomez, in seiner Festrede zum Thema «Gemeinwohl gewinnt» auf: Unternehmer und Führungskräfte sehen sich heute zunehmend gesellschaftlichen Erwartungen gegenüber. Konnten sie früher darauf verweisen, dass ihr Verhalten rechtens, also legal sei, verlangt die Öffentlichkeit zunehmend, dass das Geschäftsgebaren darüber hinaus gesellschaftsverträglich, also legitim zu sein habe. Der etwas verstaubt wirkende Begriff des Gemeinwohls gewinnt plötzlich wieder an Bedeutung.

## **Eine konsequente Strategie als Ursache des Erfolgs**

Nach der Festrede folgte die Dankesrede: Der Gewinn des Preises der Rheintaler Wirtschaft, so Christoph Bosshard, CEO, erfülle die Oertli Instrumente AG mit Freude. Er sei eine Bestätigung guter und konsequenter Unternehmensführung in einem immer anspruchsvoller werdenden Umfeld. Die Auszeichnung ermuntere auch alle Mitarbeitenden und sei eine Be-

stätigung für die Arbeit der heutigen Geschäftsleitung. Diese Arbeit basiere auf einer über Jahre verfolgten Fokus- und Differenzierungsstrategie.

Die seit Jahren konsequent umgesetzte Strategie erachtet Bosshard als das wesentliche Rezept hinter dem Erfolg. Oertli entwickle, fertige und vertreibe weltweit Systeme für Augenoperationen, mit denen man besser, sicherer und effizienter operieren könne. Das sei ihre Mission, für die sich alle begeistern liessen. Dass Oertli Instrumente AG im Rheintal eine stetig wachsende Anzahl von Arbeitsplätzen geschaffen habe, sei die Folge ihres Bekenntnisses zur Eigenfertigung und der dauernden Effizienzsteigerung mit Lean Production. Schliesslich sei es auch der Wille zur Unabhängigkeit mit vollständiger Eigenfinanzierung, dass das Wachstum harmonisch und mit tragbaren Risiken sei.

Text: Reini Frei

Bild: zVg.

Der Preis der Rheintaler Wirtschaft wird seit 1995 vergeben. Träger und Mitglied der Jury sind der Arbeitgeber-Verband Rheintal, der Verein St.Galler Rheintal und das Rheintaler Wirtschaftsforum. Stimm- und Nominations-berechtigt sind neben den Trägern auch die Hauptsponsoren des Rheintaler Wirtschaftsforums, Alpha Rheintal Bank, BDO Unternehmensberatung, architekten : rlc ag und Die Mobiliar.

# «Markt der Zukunft»

**Bertrand Piccard umrundet mit dem Solarflugzeug Solar Impulse 2 die Welt. Im LEADER-Exklusivinterview anlässlich des Events «Wirtschaft aus der Vogelperspektive» in Chur sieht sich der Lausanner als Entdecker und Forscher, der seine Leidenschaft fürs Fliegen mit einer Botschaft verknüpft: Auch das Unmögliche ist möglich.**

**Bertrand Piccard, wie ist das, wenn man mit dem Solarflugzeug Solar Impulse 2 in der Luft ist?**

Es ist ganz still, die Elektromotoren sind kaum zu hören. Für mich ist es wie Erholung von den Strapazen rund um das Projekt, die es am Boden zu bewältigen gilt. Aber ich muss sehr konzentriert sein – die Solar Impulse 2 zu fliegen, ist sehr anspruchsvoll, vor allem in Turbulenzen. Ich empfinde während des Flugs vor allem Verantwortung, gegenüber den 90 Mitarbeitern und den Sponsoren, die es überhaupt möglich machen, dass sich dieses einmalige Flugzeug in die Lüfte erhebt, und gegenüber den vielen Menschen überall, die unseren Flug um die Welt verfolgen.

**«Wer hätte noch vor zwanzig Jahren glauben mögen, dass das überhaupt möglich ist?»**

**Und wenn Sie schon 24 Stunden in der Luft sind?**

Da gibt es keinen Unterschied, wenn Sie jetzt auf eine allfällige Müdigkeit anspielen. Aber es stimmt schon: Wir landen das Flugzeug, weil der Pilot eine Pause braucht. Die Solar Impulse 2 könnte ohne Weiteres ohne Zwischenlandung um die Welt fliegen. Die Energie bezieht sie ja von der Sonne, und nachts fliegt sie mit dem in den Batterien gespeicherten Strom. Wer hätte noch vor zwanzig Jahren glauben mögen, dass das überhaupt möglich ist!

*Bertrand Piccard (\*1958) will mit der «Solar Impulse 2» die Welt umrunden.*



**Was treibt Sie zu solchen Extremleistungen?**

Wenn Sie mich persönlich ansprechen: Ich möchte das Leben geniessen, Dinge tun, die mir Spass machen. Und dazu gehört die Fliegerei. Doch das alleine wäre selbstsüchtig. Ich möchte, bei aller Freude, auch etwas beitragen, diese Welt zum Guten zu verändern. Bei der Solar Impulse geht es natürlich um das technisch Machbare, wir bewegen uns ja ständig am Limit. Aber es geht auch um das Emotionale: Zeigen, was man bewegen kann, wenn man an die Sache glaubt.

**Sie bezeichnen sich als Forscher und Entdecker, nicht als Abenteurer. Wo liegt der Unterschied?**

Ich stehe sicher in der Tradition meines Vaters und meines Grossvaters, die ja andere Räume entdeckt haben, die Stratosphäre oder die Tiefsee. Als ich Teenager war, lebten wir in Florida, und in unserem Haus gingen auch Astronauten ein und aus. Das prägt. Entdecker brechen nicht nur um ihrer selbst willen auf.

**Wie hoch sind die technischen Hürden bei Ihrer Weltumrundung?**

Wir bewegen uns in jeder Hinsicht am Limit. Die Solar Impuls hat eine grössere Spannweite als ein Jumbo Jet, wiegt aber kaum mehr als ein grosses Auto. Da geht es zunächst einmal darum, Gewicht zu sparen, etwa mit Karbonmaterial, dessen spezifisches Gewicht weit unter dem von Druckerpapier liegt.

**Setzen Sie auf konventionelle, verfügbare Technik?**

Im Prinzip schon. Aber Stangenware ist deshalb nicht verbaut. Im Gegenteil: Einzelne Komponenten wurden gezielt entwickelt, etwa der Schaumstoff zur Isolation der Batterien in grossen Höhen mit Temperaturen weit unter dem Gefrierpunkt. Dieser Schaumstoff wird heute in Kühlschränken verbaut. Er funktionierte für unsere Zwecke schon fast zu perfekt. Weil wir auf dem Flug von Japan nach Hawaii zu rasch aufgestiegen sind, wurden die Batterien überhitzt und beschädigt. Es war unser Fehler, am Schaum lag es nicht. Deshalb haben wir unsere Reise unterbrechen müssen. Im Frühjahr geht es weiter.

**Haben Sie das Problem gelöst?**

Ja. Sie werden lachen: Mit einer Vorrichtung zur

manuellen Luftkühlung mit einem Schieber – wir machen das Fenster auf.

**Werden Sie Ihr Ziel, die Weltumrundung, schaffen?**  
Die technischen und mentalen Voraussetzungen dazu sind gegeben. Aber es bleibt eine Gratwanderung.

**Eine Gratwanderung ist auch die Finanzierung ihres 150 Millionen Franken teuren Unternehmens, das ausschliesslich von Geldgebern gedeckt wird.**  
Meine Frage an mögliche Geldgeber lautet: Möchten Sie bei etwas komplett Neuem dabei sein, von dem man noch in Jahrzehnten sprechen wird? Meistens weiss ich schon nach fünf Minuten, woran ich bin.

## «Entdecker brechen nicht nur um ihrer selbst willen auf.»

### Was kommt nach Solar Impulse?

Sicher nicht die grosse Leere. Es wird weitergehen. Wir denken an ein unbemanntes Solarflugzeug, das permanent in sehr grosser Höhe in der Luft ist und etwa Kommunikationsaufgaben wahrnimmt.

**Sie beziehen selber kein Gehalt aus dem Projekt Solar Impulse, sondern leben vom Honorar aus ihrer Vortragstätigkeit. Was ist Ihre wichtigste Botschaft an Unternehmer?**

Nutzen Sie die wirtschaftlichen Chancen, welche die Energieeffizienz Ihnen bietet. Es ist der Markt der Zukunft. Und haben Sie den Mut, sich vom Althergebrachten zu lösen. Denn die Zukunft beginnt. Jetzt.

Text: Urs Fitze, Bild: zVg.

### «Wir alle sind im steten Wandel»

Bertrand Piccard sprach Mitte Oktober an «Wirtschaft aus der Vogelperspektive» der **Plattform Wirtschaft** vor 350 geladenen Gästen in Chur. Dem Anlass werden weitere in der ganzen Ostschweiz folgen. Damit sollen insbesondere KMU inspiriert und der Austausch unter Unternehmern gefördert werden. Einer der Partner der Plattform ist Swisscom. Adrian Bossart, Head of Marketing & Communication East: «Swisscom ist in einem dynamischen Umfeld im steten Wandel. Den KMU geht es derzeit ähnlich. Die Digitalisierung birgt Herausforderungen. Noch sehen nicht alle Unternehmer die Chancen, die dieser Wandel mit sich bringt. Es wird aber neue, lukrative Geschäftsmodelle geben, das alte Kerngeschäft könnte schon morgen überholt sein. Swisscom und die Plattform Wirtschaft unterstützen KMU deshalb und zeigen die Möglichkeiten in einer digitalen Welt auf. Swisscom engagiert sich auch bei Solar Impulse. Man wolle im Rahmen einer nachhaltigen Konzernstrategie auch neue Wege gehen, sagt Bossart. Dazu gehöre, bestehende Prozesse und Technologien zu hinterfragen. «Genau dies tut Bertrand Piccard.» So wurde mit Piccard eine Kommunikationslösung entwickelt, die nur noch fünf Kilo wiege, kaum Strom brauche und auch bei Temperaturschwankungen von 120 Grad bei einem Drittel des normalen Luftdrucks zuverlässig funktioniere. Darum gehe es im Kern auch in jedem KMU: «Die Digitalisierung bietet Unternehmen die Chance, ihre Geschäftsprozesse zu durchleuchten und zu optimieren, zum Beispiel im Zuge der Umstellung auf die IP-Telefonie.»

[www.plattform-wirtschaft.ch](http://www.plattform-wirtschaft.ch)

Anzeige

## WEITERBILDUNG IN ORGANISATIONS- UND PERSONALENTWICKLUNG

# Führung fängt bei der Persönlichkeit an

Neben Kenntnissen zu Managementmethoden sind es die Erfahrungen, die einen guten Chef auszeichnen. Deshalb liegt der Fokus bei der 4A ACADEMY auf der Schärfung Ihrer Eigen- und Fremdwahrnehmung. Mit aktivem Lernen und Ihrem persönlichen Coach entwickeln Sie sich zu einer authentischen Führungspersönlichkeit.

**Alle Seminare und weitere Informationen finden Sie auf [4aa.ch](http://4aa.ch)**

Belchenstrasse 7 · CH-4600 Olten  
T +41 62 511 49 00 · F +41 62 511 49 05 · [info@4aa.ch](mailto:info@4aa.ch) · [www.4aa.ch](http://www.4aa.ch)



# «Wir wollen Audi»

**Abreissen und anstossen stehen auf dem Programm – Daniel und Raphael Vogel haben zum Spatenstich für den neuen Audi-Terminal in Wittenbach geladen: den modernsten in der Region. Nach langer Planungsphase macht der in die Jahre gekommene Schuppen vis-à-vis der bestehenden PP Autotreff AG einem exklusiven Vertriebs- und Service-Center Platz.**

«Dafür haben wir lange gekämpft», eröffnet Daniel Vogel den Spatenstich für den Neubau der PP Autotreff AG. Am Mittwoch, 21. Oktober, begrüsst er mit Bruder Raphael Vogel Gäste aus Wirtschaft und Politik in Wittenbach. Neben ihnen steht ein grosser Bagger bereit, mit dem das alte Gebäude am Standort abgebrochen werden kann.

#### Trinkstopp auf langem Weg

Der Wittenbacher Gemeindepräsident Alfred Widmer vergleicht den Neubau mit einem Marathonlauf, bei dem nun ein Meilenstein erreicht sei. «Zeit für einen kurzen Trinkstopp», freute sich Widmer. Gleichzeitig lobt er die beiden Unternehmer für ihre Ausdauer, Leidenschaft und ihren Mut. «Wittenbach ist froh um aktives Gewerbe.»

**Raphael Vogel:**

**«Wir werden den einzigen Audi-Sport- und R8-Stützpunkt in der Ostschweiz führen.»**

In der Tat ging dem Spatenstich eine lange Planungsphase mit Hindernissen voraus, bis letztlich jene Parzelle gefunden und eingezont werden konnte – sie liegt ideal schräg gegenüber dem Stammhaus der PP Autotreff AG. Für den Neubau wurde erstmals das neue Raumplanungsgesetz angewendet: Im Kanton St.Gallen kann nur Land eingezont werden, wenn an einem anderen Ort flächengleich ausgezont wird. In Wittenbach wurde bereits 2013 eine entsprechende Fläche ausgezont. «Dafür musste ich einige Male mit Bern telefonieren», erzählt der Chef des kantonalen Amtes für Raumentwicklung, Ueli Strauss-Gallmann. «Dass der Bund diese Vorkompensation akzeptiert, ist ein Unikum.» Daniel und Raphael Vogel zeigen sich entsprechend dankbar für die gute Zusammenarbeit mit den Behörden.

#### Ambitionierte Ziele

Nicht als Marathon, sondern als «Hürdenlauf», bezeichnet Verwaltungsratspräsident Walter Koller die lange Planung. Die Strategie sei ganz einfach gewesen: «Wir wollen Audi.» Dafür galt es, die Verantwortlichen in der AMAG-Zentrale zu überzeugen. Dabei war die PP Autotreff AG offensichtlich erfolgreich. «Künftig werden sämtliche Kernkompetenzen von Audi in Wittenbach präsent sein», erklärt Audi-Markenchef Donato Bochicchio. Die Ostschweiz sei für Audi wichtig. «Hier haben wir noch Potenzial.» Der neue Audi-Terminal sei ein Schritt in eine gemeinsame Partnerschaft. «Damit gewinnt die Marke an Bedeutung im Grossraum St.Gallen.»

#### Mit ökologischem Konzept

«Wir werden den einzigen Audi-Sport- und R8-Stützpunkt in der Ostschweiz führen», schwärmt Raphael Vogel. Geplant seien ein Showroom mit 720 Quadratmetern und die modernste Werkstatt der Region. «Hinzu kommen Malerei und Spenglerei, ein Autolager sowie ein Lager, das beispielsweise 6000 Räder fasst.» Die neue Waschanlage werde mit Regenwasser versorgt. «Ökologie war uns wichtig», betont Vogel. Das Gebäude wird mit einer Wärmerückgewinnung zum Heizen ausgestattet. Auf das Dach kommt eine Photovoltaik-Anlage. Damit könne vielleicht einmal eine Elektrotankstelle gespeist werden. Mit sichtlichem Vergnügen besteigen dann Raphael und Daniel Vogel mit Bauleiter René Appert den Abbruchbagger und setzen – unter fachkundiger Anleitung – den Baggerarm in Bewegung, um ein Stück des Daches herauszureissen. Unter grossem Applaus der Anwesenden ächzt und kracht es im Gebäck, bis ein grosses Loch den Weg in eine vielversprechende Zukunft frei macht. Diese verspricht nicht nur einen «Rund-um-Service» für Kunden, sondern auch 25 neue Arbeitsplätze.

Text: Pascal Tschamper

Bilder: zVg.

Martin Pfister, Donato Bochicchio, Stefan Dudli, Raphael Vogel, René Appert, Fredi Widmer, Daniel Vogel, Paul Vogel und Walter Koller (von links).



# «Wir bewerten eher den langfristigen Erfolg»

**Am 10. März 2016 wird in der Olma-Halle St.Gallen erneut der Prix SVC Ostschweiz verliehen. Welche Unternehmerinnen und Unternehmer bei der siebten Austragung als Finalisten auf der Bühne stehen werden, wird nächstens bekannt gegeben. Im Gespräch erklärt Thomas Zellweger, Jurypräsident des Prix SVC Ostschweiz und Direktor des Centers for Family Business der Universität St.Gallen, nach welchen Kriterien die Endrundenteilnehmer ausgewählt wurden und welches Vorgehen sicherstellt, dass immer wieder neue Perlen entdeckt werden.**

**Thomas Zellweger, der Prix SVC Ostschweiz wird alle zwei Jahre vergeben. Ist es so schwer, würdige Finalisten zu finden, oder was spricht für diesen Rhythmus?**

Ein Grund dafür ist, dass wir herausragende Firmen finden wollen, und das braucht ein wenig Zeit. Beim Aufstellungsprozess können sich die Firmen nicht bei uns bewerben. Sondern wir wollen eigenhändig Firmen finden und nominieren, die sich vielleicht selber nicht unbedingt ins Rampenlicht rücken und sich bewerben würden. Der zweite Grund ist, dass wir Abnützungserscheinungen einer solchen Preisverleihung vermeiden wollen. Da der Prix SVC Ostschweiz nur alle zwei Jahre stattfindet, bleibt er exklusiver und aussergewöhnlicher.

**«Wir wollen Firmen finden, die sich vielleicht selber nicht unbedingt ins Rampenlicht rücken würden.»**

**Wie werden denn die Firmen gesucht?**

Im Vergleich zu anderen Awards besteht unser System darin, dass die Jurymitglieder aus ihrem Netzwerk Firmen nominieren können. Das Netzwerk der Jury garantiert, dass wir Zugang zu tollen Firmen haben. Irgendwann erschöpft sich dieses natürlich, deswegen ist es wichtig, dass es innerhalb der Jury immer wieder Wechsel gibt und neue Leute dazukommen. Neue Jurymitglieder bringen auch wieder neue Kontakte und Firmen mit sich.

**Und wie gross ist Ihre Liste mit potenziellen Finalisten für das Jahr 2016?**

Wir haben eine laufende Liste. Darauf sind Firmen notiert, die wir schon in vorherigen Jahren angeschaut und noch zurückgestellt haben, weil wir fanden, dass dies nicht der richtige Zeitpunkt für eine

Nomination der Firma ist. Auf dieser «Long List» sind aktuell circa hundert Firmen. Die Liste wird jedes Jahr ergänzt und bereinigt. In einem ersten Schritt wählt die Jury daraus 18 Betriebe aus. Wir schicken jeweils ein Jurymitglied zu den verschiedenen Unternehmen, damit mehr Informationen gesammelt werden können. Dann beraten wir, welche sechs Firmen wir im Rennen behalten. Die sechs Finalisten besuchen wir dann als gesamte Jury. Wir wollen die Leute treffen, die Produkte sehen und die Kultur des Unternehmens spüren.

**Wenn Sie die 18 Firmen besuchen, senden Sie dann das Jurymitglied, das den Betrieb vorgeschlagen hat oder explizit jemanden, der das Unternehmen weniger gut kennt?**

Um es einfach zu halten, senden wir beim Erstkontakt das Jurymitglied, das die Firma ursprünglich vorgeschlagen hat. Wir wollen als Gesamtjury mehr Informationen zu den Produkten, der Positionierung, die Mitarbeiter und die Zukunftsstrategie. Das nominierende Jurymitglied stellt dies dann für alle anderen zusammen.

**Nach welchen Kriterien werden die sechs Endrundenteilnehmer auserkoren?**

Es gibt einen Kriterienkatalog von ungefähr zehn Punkten, die uns wichtig sind. Einer davon ist die Einzigartigkeit der Firma: Hat sie ein aussergewöhnliches Produkt, das nicht einfach kopierbar ist? Was ist ihr Alleinstellungsmerkmal? Worauf wir ebenfalls viel Wert legen, ist, dass die Unternehmung eine überregionale Ausstrahlung hat. Wir wollen Firmen auszeichnen, die etwas erreicht haben, was auch jenseits der Ostschweiz Beachtung verdient. Wir suchen Betriebe, deren Produkte Einfluss, Akzeptanz und Aufmerksamkeit generieren können, auch au-



SVC-Jurypräsident  
Thomas Zellweger:  
«Ich glaube nicht, dass es  
Interessenkonflikte gibt.»

sserhalb der Region. Mit unserem Preis zeichnen wir Firmen aus, die erfolgreich sind, nicht zuletzt auch finanziell – sonst wäre es schwierig, das Geschäft längerfristig am Laufen zu halten. Das heisst aber nicht, dass wir Firmen nicht auszeichnen, nur weil sie einmal ein schwieriges Jahr haben. Wir bewerten als Jury eher den langfristigen Erfolg.

klar. Es ist letztlich ein Abwägen, was die Gesamtjury gut findet. Zudem sind wir professionell genug, um auch zu sagen, dass die andere Firma interessanter ist, als die, die man vielleicht selbst nominiert hat. Insofern glaube ich nicht, dass es hier Interessenkonflikte gibt. Es wird zudem auch immer offen gelegt, wenn ein Jurymitglied mit einer der nominierten Gesellschaften eine Geschäftsbeziehung unterhält. Wenn ein Jurymitglied Kunde, Lieferant oder im Verwaltungsrat ist oder Beteiligungen an der Firma hat, muss das die Jury wissen. Eine solche Situation ist nicht ausgeschlossen, aber es wird genau geprüft, damit es die Unabhängigkeit der Jury nicht beeinträchtigt.

#### Es gibt mittlerweile zahlreiche Awards für Unternehmer. Was macht den Prix SVC einzigartig?

Es ist sicher für die Ostschweiz im Bereich KMU der bedeutendste Preis. Dazu kommt die spezielle Ausstrahlung des Events, bei dem man wirklich Unternehmertum zelebriert. Im Vergleich zu vielen anderen nominieren wir keine Start-ups und auch keine Grossunternehmen, sondern Unternehmertum, bei dem Leute noch mit persönlichem Engagement und mit eigenem Geld dahinterstehen.

Interview: Jeannine Hegelbach

Bild: Tiziana Secchi

## «Die sechs Finalisten, die dann am Schluss auf der Bühne stehen, sind sicher alle wählbar als Gewinner.»

### Die Jury besucht sämtliche Finalisten persönlich. Was wird stärker gewertet, der persönliche Eindruck vor Ort oder die harten Businesszahlen?

Der persönliche Eindruck besteht aus mehreren Elementen: Wir legen Wert auf das Erscheinungsbild der Firma und wie sie sich präsentiert. Will sich die Gesellschaft gegen innen und gegen aussen positiv darstellen? Dann gehört auch dazu, was für Leute hier am Werk sind. Sind sie vertrauenswürdig und offen? Wie gehen sie mit den Mitarbeitern um? Der persönliche Eindruck und das Finanzielle werden gleich gewichtet sowie alle anderen Kriterien auch. Für uns geht es um den Gesamteindruck der Firma. Die sechs Finalisten, die dann am Schluss auf der Bühne stehen, sind sicher alle wählbar als Gewinner; die Gewichtung der einzelnen Kriterien sind einfach etwas anders.

### Jedes Jurymitglied hat mit einigen Unternehmen gewisse Berührungspunkte. Da macht man sich doch automatisch für jene Firmen stark, die einem näher liegen. Es könnte zu Interessenkonflikten kommen.

Dass es Berührungspunkte gibt, wenn man Unternehmen aus dem juryeigenen Netzwerk nominiert, ist

### Die Jury

Die Jury des Prix SVC Ostschweiz setzt sich aus folgenden Persönlichkeiten zusammen:

- Prof. Dr. Thomas Zellweger, Jurypräsident, Direktor Center for Family Business der Universität St.Gallen
- Christine Bolt, Leiterin Marketing und Verlag/Mitglied der GL St.Galler Tagblatt AG
- Heinrich Christen, Partner Sitzleiter St.Gallen, Ernst & Young
- Daniel Ehrat, Berater
- Andreas Etter, Partner Investnet AG, VRP Optiprint AG
- Remo Krucker, Verkaufsleiter Ostschweiz, Corporate Business, Swisscom (Schweiz) AG
- Ruth Metzler-Arnold, VRP: Switzerland Global Enterprise, Aquila; VR: Bühler AG, AXA Winterthur, FehrAdvice; Universitätsrätin HSG
- Urs Schmid, CEO/Mitinhaber Allegra Passugger Mineralquellen AG, Passugg
- Andreas Schmidheini, CEO/Mitinhaber Varioprint AG, Heiden
- Peter Schütz, Inhaber Letrona AG
- Christian Sieber, CEO/Mitinhaber Sieber Transport AG, Berneck
- Esther von Ziegler, VR und Mitinhaberin azinova group AG, Murg
- Christoph Zeller, Credit Suisse AG, St.Gallen

# St.Galler Daten für die ganze Welt

**Die Meldung war kaum einem Medium eine Zeile wert, dem «Tagblatt» nicht einmal eine: Der ehemalige US-Basketballstar Michael Jordan investiert zusammen mit zwei Partnern rund 44 Millionen Dollar in eine St.Galler Firma. Wer ist dieses Unternehmen, das den wohl berühmtesten Basketballer aller Zeiten von sich zu überzeugen wusste?**

von Stephan Ziegler

Sportradar? Zugegeben, auch ich hörte den Namen letzte Woche zum ersten Mal: Denn der weltweit tätige Sportdaten-Dienstleister mit Hauptsitz in St.Gallen hat sich Ende Oktober eine Finanzierungsrunde von rund 44 Millionen USD von Investoren aus den USA gesichert.

Bemerkenswert daran ist nicht alleine der Umfang der Finanzierung in das Technologie- und Big-Data-Unternehmen, sondern auch, wer hinter ihr steht: keine Geringeren als Basketball-Legende Michael Jordan (Eigentümer des Basketballteams Charlotte Hornets) und Sportmedienmogul Mark Cuban (Inhaber der Dallas Mavericks). Als strategischer Kapitalgeber und dritter im Bund fungiert Ted Leonsis, Mitgründer und Partner des Investitionsunternehmens Revolution Growth.

Zwischen 1984 und 2003 spielte Michael Jordan in der US-Profiliga NBA, zunächst bei den Chicago Bulls, später bei den Washington Wizards. Er gilt als einer der besten Basketballspieler der NBA-Geschichte – die Liga selbst bezeichnet ihn als den besten Basketballspieler aller Zeiten. Der 1,98 Meter grosse New Yorker wurde fünfmal als wertvollster Spieler der NBA ausgezeichnet, gewann sechs NBA-Meisterschaften mit den Chicago Bulls sowie zwei Goldmedaillen mit den USA bei den Olympischen Spielen: 1992 war Jordan Teil des US Dream Teams und galt seitdem als einer der populärsten Sportler weltweit. Als Werbeträger von Nike und anderen Unternehmen generierte er bis 1998 einen Umsatz von etwa zehn Milliarden US-Dollar. Der amerikanische Sport-Fernseher ESPN wählte Jordan 1999 gar

zum «Sportler des Jahrhunderts» vor Babe Ruth und Muhammad Ali.

Sportradar wiederum trat 2013 in den US-Sportdatenmarkt ein und trat Partnerschaften mit der National Football League (NFL), NASCAR, und der National Hockey League (NHL) an. Heute beobachtet und analysiert das Tech-Data-Unternehmen bereits 325'000 Live-Anlässe in 48 Sportarten, und liefert Sportdaten-Statistiken, -Inhalte und -Apps an Kunden wie Google, Yahoo Sports, Turner Media und Samsung. Mit der Investition von Jordan, Cuban und Leonsis dürften Sportradar nun auch die Türen zur National Basketball Association (NBA) offen stehen. Sportradar ist damit marktführender Anbieter von Livesport-Informationen sowie Livesport-Dienstleistungen. Das Unternehmen erfasst, verarbeitet, vermarktet und überwacht Livedaten und Informationen rund um das Thema Sport. So liefert Sportradar unter anderem Wett-Quoten und Wett-Livedaten. Gleichzeitig überprüft Sportradar aber auch den Wettmarkt: In Partnerschaft mit Sportverbänden und Regierungsbehörden analysiert Sportradar internationale Wettmärkte und Betrugsfälle. Sportradar wurde 2007 von Carsten Koerl, einer der Gründer von bwin und heutiger Sportradar-CEO, in St.Gallen gegründet. Seither hat der Sportdaten-Anbieter sukzessive in die wichtigsten Sportdatenmärkte der Welt expandiert; sein internationaler Hauptsitz ist nach wie vor an der Feldlistrasse in St.Gallen. Die AG beschäftigt weltweit über 1000 Angestellte und hat Büros in 17 Ländern. Verwaltungsratspräsident ist der schwedische IT-Unternehmer Hjalmar Winbladh.



## LEADER 19/2015

<b>Magazin LEADER</b>	MetroComm AG Bahnhofstrasse 8 Postfach 1235 9001 St.Gallen Telefon 071 272 80 50 Fax 071 272 80 51 leader@metrocomm.ch www.leaderonline.ch
<b>Verleger:</b>	Natal Schnetzer
<b>Redaktion:</b>	Marcel Baumgartner (Leitung) baumgartner@leaderonline.ch Dr. Stephan Ziegler Stefan Millius
<b>Autoren in dieser Ausgabe:</b>	Roland Rino Büchel, Reinhard Ruesch, Michael Götte, Patrick Dürr, Sven Bradke, Roman Salzmann, Konrad Hummler, Miriam Egli, Eva Hediger, Axel Thoma, Christian Hacker, Franz Würth, Melanie Manser, Malolo Kessler, Guido Frei, Reini Frei, Urs Fitze, Pascal Tschamper, Jeannine Hegelbach
<b>Fotografie:</b>	Bodo Rüedi, Stéphanie Engeler, Kurt Zuberbühler, Leo Boesinger, Tiziana Secchi
<b>Herausgeberin, Redaktion und Verlag:</b>	MetroComm AG Bahnhofstrasse 8 9001 St. Gallen Tel. 071 272 80 50 Fax 071 272 80 51 www.leaderonline.ch www.metrocomm.ch leader@metrocomm.ch
<b>Geschäftsleitung:</b>	Natal Schnetzer nschnetzer@metrocomm.ch
<b>Verlags- und Anzeigenleitung:</b>	Martin Schwizer mschwizer@metrocomm.ch
<b>Marketingservice/ Aboverwaltung:</b>	Verena Zäch info@metrocomm.ch
<b>Abopreis:</b>	Fr. 60.– für 18 Ausgaben
<b>Erscheinung:</b>	Der LEADER erscheint 9x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni, August, September, Oktober, November/Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben
<b>Gestaltung/Satz:</b>	Tammy Rühli truhli@metrocomm.ch
<b>Produktion:</b>	Ostschweiz Druck AG, Wittenbach

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

ISSN 1660-2757

metro  
comm



ABACUS   
version internet

## ABACUS Business Software goes mobile

ABACUS bringt Bewegung in Ihr Business. Apps für Smartphones und iPads informieren Sie schneller und machen Sie und Ihre Mitarbeiter effizienter und flexibler.

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

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

 **ABACUS**  
business software

  
HUBER



Huber Uhren und Schmuck, im Weissen Würfel, Vaduz, Fürstentum Liechtenstein, [www.huber.li](http://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 TISSOT CHANEL HERMÈS BULGARI GRAFF DIAMONDS POMELLATO SHAMBALLA OLE LYNGGAARD