



MASERATI

AUTOZENTRUM WEST

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



Abschied in Raten: Tagblatt: Quo vadis?

Seite 10



«Prix SVC Ostschweiz»-Finalisten im Porträt:
Wer wird Unternehmer des Jahres?

Seite 14

THOMANN
NUTZFAHRZEUGE AG
SCHMERIKON · CHUR · FRAUENFELD · ARBON

Ihr Gas(t)geber für Wartung und Verkauf
von Lastwagen, Omnibussen, Transportern



thomannag.com

Rheintaler Wirtschaftsforum 2016

«Neue Ideen für das Erfolgsmodell Schweiz» war das Thema.
Eine Auseinandersetzung mit den Referenten Joe Ackermann,
Bruno S. Frey, Bruno Gehrig und Hans Hess.

Ab Seite 65

Sauber bleiben!

pronto

pronto-ag.ch

Wir verstehen mehr
als Reinigung.



Zum Unternehmer geboren? Zum Unternehmer gemacht?

Wirtschaft und Gesellschaft profitieren von starken KMU. Deshalb unterstützen wir sowohl junge als auch gestandene Entrepreneure - und das seit 1917. www.ey.com/ch #BetterQuestions

■ ■ ■
The better the question. The better the answer.
The better the world works.

EY

Building a better
working world



Zusammenraufen nach den Wahlen

Bei der Publikation dieser Ausgabe des LEADERS stehen die kantonalen Wahlen in St.Gallen und im Thurgau vor der Tür. Abgesehen von einigen «Last minute»-Aktionen, die auf Spontanwähler zielen, ist der Wahlkampf damit abgeschlossen, und in der nächsten Ausgabe können wir auf das Resultat zurückblicken. Irrtum vorbehalten dürfte dieses so aussehen: Die bürgerliche Seite aus FDP und SVP wird gestärkt, CVP sowie Links-Grün verlieren, ebenso die Kleinparteien wie BDP und GLP.

Selbst eine Mehrheit aus FDP und SVP ist im Kanton St.Gallen möglich. Das wäre aus Sicht der Wirtschaft ein wünschbares Ergebnis, allerdings nur, wenn die beiden einzigen klar bürgerlichen Parteien danach die Kraft und den Mut aufbringen, sich in den wesentlichen Fragen zu einigen. Es wäre eine Bankrotterklärung, wenn sich gewisse Dinge nach vier Jahren Parlamentsarbeit bis im Jahr 2020 nicht geändert hätten. Und es würde dazu führen, dass sich bei den nächsten Wahlen viele frustrierte Wähler von den Parteien rechts der Mitte abwenden und ihre Stimme beispielsweise neuen Kleinparteien und Protestbewegungen geben.

Was könnte – und müsste! – eine bürgerliche Mehrheit konkret bewirken? Dazu gehört beispielsweise eine Verringerung der administrativen Belastung der KMU. Das Parlament verabschiedet noch immer in hohem Takt Vorlagen, die zu einer anwachsenden Papierflut bei den Unternehmen führen. Wer behauptet, die bürgerliche Seite habe heute schon eine Mehrheit, soll bitte erklären, weshalb die Interessen der Wirtschaft in diesen Fällen eindeutig zugunsten von mehr Bürokratie vernachlässigt werden. Gerade in der CVP ist der ausgeprägt wirtschaftsfreundliche Flügel (zu) klein, was sie daran hindert, ein verlässlicher bürgerlicher Partner zu sein.

Jede Partei, die im Wahlkampf viel verspricht, weiss haargenau, dass sie nicht in der Lage ist, diese Versprechen im Alleingang zu verwirklichen. Wenn das Wahlresultat dann die Chance birgt, konkret etwas zu bewegen, muss man sie ergreifen. Sollte die bürgerliche Seite am 28. Februar tatsächlich deutlich gestärkt werden, müssen Resultate her. Der Zeitpunkt war nie günstiger für eine Wende zugunsten einer wirtschaftsfreundlichen Politik.

Natal Schnetzer
Verleger



VOLLSERVICE-DRUCKLÖSUNGEN SIND EINFACH BESSER

Komfortable Komplettlösungen nach Mass

Dokumente erstellen, drucken und organisieren kann so einfach sein, wenn man den richtigen Partner mit dem richtigen Service und der richtigen Technik hat. Entlasten Sie sich von zeitraubenden Umtrieben und steigen Sie jetzt um auf eine Cofox-Komplettlösung mit Service nach Mass.

- ✓ Drucklösungen nach Mass
- ✓ Dokumenten Management
- ✓ Service und Finanzierung
- ✓ Alles aus einer Hand

Wir zeigen Ihnen gerne, wie komfortabel, vielseitig und sicher das Drucken und Archivieren von Dokumenten heute sein kann:
071 274 00 80



Busse von rund 50 Millionen Franken

Das Kapitel Hyposwiss ist für die St.Galler Kantonalbank (SGKB) abgeschlossen. Im Steuerstreit mit den USA haben sich die HSZH Verwaltungs AG und das US-Justizdepartement auf eine Busse in Höhe von rund 50 Millionen US-Dollar geeinigt. Für SGKB-Chef Roland Ledergerber war der Kauf der Hyposwiss 2002 dennoch eine gute Entscheidung, wie er gegenüber den Medien erklärte: «Mit dem Kauf der Hyposwiss gelang es, die Ertragsstruktur zu diversifizieren, die Abhängigkeit vom Immobilienmarkt Ostschweiz zu reduzieren und zusätzliches Wachstumspotenzial ohne eine Ausweitung der Kreditrisiken zu erschliessen.»





- | | |
|---|--|
| <p>8 Roland Rino Büchel
Kuschel-Schweden im Abseits</p> <p>10 Neue Tagblatt-Strategie
Lokale Entwurzelung in Etappen</p> <p>12 Chefredaktor Philipp Landmark
«Tore schießen müssen andere»</p> <p>14 Prix SVC Ostschweiz 2016
Wer wird Unternehmer des Jahres?</p> <p>18 Adcubum AG
Konzentration auf Versicherungsbranche</p> <p>20 Compass Security Network Computing AG
Im Wettlauf mit Hackern</p> <p>22 Berlinger & Co. AG
Seit sechs Generationen Innovation im Toggenburg</p> | <p>26 Hotel Waldhaus Sils
Mit Tradition in die Zukunft</p> <p>28 Wyon AG
Spitzentechnologie «Made in Appenzell»</p> <p>30 Treff AG
Hightech aus Degersheim</p> <p>32 PROL-Präsidentin Anita Schweizer
«Die Praxis ist ein wertvoller Lehrmeister»</p> <p>34 Konrad Hummler
Blockchain: effizienter als Institutionen</p> <p>38 Mediapolis-Geschäftsführer Sven Bradke
«Intransparenz wäre gefährlich»</p> <p>42 Heinrich Christen, EY
«Nur starke Figuren fällen starke Entscheidungen»</p> |
|---|--|

12

65



32

46

- 46 Britta Häberling, Business Broker AG**
Den passenden Nachfolger finden
- 65 Rheintaler Wirtschaftsforum 2016**
Neue Ideen für das Erfolgsmodell Schweiz
- 70 Banker Joe Ackermann**
Unbeirrt den Weg gegangen
- 73 Ökonom Bruno S. Frey**
Ein Wissenschaftler sucht das Glück
- 76 SWISS-VRP Bruno Gehrig**
Auch in der Luft am Boden geblieben
- 78 Swissmem-Präsident Hans Hess**
Die Industrie im Blut

Markt/Publireportagen

- 02 EY
- 04 Cofox
- 24 Migros Bank
- 36 Permapack AG
- 44 St.Galler Kantonalbank
- 48 Center for Family Business
der Uni St.Gallen
- 50 PwC
- 55 GBS St.Gallen
- 58 City-Garage AG
- 62 Pichler Friedli & Partner /
OBT / KMU-HSG
- 64 RLC Gruppe
- 74 Abacus
- 83 Paul kommt auch
- 84 Creditreform

Die Schein-Vertreter



Die Nationalrats- und Kantonsratswahlen haben den Eindruck hinterlassen, dass es in der Region unzählige wahre Wirtschaftsvertreter gebe, die sich in der Politik für die Interessen der Unternehmerinnen und Unternehmer einsetzen wollen: Wer für die CVP

antrat, machte sich für die Familien und für die KMU stark. Wer für die FDP antrat, machte sich für die liberalen Werte und für die KMU stark. Wer für die SVP antrat, machte sich für die Schweiz und für die KMU stark.

Die Kandidatinnen und Kandidaten bombierten uns mit Schlagworten wie «Rahmenbedingungen», «Standortattraktivität», «Abbau der Administration» und «Wachstum». Das hören Menschen, die eine eigene Firma aufgebaut und neben Zeit, Energie und Geld auch Unmengen an Herzblut in dieses Vorhaben gesteckt haben – und noch immer tun –, grundsätzlich gerne. Aber: Steckt hinter jedem Kandidaten, der von sich behauptet, sich für KMU einsetzen zu wollen, auch wirklich ein Wirtschaftsvertreter, der die Anliegen der Unternehmer im Kern kennt? Nein. Natürlich haben die meisten von ihnen durchaus das Gefühl, in diesem Gefilde beheimatet zu sein, aber bei genauerer Betrachtung ist das in vielen Fällen eine falsche Wahrnehmung.

Klar sind sie Teil der Wirtschaft, klar bewegen sie sich in diesen Kreisen, und klar tauschen sie sich mit Unternehmern aus. Aber nur wenige davon stehen in der Verantwortung für die eigene Firma, müssen für volle Auftragsbücher sorgen und für den Erhalt von Arbeitsplätzen kämpfen. Nach wie vor werden Unternehmer in den Parlamenten noch in zu hohem Masse durch «Amtsleiter», «Verbandspräsidenten» oder irgendwelche «Experten» anstelle von effektiven Unternehmern vertreten. Das ist keine Kritik an den erwähnten Berufsgruppen, sondern viel mehr ein Aufruf an die Unternehmer, ihr Know-how in die Politik zu transferieren und sich dort – auch mit kreativen Lösungsansätzen – für Ihresgleichen starkzumachen.

In der vorliegenden Ausgabe stellen wir die diesjährigen Finalisten des SVC-Unternehmerpreises vor. Wir wünschten uns, den einen oder anderen Namen künftig nicht nur in der Zeitung zu lesen, sondern auch auf einem Wahlzettel.

Marcel Baumgartner ist LEADER-Chefredaktor

Kuschel-Schweden im Abseits

In Schweden dürfen unter 13-jährige Kinder nur noch Fussball spielen, wenn es nicht um Sieg oder Niederlage geht. Deshalb mein Tipp an die Investoren: Hände weg von schwedischen Aktien!

von Roland Rino Büchel

Wer Fussball spielt, will gewinnen. Doch dieser natürliche Trieb passt den Funktionären des schwedischen Fussballverbands nicht ins Konzept. Darum haben sie entschieden, dass es künftig bei den Junioren keine Sieger und Verlierer mehr geben darf. Weshalb? Man müsse die Kinder vor Stress schützen. Humbug! Kinder sind ergebnisorientiert. Wer sie daran hindert, sich zu messen, richtet Schaden an. Mädchen und Buben wollen sich vergleichen; sie wollen gewinnen. Das gilt in Sport besonders für diejenigen, welche nicht auf der Sonnenseite des Lebens stehen. Nehmen wir Zlatan Ibrahimovic, den Fussball-Weltstar: Wo wäre der Bosnien-Schwede aus Rosengard heute, wenn er sich im Sport nicht hätte ausleben und durchsetzen können? Rosengard? In jener Plattenbausiedlung bei Malmö haben neun von zehn Bewohnern einen Migrationshintergrund. Die meisten sind Muslime, zwei Drittel sind ohne Arbeit und Hoffnung.



Achtung vor dem «richtigen Leben»!

Sport schult. Du gewinnst. Oder du gewinnst an Erfahrung. Das soll im skandinavischen Land nicht mehr gelten. Seien wir dazu ganz klar: Die bizarre Kuschelregel im Juniorenfussball wird sich negativ auf die schwedische Nationalmannschaft und die dortigen Profiklubs auswirken. Von mir aus. Wirklich folgenswer ist jedoch, dass die kuschelweiche Grundeinstellung zulasten der Wettbewerbsfähigkeit von Schwedens Wirtschaft geht. Die Skandinavier haben ein gesellschaftliches Problem. Auch in der Schule wird es den Kindern immer leichter gemacht. Kaum noch Ansprüche, kaum noch Prüfungen. Wenn das «richtige Leben» über die jungen Schweden hereinbricht, ist der Zug abgefahren. Wenn sie Verantwortung übernehmen müssen, gelingt das nicht mehr.

Schweden wird zur Verlierernation

Ob es den neumodischen skandinavischen Erziehern passt oder nicht: Kinder müssen lernen, zu siegen und zu verlieren. Die weltfremden Praktiken der modernen Kuschelpädagogen werden extrem negative Folgen haben. Es ist absehbar: Schweden wird zur Verlierernation. Wer in die Zukunft investiert, setzt sinnvollerweise nicht auf schwedischen Unternehmen.

Keine Regel, jedoch, ohne Ausnahmen. Sie heissen Hexagon und Geely. Hexagon ist die Mutter der traditionsreichen Rheintaler Firma Leica Geosystems. Diese stellt Präzisionsmessgeräte her. Ihre Aktien werden in New York, London und Frankfurt gehandelt. Geely? Das ist eine junge chinesische Firma. Sie hat sich den x-mal bekannteren schwedischen Autobauer Volvo gekrallt. Innovationskraft und Wille aus dem Rheintal führen zum Erfolg, chinesische Kompromisslosigkeit wohl auch.

Fighten oder kuscheln? Wer kuschelt, bekommt auf den Deckel. Meistens früher als später – und das nicht nur in Schweden.

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

Buchtipp:

«Die Kunst des klaren Denkens» von Rolf Dobelli gehört zu den meistgekauften Wirtschaftsbüchern des Jahres 2015: Unser Gehirn ist für ein Leben als Jäger und Sammler optimiert. Heute leben wir in einer radikal anderen Welt. Das führt zu systematischen Denkfehlern – die verheerend sein können für Ihr Geld, Ihre Karriere, Ihr Glück. Wer weiss, wie leicht man sich irren kann, ist besser gewappnet: Rolf Dobelli nimmt die tückischsten «Denkfallen» unter die Lupe, in die wir immer wieder tappen. ISBN: 978-3423348263



11,5 Mio. Franken

investiert die Credit Suisse in die Gesamterneuerung ihres Regionensitzes Ostschweiz an der St. Leonhard-Strasse 3 in St. Gallen. Der Umbau ist seit dem 1. Februar im Gange.

**Weintipp:****Cuvée blanc Sinfonia brillante**

Die Sinfonie strebt den idealen Zusammenklang des ganzen Orchesters an. Im Wein wird dies in brillanter Weise durch das Zusammenspiel von weiss gekelterm Pinot noir und Riesling-Sylvaner und Johanniter erreicht. Der frischfruchtige Duft, der aromatische Körper und der anhaltende Abgang – die Sinfonie. Erhältlich unter www.tobiasschmid.ch

Zitat des Monats:

«Diese Einigung zwischen den Sozialpartnern entspricht einem weitgehenden Verbot der Vertrauensarbeitszeit und ist für mich ein weiterer inakzeptabler Frontalangriff auf kleine Firmen.»

FDP-Nationalrat Marcel Dobler zur neuen Verordnung zur Arbeitszeiterfassung

**Chefsessel:**

Reto Müller ist von der Credit Suisse zum neuen Leiter der Region Ostschweiz ernannt worden. Er hat per 1. Januar 2016 die Nachfolge von Stefan Bodmer angetreten, der von seiner Funktion als Regionenleiter nach fünf Jahren zurückgetreten ist, um sich auf seine bestehenden Mandate ausserhalb der Bank zu konzentrieren. Gleichzeitig ist Müller für das Privatkundengeschäft der Region verantwortlich.

Reto Müller arbeitet seit mehr als 20 Jahren bei der Credit Suisse und ist ein ausgewiesener Bankfachmann mit langjähriger und umfassender Erfahrung. Er hatte verschiedene Führungsfunktionen inne. Derzeit ist er innerhalb des Kreditmanagements für das Hypothekengeschäft in der Schweiz verantwortlich. Zuvor leitete Müller unter anderem das Kreditmanagement für das Firmenkundengeschäft Schweiz der Credit Suisse.

Als Regionenleiter übernimmt Reto Müller die Aufgabe, zusammen mit seinem Führungsteam das Wachstum der Credit Suisse in dieser wichtigen Marktregion weiter voranzutreiben und die Position der Bank im Privatkundengeschäft zu stärken und auszubauen. Die Region Ostschweiz der Credit Suisse umfasst die Kantone St. Gallen, Graubünden, Thurgau, Glarus, Schaffhausen sowie beide Appenzell mit 21 Geschäftsstellen und über 535 Mitarbeitenden.

Kopf des Monats:

Martin Gehrer, CVP-Regierungsrat des Kantons St. Gallen

Sowohl die nationalen als auch die kantonalen Wahlen haben eines deutlich gemacht: Zahlreiche Politikerinnen und Politiker klammern sich förmlich an ihr Amt. Dass sie eine weitere Legislatur anhängen wollen, wird nicht selten damit begründet, dass es ja noch «so viel zu tun gibt», dass sie in der aktuellen Situation unmöglich den «Bettel» hinschmeissen können. Sie sind der Ansicht, unersetzbar zu sein. Oder sie fürchten sich schlicht und einfach davor, dereinst keine gefragte Person mehr zu sein.

Einer, der den ganzen Wahlmarathon der vergangenen Monate sehr entspannt mitverfolgen konnte, ist Martin Gehrer, Vorsteher des kantonalen Finanzdepartements. Obwohl er mit seinen 58 Jahren durchaus noch die eine oder andere Amtsperiode hätte anhängen können – und er wäre wohl auch gewählt worden –, verabschiedet er sich Ende Mai 2016 nach acht Jahren aus der Regierung. Er wolle nochmals durchstarten, begründet Gehrer seinen Entscheid. Das hätte er durchaus auch in der Politik können, etwa im Ständerat. Nicht wenige haben sich gewünscht, dass er für die CVP in eben diesen Wahlkampf einsteigt. Doch Bern übt keinen Reiz auf Gehrer aus. «Die Aufgaben in der Exekutive reizten mich stets mehr als jene in der Legislative», erklärt der einstige Staatssekretär gegenüber dem LEADER. «Die Arbeit im Kollegialsystem behagt mir besser als eine Tätigkeit, bei der man sich im Interesse der Partei stärker ein- und unterordnen muss. Zudem bestätigen mir viele Ständeräte, die früher Mitglied einer Kantonsregierung waren, dass die Regierungstätigkeit mindestens so interessant gewesen sei wie das Ständeratsmandat.»

Gehrer möchte nach seinem Rückzug in der Privatwirtschaft tätig sein. Nebst der Tätigkeit als Präsident des Administrationsrates des Katholischen Konfessionsteils wird er als Konsulent in ein Anwaltsbüro in St. Gallen eintreten und sich dort vor allem auf leitende und strategische Aufgaben in Ostschweizer Unternehmen konzentrieren. «Ich habe diverse Anfragen für spannende Verwaltungsmandate. Die Arbeit wird mir nicht ausgehen.»



Lokale Entwurzelung in Etappen

Die Chefredaktoren des «St.Galler Tagblatts» und der «Neuen Luzerner Zeitung» sind künftig einem gemeinsamen «Leiter Publizistik der Regionalmedien» unterstellt. Das ist faktisch eine Entmachtung durch die NZZ-Mediengruppe. Dass die bisherigen Chefredaktoren umgehend ihren Rücktritt bekannt gaben, kommentiert die Umstrukturierung am besten: Sie können nicht hinter diesem strategischen Entscheid stehen. Aus gutem Grund.

Beim Tagblatt-Verbund bleibt kein Stein auf dem anderen. Seit einigen Jahren wird heftig «umstrukturiert», «rationalisiert» und «konzentriert». Sämtliche Entwicklungen werden der Öffentlichkeit als Massnahmen verkauft, die zu mehr Qualität und einer regionalen Stärkung führen sollen. In Tat und Wahrheit entfernt man sich aber seit sechs Jahren immer

Die Reise beginnt vor sechs Jahren

Der Ursprung dazu findet sich schon im Jahre 2010, als die Thurgauer Zeitung von der Tamedia an eine Tochtergesellschaft der NZZ-Gruppe überging. Der Kanton Thurgau wird seither aus demselben Hause mit Informationen bedient wie die restliche Ostschweiz. Die Medienvielfalt ging verloren.

In der Folge wurde in der Chefetage der NZZ-Mediengruppe, zu welcher neben der St.Galler Tagblatt AG unter anderem auch die Luzerner Medien Holding AG gehört, ausgiebig an einer neuen Medienwelt getüftelt. Mit welchen Mitteln lassen sich Synergien nutzen? Wo kann man Abstriche machen, ohne Leserschaft zu verlieren? Wie stark darf man der Ostschweiz die Entscheidungskompetenzen entreissen, ohne dass sämtliche hier wirkenden Journalisten ihre Büros fluchtartig verlassen?

Löcher in die Kasse dürfte auch die seit drei Jahren erscheinende «Ostschweiz am Sonntag» reissen.

mehr von der Leserschaft. Das wird sich rächen: Seit geraumer Zeit werden Stimmen laut, die nach einem neuen Konkurrenzprodukt schreien, das dem Monopolisten an der Fürstenlandstrasse das Leben noch schwerer machen soll. Natürlich stampft man ein solches Projekt nicht von heute auf morgen aus dem Boden. Aber die Weichen dazu sind gestellt – und zwar vom Tagblatt aus.

Das «Tagblatt» hat im Jahr 2014 erstmals rote Zahlen geschrieben. Eine Besserung ist nicht in Sicht.

Zürich und Luzern am Steuer

Das Ganze ist ein mehrstufiges Verfahren. Eines, das auch mit den aktuellen Entwicklungen noch nicht





Wie geht das Klötzchenspiel der NZZ-Mediengruppe weiter?

zu Ende – vor allem nicht zu Ende gedacht – ist. Bereits Ende 2014 kam mit der Person von Jürg Weber eine neue Person ins Spiel, die aufzeigte, wohin die künftige Reise führen würde. Damals schloss die NZZ-Mediengruppe die Tagblatt-Medien und die LZ-Medien unter einheitlicher Leitung im Geschäftsbereich Regionalmedien zusammen.

Über die Klinge springen musste Daniel Ehrat, der seit 2011 verantwortlich für alle Medien der St.Galler Tagblatt AG war. Er verliess das Unternehmen und ist inzwischen für die St.Galler Kantonalbank tätig. An seiner Stelle übernahm Jürg Weber, Geschäftsleiter der Neuen Luzerner Zeitung AG. Der lokalen Verwurzelung der Ostschweizer Tageszeitung wurde damit ein herber Schlag versetzt. Der redaktionelle Rahmen wird seither nicht mehr nur aus der NZZ-Zentrale in Zürich, sondern zusätzlich auch aus der Innerschweiz vorgegeben.

Das Ganze ist ein mehrstufiges Verfahren. Eines, das auch mit den aktuellen Entwicklungen noch nicht zu Ende – vor allem nicht zu Ende gedacht – ist.

Chefredaktoren, die keine mehr sind

Kaum ist gewissermassen Gras über die Sache gewachsen, wird nun nachgedoppelt. Pascal Hollenstein, derzeit stellvertretender Chefredaktor der «NZZ am Sonntag», soll ab Frühling die neu geschaffene Position des Leiters Publizistik der Regionalmedien der NZZ-Mediengruppe übernehmen. «In dieser Funktion soll er den Regionalzeitungsverbund als anspruchsvolle publizistische Stimme in der Zentral- und Ostschweiz positionieren und weiterentwickeln», schreibt die NZZ-Mediengruppe. Ein Spiel, das die beiden bisherigen Chefredaktoren Philipp Landmark (St.Galler Tagblatt) und Thomas Bornhauser (Neue Luzerner Zeitung) nicht mitspielen wollten – sie räumen die Chefesseln. Mit ihren

Rücktritten senden sie ein glasklares Signal aus: Sie sind nicht gewillt, gegen aussen eine Zeitung zu vertreten, welche sie intern faktisch nur noch bedingt mitgestalten können.

Der Titel des «Chefredaktors» wird der neuen Form der Strukturen nicht mehr gerecht. Wer künftig den Kurs vorgibt – für beide Blätter –, ist Hollenstein. Er soll in einer ersten Phase schwerpunktmässig die überregionalen Ressorts sowie die «Zusammenarbeitsprojekte» zwischen den Redaktionen in der Zentral- und Ostschweiz leiten. Dazu gehört die Einführung des einheitlichen Redaktionssystems und des gemeinsamen Layouts mit jeweils unterschiedlichem Markenauftritt. Die künftigen Chefredaktoren – die Nachfolger von Landmark und Bornhauser sind noch zu bestimmen – des «St.Galler Tagblatts» und der «Neuen Luzerner Zeitung» konzentrieren sich auf die Leitung der regionalen Ressorts und berichten an den Leiter Publizistik, eben an Pascal Hollenstein.

Philipp Landmark, der 2006 als Chef der Stadtreddaktion zum «St.Galler Tagblatt» kam und 2009 Chefredaktor der Zeitung wurde, dürfte der Entscheid des Rücktritts nicht leicht gefallen sein. Denn ähnliche Posten in der Medienwelt sind spärlich. Bis auf Weiteres wird der 50-jährige Landmark dem Tagblatt für «verschiedene publizistische Projekte» zur Verfügung stehen. Seinen definitiven Abgang dürfte er aber schon anvisieren.

Verkauf der «Ostschweiz am Sonntag»?

Wie aber geht das Klötzchen-Spiel der NZZ-Mediengruppe weiter? Den Grund für die redaktionelle Konvergenz vermuten Branchenkenner in der Tatsache, dass beide Zeitungen mit Auflagschwund und Umsatzrückgang konfrontiert sind. Das «Tagblatt» hat im Jahr 2014 erstmals rote Zahlen geschrieben. Eine Besserung ist nicht in Sicht. Löcher in die Kasse dürfte auch die seit drei Jahren erscheinende «Ostschweiz am Sonntag» reissen; die siebte Ausgabe des «Tagblatts» konnte sich bisher keine Marktposition sichern.

Gemäss Recherchen des «Tagesanzeigers» sucht man bereits eine Käuferin für das Objekt und hat dafür unter anderen mit Peter Wanner, Verleger der AZ-Medien, bereits Gespräche geführt. Der «Tagesanzeiger» dürfte hier durchaus über gut informierte Quellen verfügen, denn auch über die aktuelle Entwicklung berichtete das Blatt bereits fünf Tage vor der öffentlichen Bekanntgabe durch die NZZ-Mediengruppe. Es ist demnach wohl nur eine Frage der Zeit, bis das «Tagblatt» erneut Schlagzeilen in eigener Sache macht.

Text: Marcel Baumgartner

Bilder: Stéphanie Engeler/NZZ

«Tore schiessen müssen andere»

Philipp Landmark ist seit 2009 Chefredaktor des «St.Galler Tagblatts». Nun tritt er ab. Grund ist die Ernennung eines Leiters Publizistik der Regionalmedien der NZZ-Mediengruppe. Der 50-Jährige konnte sich mit der neuen Struktur nicht anfreunden – nicht zuletzt, weil er sich nicht auf die Funktion eines «Regionalchefs» zurückstufen lassen wollte.



*Aus nach sieben Jahren:
Tagblatt-Chefredaktor
Philipp Landmark.*

Philipp Landmark, im Frühjahr 2009 übernahmen Sie den Posten des Chefredaktors von Gottlieb F. Höpli. Wenn Sie nun auf die sieben Jahre zurückblicken, welchen Stempel konnten Sie dem «St.Galler Tagblatt» aufdrücken?

Meine Leistung müssen letztlich andere beurteilen. Besonders an diesen sieben Jahren war wohl: Es gab kein «normales Jahr» darunter, jedes stand unter besonderen Vorzeichen. 2009 das erste grosse Spar-

Vaterland und den Werdenberger & Obertoggenburger und etliches mehr. Mein Team war also immer auch stark mit Projektarbeiten beschäftigt, wir konnten zu keinem Zeitpunkt einfach «nur» unserer publizistischen Aufgabe nachgehen. Die eigentliche Leistung der ganzen Redaktion ist wohl, dass wir dem jährlichen Ressourcenschwund intelligent und sozialverträglich begegnen konnten. Ich musste in dieser Zeit mehr als 30 redaktionelle Stellen abbauen, dabei kam es zu nur zwei Entlassungen.

«Ich hätte bei einer sehr viel engeren Zusammenarbeit der Medienhäuser in der Zentralschweiz und in der Ostschweiz die regionale publizistische Autonomie höher gewichtet.»

programm, danach kamen nacheinander die organisatorische Integration der Thurgauer Zeitung, der Wiler Zeitung, der Appenzeller Zeitung und des Toggenburger Tagblatts, die Lancierung der Ostschweiz am Sonntag, die Lieferung von Mantelinhalten an die Schaffhauser Nachrichten, das Liechtensteiner

Wie stark wird eine Zeitung heute noch von einem Chefredaktor geprägt? Oder anders gefragt: Wie entscheidend ist es, diesen Posten mit einer starken Figur, die regional verwurzelt ist, zu besetzen? Journalismus in einem grossen Medium ist für mich ein Mannschaftssport. Der Chefredaktor trägt – wie beispielsweise im Fussball der Trainer – die Verantwortung. Aber er kann die Strategie auf dem Platz nicht selber umsetzen – Tore schiessen müssen andere. Ich sah meine Aufgabe mindestens so sehr darin, viele starke Köpfe in unserer Redaktion zu fördern, als mich selbst zu inszenieren. Aber klar: Es ist

wichtig, dass ein Chefredaktor publizistisch spürbar und – gerade in der Ostschweiz – gesellschaftlich präsent und fassbar ist.

In Ihre Wirkungszeit fällt auch die Lancierung der siebten Tagblatt-Ausgabe, der «Ostschweiz am Sonntag». Diese konnte sich noch nicht wirklich durchsetzen. Hat man hier aufs falsche Pferd gesetzt?

Nein. Aber das Blatt wurde zu spät lanciert: 2013 hatten bereits 52 Prozent der Haushalte in der Ostschweiz eine der nationalen Sonntagspublikationen abonniert. Das machte den Markteintritt für uns sehr schwer. Dennoch: Es wird Sie nicht überraschen, dass ich die «Ostschweiz am Sonntag» sogar richtig gut finde, was auch daran liegt, dass wir nach anfänglichen Wirren inzwischen ein sehr gutes Sonntagsteam haben, das auch von der gesamten Redaktion gut unterstützt wird. Ich hoffe, es gelingt meinen Kolleginnen und Kollegen, durch die vertiefte Zusammenarbeit mit der Redaktion in Luzern die «Ostschweiz am Sonntag» noch zu stärken, ohne den Charakter des Produktes zu verlieren.

«Der grösste Fehler in unserer Branche wäre: Nichts tun.»

Die ersten Reaktionen zeigen deutlich, dass die Umstrukturierung sehr kritisch aufgenommen wird. Wie kommentieren Sie persönlich diese Massnahmen?

Der grösste Fehler in unserer Branche wäre: Nichts tun. Wir müssen uns den Realitäten stellen. Allerdings ist es kein Geheimnis, dass ich gewisse Dinge gerne anders gehabt hätte. Ich hätte auch bei einer sehr viel engeren Zusammenarbeit der Medienhäuser in der Zentralschweiz und in der Ostschweiz die regionale publizistische Autonomie höher gewichtet. Dennoch hoffe ich, dass die nun verkündeten Massnahmen von Erfolg gekrönt sein werden – weil sonst die Ostschweiz noch weniger eine mediale Heimat haben wird und weil insbesondere meine rund 150 hart arbeitenden Kolleginnen und Kollegen beim Tagblatt und den «zugewandten Orten» sonst eine düstere Perspektive hätten.

Noch ist alles relativ frisch. Haben Sie sich dennoch schon Gedanken gemacht, wie es mit Ihnen beruflich weitergehen könnte?

Nein, ich hatte noch keine Gelegenheit, darüber nachzudenken. Ich muss erst einmal etwas Abstand gewinnen, dann werden die Ideen schon kommen.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: Michel Canonica/©Tagblatt

Prost!

Santé, Cheers oder Salute: Wir sitzen mit einem Glas Wein am Tisch und prosten uns zu. Mit dieser Tradition sind wir aufgewachsen; sie besteht in vielen Kulturkreisen seit Jahrhunderten.

Von Jan Martel



Im tiefen Mittelalter kam es regelmässig vor, dass sich verfeindete Personen mit vergiftetem Wein aus dem Weg schafften. Nicht jeder konnte sich seinen eigenen Vorkoster leisten, und so löste man im Wirtshaus das Problem mit einem kräftigen Anstossen. Dadurch schwappte auch Wein von einem Becher in den anderen. Wer also am Tisch mit seinen Kameraden anstiess und gemeinsam trank, konnte nichts Böses im Schilde führen: Man meint es gut mit den Tischgenossen.

Heute schwappt beim gesellschaftlichen Zuprosten kein Wein mehr von einem Glas ins andere. Dafür haben sich verschiedene Rituale rund ums Zuprosten im Laufe der Zeit entwickelt und festgesetzt. Wir halten das Weinglas am Stiel und lassen die Gläser am Bauch mit einem sanften «Kling» zusammenstossen. Dabei schauen wir uns in die Augen und ergänzen dies allenfalls mit einem Trinkspruch. So weit, so gut. Sind aber an einem Tisch verschiedene Generationen und Kulturen vertreten, kann es ziemlich schwierig werden: Einzelne Paare lassen das Glas klirren und küssen sich anschliessend. Andere achten tunlichst darauf, dass sich die Gläser nicht überkreuzen. Traditionsbehaftete Italiener setzen das Glas vor dem Trinken nochmals auf dem Tisch ab, andernfalls drohe Unglück. Viele Spanier verweigern das Anstossen mit nichtalkoholischen Getränken aus dem Glauben, dass dies zu sieben Jahren schlechtem Sex führe. Im geschäftlichen Umfeld oder grösseren Gruppen wird zudem je länger, je weniger angestossen. Man erhebt das Glas und blickt seinem Gegenüber in die Augen.

Kürzlich sass ich mit Weinfreunden aus aller Welt an einem grossen Tisch. Kulturmix pur. Wir genossen verschiedene Weine, und bei jeder neuen Flasche startete das Prost-Theater von Neuem: Glückliche und irritierte Blicke mischten sich, Geklirre links und Anstossverweigerer rechts. Es kann gedeutet werden, Fauxpas hier, Verwirrung und Staunen dort. Gelächter.

In unserer Multikultigesellschaft empfehle ich Ihnen am Tisch ein herzliches, aber schlichtes Anstossen mit dem ersten Glas Wein. Einmal genügt, keine Wiederholungen, und Sie erleben einen pannenfreien Abend. Prosit – es nütze!

Jan Martel ist Geschäftsführer der Martel AG in St. Gallen



*2014 holte sich Beat Guhl,
CEO der R&G Metallbau AG
den Prix SVC Ostschweiz.*

Wer wird Unternehmer des Jahres?

Am 10. März 2016 wird der Prix SVC Ostschweiz vor rund 1000 Gästen verliehen. Im Finale dabei sind Adcubum AG, Berlinger & Co. AG, Compass Security Network Computing AG, Hotel Waldhaus Sils, Treff AG und Wyon AG. LEADER stellt sämtliche Finalisten auf den folgenden Seiten ausführlich vor.

Der Swiss Venture Club (SVC) zeichnet mit dem Prix SVC Ostschweiz erfolgreiche Klein- und Mittelunternehmen der Region aus, die durch ihre Produkte und Innovationen, ihre Firmenkultur, die Qualität der Mitarbeitenden und des Managements sowie durch einen nachhaltigen Erfolgsausweis überzeugen. Seit 2004 wird der Prix SVC Ostschweiz alle zwei Jahre vergeben, dieses Jahr also bereits zum siebten Mal.

«Eine freie Gesellschaft braucht eine freie Wirtschaft. Und Unternehmertum ist der Königsweg dazu.»

Unbehagen in der Bevölkerung

Dass die Würdigung des Unternehmertums nach wie vor fundamental wichtig ist, stellt auch Thomas Zellweger, Jurypräsident Prix SVC Ostschweiz und Direktor beim Center for Family Business der Universität St.Gallen, fest: «In den vielen Gesprächen, die ich im Berufs- und Privatleben führen darf, stelle ich ein zwiespältiges Bild zur Rolle von Unternehmertum und ganz generell «Wirtschaften» fest. Auf der einen Seite treffe ich auf Leute, die mit Freude und Energie daran sind, Innovationen zu lancieren, Mitarbeiter zu führen und die trotz Rückschlägen den unbedingten Erfolg für ihre Unternehmen suchen. Auf der anderen Seite stelle ich ein Unbehagen in Teilen der Bevölkerung fest, wenn man über Umsatz, Gewinn und wirtschaftlichen Erfolg spricht.» Es sei nicht Neid, der hier zum Ausdruck komme, sondern eine Verunsicherung darüber, wie jemand auf lauterem Weg wirtschaftlich sehr erfolgreich sein könne. «Daraus leiten sich Forderungen nach Regulierung, Transparenzvorschriften und Steuern ab», so Zellweger weiter. «Wir dürfen uns nicht verunsichern lassen. Eine freie Gesellschaft braucht eine freie Wirtschaft. Und Unternehmertum ist der Königsweg dazu.»

Umso wichtiger sind daher Preisverleihungen wie der Prix SVC Ostschweiz. Es geht darum, dem erfolgreichen und ehrlichen Unternehmertum ein Gesicht zu geben. Und solche Gesichter gibt es ge-

rade in der Region zahlreiche. Einige davon stehen am 10. März im Rampenlicht und können sich Hoffnungen auf den Platz ganz oben auf dem Podest machen.

Die sechs Finalisten

In einem mehrstufigen Verfahren hat die Expertenjury, bestehend aus 13 Mitgliedern, unter dem Vorsitz von Prof. Dr. Thomas Zellweger vom KMU-Institut der HSG aus einer Liste von gegen 150 Unternehmen die sechs Preisträger nominiert. Zur Auswahl standen Firmen aus beiden Appenzell, Glarus, Graubünden, St.Gallen und Thurgau. Als Finalisten für den Prix SVC Ostschweiz 2016 nominiert sind:

- Adcubum AG, St.Gallen: Adcubum bietet Versicherungen die flexible Standardsoftware «adcubum SYRIUS» an, die sämtliche Kernprozesse von Versicherern abdeckt.
- Berlinger & Co. AG, Ganterschwil: Den Grundstein der Firmengeschichte legte Johann Georg Berlinger 1865 mit einer Weberei. Heute steht der Name für innovative, präzise Elektronik- und Softwareprodukte sowie international standardisierte Dopingkontrollsysteme.
- Compass Security Network Computing AG, Jona: Das Informatik-Dienstleistungsunternehmen aus Jona mit Niederlassungen in Bern und Berlin ist spezialisiert auf Sicherheitsüberprüfungen und Aufklärungen von Cyberangriffen.
- Hotel Waldhaus Sils, Sils-Maria: Das Hotel Waldhaus gehört zu den über Jahrzehnte erfolgreichen «Leuchttürmen» der Engadiner Hotellerie.
- Treff AG, Degersheim: Hightech-Kunststoffprodukte aus Degersheim – effiziente Kunststoffverarbeitung ist die Stärke der Treff AG. Mit umfassendem Know-how und viel kreativem Engagement entwickelt und produziert das Unternehmen komplexe Produkte für Medizintechnik und Industrie.
- Wyon AG, Appenzell Aargau: Die Wyon AG ist weltweit führend in der Technologie von Klein- und Kleinstgrößen von aufladbaren Lithium-Ionen-Batterien. Sie entwickelt und produziert kundenspezifische Designs für qualitativ hochstehende Ansprüche.



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

Continuum zum Thema Nachfolge & Bewertung:

Léonie (9), Geschäftsführerin.

Es ist nie zu früh, die unternehmerische Nachfolge zu planen. Mit unserer langjährigen Erfahrung helfen wir Ihnen, die optimale Strategie zu ermitteln, zu konkretisieren und im richtigen Zeitpunkt umzusetzen: www.continuum.ch

Continuum AG | St. Gallen | Zürich
Nachfolgeprozess | Unternehmensentwicklung | Familienvermögen

 **CONTINUUM**
Zukunft sichern.

Förderung des Unternehmertums

Den Prix SVC Ostschweiz hat der Swiss Venture Club zur Förderung des Unternehmertums in der Ostschweiz geschaffen. Der Preis wurde – als «SVC Unternehmerpreis Ostschweiz» – erstmals vor zwölf Jahren in St.Gallen verliehen. Gemeinsam mit einem grossen Netzwerk von Sponsoren und Partnern unterstützt der SVC mit dieser Initiative aktiv die Ostschweizer KMU. Der Swiss Venture Club ist ein unabhängiger, non-profit-orientierter Verein von Unternehmern für Unternehmer mit dem Ziel, KMU als treibende Kraft der Schweizer Wirtschaft zu unterstützen und zu fördern sowie zur Schaffung und der Erhaltung von Arbeitsplätzen in der Schweiz beizutragen. Der SVC schafft in sieben Wirtschaftsregionen Kontakt- und Netzwerkmöglichkeiten für seine über 2700 Mitglieder und generiert unternehmerische Impulse für den Wirtschaftsstandort Schweiz.

Es geht darum, dem erfolgreichen und ehrlichen Unternehmertum ein Gesicht zu geben.

Als Austauschplattform von Praktikern für Praktiker schafft der SVC den Nährboden für erfolgreiche Ideen und Geschäftsmöglichkeiten und bietet damit einen Mehrwert für KMU. Der SVC bietet neben dem wertvollen Netzwerk speziell auf KMU ausgerichtete Dienstleistungen und Veranstaltungen in fünf verschiedenen Bereichen an: Prix SVC, SVC Bildung, SVC Finanz, SVC Politik und auch im Bereich SVC Sport. www.swiss-venture-club.ch.

Text: Marcel Baumgartner

Bilder: Bodo Rüedi



Hochkarätige Jury

Die Jury des Prix SVC Ostschweiz setzt sich wie folgt zusammen:



Thomas Zellweger
Jurypräsident und Direktor,
Center for Family Business,
Universität St. Gallen



Christine Bolt
Leiterin Lesemarkt,
Stv. Leitung, St.Galler Tagblatt AG



Heinrich Christen
Partner, Sitzleiter St.Gallen,
Ernst & Young AG



Daniel Ehrat
Berater



Andreas Etter
Partner Investnet AG,
VRP Optiprint AG



Remo Krucker
Sales Director East Enterprise
Customers, Swisscom (Schweiz) AG



Urs Schmid
CEO/Mitinhhaber, Allegra
Passugger Mineralquellen AG



Andreas Schmidheini
CEO/Mitinhhaber Varioprint AG



Peter Schütz
Inhaber Letrona AG



Christian Sieber
CEO/Mitinhhaber
Sieber Transport AG



Esther von Ziegler
VR und Mitinhaberin
azinova group AG



Christoph Zeller
Leiter KMU Region Ostschweiz,
Credit Suisse AG



Rutz Metzler-Arnold
VRP: Switzerland Global Enterprise,
Aquila; VR: Bühler AG, AXA Winterthur,
FehrAdvice; Universitätsrätin HSG



Adcubum-CEO René Janesch:

***«Die Nomination zeigt,
dass wir auf dem
richtigen Weg sind.»***

Konzentration auf Versicherungsbranche als Erfolgsmodell

Ein Unternehmen, das sich nicht auf seinen Lorbeeren ausruht: In 18 Jahren Firmengeschichte hat die Adcubum AG sich und ihr Produkt, die Standardsoftware «adcubum SIRYUS», laufend weiterentwickelt. Heute ist sie damit Marktführerin im Bereich Kranken- und Unfallversicherung.

Die Adcubum AG mit Sitz in St.Gallen bietet die flexible Standardsoftware «adcubum SYRIUS» für Versicherungen an. Die Produkte decken die gesamte Wertschöpfungskette einer Versicherung ab und lassen sich wahlweise als Gesamtpaket oder Einzelmodule implementieren. Mittlerweile beschäftigt das Unternehmen über 280 Mitarbeiter an verschiedenen Standorten in der Schweiz und in Deutschland. Begonnen hat alles 1998 mit der Geschäftsidee, eine Standard-Businesssoftware für den Versicherungsmarkt zu entwickeln. Die KVG-Revision, die Jahr-2000-Problematik und ein Umfeld von vielen veralteten IT-Systemen boten grosses Potenzial für ein derartiges Produkt. Seither ist die Adcubum AG

Regelmässig informiert Adcubum ihre Kunden über die Schwerpunkte der Weiterentwicklung und über ihre strategischen Prioritäten. Ebenso bezieht sie ihre Kunden mit ein, um ihre Software noch besser zu machen: «Die Angestellten unserer Kunden nutzen adcubum SYRIUS jeden Tag und kennen die Software», erklärt René Janesch. «Sie haben entsprechende Bedürfnisse, Vorschläge und Wünsche. Hier ist es wichtig, dass wir nahe bei den Kunden sind, um ihre Inputs aufzunehmen, zu verstehen und in unsere Überlegungen einfließen zu lassen.»

Finden und Halten von Talenten

Die Adcubum AG ist die einzige Standardsoftware-Herstellerin in der Schweiz, die in einer Suite die Segmente Kranken-/Unfallversicherung und Sach-/Haftpflichtversicherung abdeckt. Es erstaunt also nicht, dass die Adcubum AG entsprechend wichtige Akteure der Branche zu ihren Kunden zählen darf, darunter SWICA, Helsana, Suva und Generali. 2015 kam zudem eine strategische Kooperation mit den Unternehmen Swisscom und Centris zustande. Auch eine weitere Ausdehnung ins nahe Ausland ist ein Thema. Adcubum arbeitet derzeit intensiv daran, Kunden mit Kunden in den Segmenten private Krankenversicherung und Sach-/Haftversicherung in Deutschland zu gewinnen.

Eine Herausforderung im Heimmarkt bleibt das Finden und Halten von Talenten, die auch in der Region bleiben und nicht nach Zürich abwandern. Die Nomination für den Prix SVC Ostschweiz könnte auch hier zusätzlichen Schub verleihen, so René Janesch: «Die Nomination zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind, und gibt uns die Bestätigung, genauso weiter zu machen und die Adcubum-Erfolgsgeschichte weiterzuschreiben.»

«Als Hersteller einer Standardlösung ist es entscheidend, dass das Produkt laufend weiterentwickelt wird.»

der Versicherungsbranche treu geblieben, mit den notwendigen Innovationen an ihrer Software. Wie Adcubum-CEO René Janesch ausführt: «Als Hersteller einer Standardlösung ist es entscheidend, dass das Produkt laufend weiterentwickelt wird und «State of the Art» bleibt».

Nähe zum Kunden

Adcubum fokussiert ihr Angebot konsequent auf die Versicherungsbranche. Dies hat sich als Erfolgsmodell erwiesen. So ist es dem Softwareunternehmen gelungen, ein breites Expertenwissen im Versicherungswesen und ein grosses Netzwerk aufzubauen sowie die Prozesse und Herausforderungen der Branche im Detail kennenzulernen und zu verstehen. Diese langjährige Erfahrung in der Branche schafft Vertrauen. Vertrauen, das die Adcubum AG mit transparenter Kommunikation über die eigene Geschäftspolitik und möglichst grosser Nähe zum Kunden laufend stärken will.

Text: Sonja Kobelt

Bild: Bodo Rüedi

Im Wettlauf mit Hackern

Seit 17 Jahren simuliert die Compass Security für ihre Kunden Hackerangriffe und sensibilisiert für IT-Sicherheit. Mit seinem einzigartigen virtuellen Hacking-Lab verfügt der IT-Dienstleister aus Jona auch über einen Draht in den Cyber-Underground.

Bei der Gründung der Compass Security Network Computing AG vor 17 Jahren waren die meisten Firmen erst im Begriff, das Internet für sich zu entdecken. Entsprechend wenig lukrativ gestaltete es sich für Angreifer, in Firmennetzwerke einzudringen. Anders sieht es heute aus: «Die Frage lautet nicht mehr, ob eine Firma eine Hackerattacke erwarten muss, sondern wann sie merkt, dass sie Opfer eines Hackerangriffs war», so Walter Sprenger, Geschäftsführer von Compass Security. Das Informatik-Dienstleistungsunternehmen aus Jona mit Niederlassungen in Bern und Berlin ist spezialisiert auf Sicherheitsüberprüfungen und Aufklärung von Cyberangriffen.

35 Mitarbeiter simulieren im Auftrag des jeweiligen Kunden Hackerangriffe und beraten ihn darin, wie Sicherheitslücken in seinen IT-Systemen behoben werden können.

Sicherheitslücke Mensch

35 Mitarbeiter simulieren im Auftrag des jeweiligen Kunden Hackerangriffe und beraten ihn darin, wie Sicherheitslücken in seinen IT-Systemen behoben werden können. Dazu analysiert der Mitarbeiter, wie die Applikation programmiert wurde, identifiziert mögliche Schwachstellen und versucht, ins System einzudringen. Die grösste Sicherheitslücke bleibt jedoch nach wie vor der Mensch. Walter Sprenger: «Technisch kann viel Sicherheit aufgebaut werden.



Das nützt aber nichts, wenn der Benutzer die Sicherheit nicht versteht und die Sicherheitshürden absichtlich oder unabsichtlich umgeht.»

Entsprechend bietet Compass Security auch Trainings für Sicherheitsverantwortliche und System-Administratoren an und unterstützt Unternehmen darin, ihre Mitarbeitenden bezüglich IT-Sicherheit zu sensibilisieren.

Austausch und Know-how-Transfer

Compass Security betreibt zudem das weltweit genutzte Hacking-Lab, mit dem sie sich insbesondere auch gegenüber der Konkurrenz abhebt. Das Hacking-Lab ist eine virtuelle Ausbildungsplattform, mit der Compass Security mit über 30 000 Sicherheitsinteressierten weltweit in Kontakt steht. Damit profitiert der IT-Dienstleister auch von einigen unabhängigen Usern dieser Community.

Auch der firmeninterne Austausch kommt nicht zu kurz: In Workshops, Vorträgen und Wissensplattformen wird Know-how weitergegeben. Dank firmenweitem Chat-System und Video-Konferenzen besteht auch reger Austausch zwischen den Standorten Jona, Bern und Berlin. Bis zu 40 Prozent ihrer Arbeitszeit verbringen die Angestellten damit, sich weiterzubilden, um mit den einflussreichen Hackern im Dunkel des Cyberspace mithalten zu können.

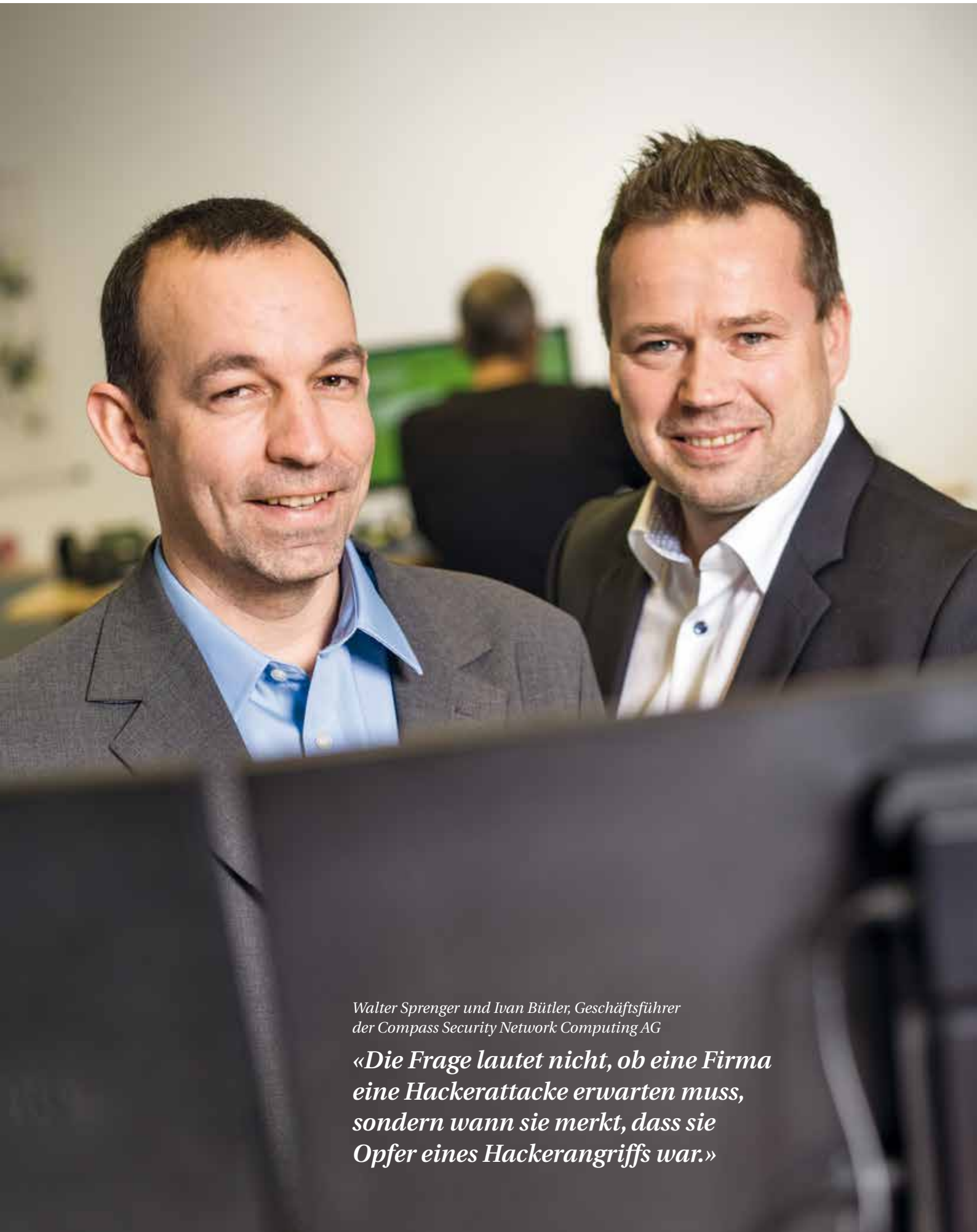
Stolz, in der richtigen Firma zu arbeiten

Zukünftig möchte die Compass Security die Dienstleistungen im Bereich «Incident Response» weiter ausbauen. Das bedeutet den Ausbau von Angeboten für Kunden, die bereits Opfer eines Angriffs geworden sind. Weiter will das Unternehmen das grosse Potenzial der Hacking-Lab-Plattform noch stärker nutzen. Auch die Erschliessung neuer Kernmärkte wird geprüft.

Durch die Nomination für den Prix SVC Ostschweiz sieht sich Walter Sprenger darin bestärkt, auf dem richtigen Weg zu sein: «Die Nomination ist eine grosse Motivation für uns. Unsere Mitarbeiter sind stolz, in der richtigen Firma zu arbeiten.»

Text: Sonja Kobelt

Bilder: Bodo Rüedi



Walter Sprenger und Ivan Bütler, Geschäftsführer
der Compass Security Network Computing AG

**«Die Frage lautet nicht, ob eine Firma
eine Hackerattacke erwarten muss,
sondern wann sie merkt, dass sie
Opfer eines Hackerangriffs war.»**



Andrea Berlinger Schwyter:

*«Hier sind unsere Wurzeln –
hier möchten wir bleiben.»*

Seit sechs Generationen Innovation im Toggenburg

Von der Textil- in die Elektronikbranche: Seit 150 Jahren produziert die Berlinger & Co. AG in der ländlichen Idylle von Ganterschwil. Das Toggenburger Unternehmen steht heute für innovative Elektronik- und Softwareprodukte sowie Dopingkontrollsysteme. Das KMU mit über 90 Angestellten exportiert seine Produkte in mehr als 130 Länder.

Dopingkontrollen gehören zum modernen Spitzensport wie der Sântis zur Ostschweiz. Die Berlinger & Co. AG trägt wesentlich dazu bei, diese Kontrollen noch sicherer zu machen. In den 1990er Jahren entwickelte das Unternehmen einen speziellen Sicherheitsverschluss für Dopingproben. Die BEREK-KIT-Flasche wird nach Abgabe der Probe durch den Athleten einfach verschlossen und lässt sich erst im Labor mit einer speziellen Maschine wieder öffnen. Die Systeme zur Dopingkontrolle stellen jedoch den kleineren Teil des Umsatzes des traditionsreichen Toggenburger Unternehmens: Den Löwenanteil erwirtschaftet die Berlinger & Co. AG mit innovativen Elektronik- und Softwareprodukten in der Temperaturüberwachung.

Das Unternehmen hat 2010 eine eigene Niederlassung in den USA gegründet und in den letzten zwei Jahren zwei niederländische Softwareentwicklungsfirmen gekauft.

Diversifikation als Chance

Den Grundstein des Unternehmens legte Johann Georg Berlinger 1865 mit einer Weberei. Konfrontiert mit der Realität einer schrumpfenden Textilindustrie, diversifizierte das Unternehmen sein Angebot in den letzten Jahrzehnten und stieg in den Markt der Temperaturüberwachung ein, der mehr Stabilität und Zukunftschancen bot. Heute exportiert die Berlinger & Co. AG, seit sechs Generationen ein Familienunternehmen, ihre Produkte aus der Temperaturüberwachung und den Dopingkontrollsystemen in über 130 Länder und hat somit erfolgreich den Sprung von der Textil- in die Elektronikbranche geschafft.

2015 hatte das KMU wie alle exportorientierten Schweizer Firmen mit dem starken Franken zu kämpfen. «Zum Glück haben wir vor drei Jahren

bereits die «Lean-Philosophie» in der Produktion umgesetzt. Nun sind wir daran, alle Prozesse und Abläufe zu analysieren und zu optimieren», sagt Andrea Berlinger Schwyter, die die Berlinger & Co. AG seit 2008 zusammen mit ihrem Mann führt. «So konnten wir bereits unsere Effizienz steigern.» Das Unternehmen hat 2010 eine eigene Niederlassung in den USA gegründet und in den letzten zwei Jahren zwei niederländische Softwareentwicklungsfirmen gekauft.

Einfach und bedienfreundlich

Die BEREK-KIT-Flasche stellt nicht nur ein Erfolgsprodukt dar, sie symbolisiert auch eine der Unternehmensprinzipien der Berlinger & Co. AG: Das Familienunternehmen strebt Lösungen an, die einfach zu handhaben und zu verstehen und damit bedienerfreundlich sind. Andrea Berlinger Schwyter: «Meines Erachtens ist die Einfachheit unserer Produkte – neben stabiler Qualität, fairem Preis und massgeschneidertem Kundenservice – das, was uns abhebt.» Seit 2008 ist das Unternehmen von 38 auf 92 Angestellte angewachsen. Dennoch sei der familiäre und offene Umgang miteinander nicht verloren gegangen, ist Andrea Berlinger Schwyter überzeugt.

In Zukunft möchte die Berlinger & Co. AG vermehrt mit anderen, hoch spezialisierten und innovativen Unternehmen auf dem Werkplatz Schweiz zusammenarbeiten. Die benötigten Fachkräfte beabsichtigt das Unternehmen mit der familiären Firmenkultur, dem betriebseigenen Personalrestaurant und einem schon bestehenden starken und innovativen Team ins ländliche Toggenburg zu locken und im Unternehmen zu halten. Der Standort Ganterschwil ist und bleibt dabei erste Wahl, wie Andrea Berlinger Schwyter betont: «Hier sind unsere Wurzeln – hier möchten wir bleiben.»

Text: Sonja Kobelt

Bild: Bodo Rüedi

«Leasing gehört zu einem optimalen Finanzierungsmix»

Investitionsgüterleasing senkt die Finanzierungskosten und schont die Eigenmittel. Das macht diese Finanzierungsform in wirtschaftlich herausforderungsreichen Zeiten wie heute besonders interessant. Die Migros Bank hat sich über die Jahre hinweg ein profundes Knowhow im Investitionsgüterleasing aufgebaut: Sie bietet kompetente Beratung, verbunden mit fairen Preisen und einer schnellen Abwicklung.

Viele Schweizer Unternehmen sind mit Kostendruck, sinkenden Margen und z.T. auch mit unsicheren Wirtschaftsaussichten konfrontiert. Welche Vorteile bringt es in diesem herausfordernden Umfeld, die Investitionen mittels Leasing zu finanzieren?

Remo Montesi: Heute muss in der Schweizer Wirtschaft jeder Franken zweimal umgedreht werden. Vor diesem Hintergrund ist Leasing eine besonders interessante Finanzierungsmöglichkeit für Neu- und Ersatzinvestitionen. Erstens nehmen die Kapitalkosten durch die Annuitätenmethode laufend ab. Zweitens dient das Leasingobjekt der Bank als Sicherheit, was die Finanzierungskosten weiter senkt. Drittens bieten diese Objektbetrachtung sowie die damit verbundene raschere Abschreibungsdauer die Möglichkeit, den Kreditspielraum zu erweitern – vorausgesetzt, die Tragbarkeit ist erfüllt. Viertens bindet

die Finanzierung mittels Leasing weniger Eigenmittel; diese lassen sich stattdessen beispielsweise für Forschung und Entwicklung einsetzen, die zur Sicherung der hohen Innovationskraft der Schweizer KMU-Betriebe unabdingbar ist.

Leasing kann also zumindest indirekt eine Lösung für den steigenden Innovationsdruck darstellen, mit dem viele Branchen konfrontiert sind?

Remo Montesi: Leasing entschärft zwar weder den Innovationsdruck noch die Innovationszyklen. Doch die Finanzierung folgt konsequent dem Grundsatz «pay as you earn», und Neu- und Ersatzinvestitionen lassen sich zeitnah vornehmen. Von Vorteil sind dabei eine saubere Planung und jährliche Budgetierung durch das Unternehmen. So werden in der Regel im Herbst die Budgets besprochen und die Finanzierungsmöglichkeiten der geplanten Investitionen evaluiert. Bereits zu diesem Zeitpunkt sollte Leasing ins Spiel gebracht werden und sollten Kunde und Bank die entsprechenden Möglichkeiten ausloten, damit sie rechtzeitig zum Investitionszeitpunkt den optimalen Finanzierungsmix zur Verfügung haben.

Wie lange dauert ein Leasingvertrag maximal?

Alfred Schaub: Die Normlaufzeiten betragen 36 bis 84 Monate. Leasing wird aber immer mehr auch bei sehr langlebigen Investitionsgütern eingesetzt, z.B. bei Bergbahnen, Rollmaterial und anderen Infrastrukturprojekten der öffentlichen Hand. Bei solchen Objekten mit einer sehr langen technischen Nutzungsdauer werden aktuell Laufzeiten von bis zu 12 Jahren angeboten. Bei derartigen Finanzierungen ausserhalb der Normlaufzeiten gewinnen die betriebswirtschaftlichen Faktoren zusätzlich an Bedeutung, und eine gute Planung ist bei dieser Art von Finanzierungsanfragen noch wichtiger. Anzuführen ist, dass Leasing – abgesehen von einer Hypothek – oft die einzige Möglichkeit für langfristige Finanzierung

Remo Montesi, Leiter Kompetenzzentrum Leasingfinanzierungen der Migros Bank (links), und Alfred Schaub, Leiter Firmenkunden Ostschweiz der Migros Bank (rechts).





Alfred Schaub

Leiter Firmenkunden Ostschweiz
alfred.schaub@migrosbank.ch
T 071 228 53 30

MIGROS BANK

Die Migros Bank ist in der Ostschweiz 11 Mal vertreten: Amriswil, Buchs SG, Chur, Frauenfeld, Kreuzlingen, Pfäffikon SZ, Rapperswil, St. Gallen, Schaffhausen, Wil und Winterthur.
Leasing-Team T 044 839 88 55

gen darstellt. Viele Banken bieten nämlich Festdarlehen nur bis maximal fünf Jahre an.

Bei den maximal möglichen Laufzeiten schneidet also das Leasing vorteilhafter ab als eine Kreditfinanzierung. Gilt das auch bezüglich Kosten?

Alfred Schaub: Das ist in der Tat so. Vergleichen wir ein Festdarlehen mit Leasing, so wird der Leasingvertrag das Rennen machen. Hier empfehlen wir, die aktuelle Liquidität mit der gewünschten Investition und deren Rückführungsdauer in Einklang zu bringen. Leasing weist aber nicht nur einen Kostenvorteil auf, sondern schon auch die Liquidität; zudem werden die Abschreibungen auf dem Leasingobjekt pro bezahlter Leasingrate laufend vorgenommen.

bedingt durch die Ausgestaltung des Schweizer Eigentumsrechts, bereits im Eigentum des Leasingnehmers stehende Maschinen, Fahrzeuge oder Anlagen in der Regel nicht mehr mittels Leasing finanzieren (Stichwort «Sale & lease back»). Denn das Eigentum, das einen wichtigen Bestandteil der Leasingkosten darstellt, kann nicht mehr an die Leasinggesellschaft übertragen werden. Im Weiteren werden in der Regel Dienstleistungs- und Installationskosten nicht mitfinanziert.

Warum soll ein Unternehmen für Leasing zur Migros Bank? Solche Finanzierungen bieten doch praktisch alle Banken an.

Alfred Schaub: Wir sind die sympathische Bank für KMU-Betriebe sowie für Unternehmen der öffentlichen Hand wie z.B. Spitäler, Verkehrs- und andere Gemeindebetriebe. Wir bieten Leasing als haus-eigenes Produkt an und stehen somit mit unserem Namen hinter dieser Dienstleistung. Unsere Kunden attestieren uns hohe Fachkenntnis, verbunden mit einem fairen Preis und einer schnellen Abwicklung. Wir sind überzeugt davon, dass Leasing zum heutigen Dienstleistungs- und Produkteangebot einer Bank gehört, um ihren bestehenden und künftigen Kunden stets einen optimalen Finanzierungsmix zu bieten.

In den nächsten Jahren steht bei verschiedenen KMU-Betrieben eine Unternehmensnachfolge an. Kann Leasing hier helfen, die Kosten der Nachfolgelösung zu optimieren?

Remo Montesi: Ja, Leasing wird gerade in der Nachfolgelösung immer mehr an Bedeutung gewinnen. Mit dieser Finanzierungsform trägt man der allfälligen Überalterung des Maschinen- bzw. Fuhrparks sowie der nötigen Liquiditätsschonung Rechnung. So lassen sich die betriebsnotwendigen Investitionen vornehmen und die in der Regel aufgenommenen Darlehen für die Nachfolgefinanzierung zurückbezahlen. Einmal mehr ist es wichtig, gute Berater in diesem wichtigen Unternehmenslebenszyklus an seiner Seite zu wissen.

«Vergleichen wir ein Festdarlehen mit Leasing, so wird der Leasingvertrag das Rennen machen.»

Bietet Leasing darüber hinaus auch steuerliche Vorteile?

Remo Montesi: Steuern und Leasing – das ist ein immer wiederkehrendes Thema, dem viel Beachtung geschenkt wird, das aber ein geringes Einsparpotenzial bietet. Mittels Leasing sind z.B. bei kurzen Laufzeiten geringfügige Steuereinsparungen möglich, je nach Ertragssituation des Leasingnehmers. Um keine bösen Überraschungen (sprich Aufrechnungen) am Ende des Leasingvertrages bei der Übernahme des Leasingobjektes zu erleben, sind vorgängige Abklärungen bei den Steuerbehörden sicherlich von Vorteil.

Was lässt sich überhaupt leasen – und was eher nicht?

Alfred Schaub: Im klassischen Investitionsgüterleasing werden heute sämtliche mobilen Investitionsgüter verleast – und zwar über alle Branchen und Wirtschaftssektoren hinweg, vom Kleinstgerät bis hin zur Grossproduktionsanlage. Andererseits lassen sich,

Mit Tradition in die Zukunft

Zehn Kilometer von St.Moritz entfernt liegt das Waldhaus Sils. Das preisgekrönte 5-Sterne-Hotel hat eine lange Geschichte und kann mit viel Charme punkten. Geführt wird es in der fünften Generation von den Brüdern Patrick und Claudio Dietrich.



Das Haus in Sils-Maria beschreibt sich auf seiner Homepage als «behaglich, familienfreundlich und sehr persönlich». 140 Zimmer zählt das Hotel, das seit Dekaden zu den erfolgreichsten Hotels im Engadin zählt. Rund zehntausend Gäste übernachten jedes Jahr im Waldhaus Sils, darunter auch viele Persönlichkeiten. So gehörte dereinst der Schriftsteller Hermann Hesse zu den regelmässigen Gästen. «Es ist

«Das Wichtigste überhaupt ist es, für unsere Gäste und Mitarbeitenden attraktiv zu sein und zu bleiben. Wir dürfen nicht austauschbar werden.»

schön zu wissen, dass sich diese Leute hier wohlfühlen und besonders, dass sie hier ihre Inspiration geholt haben. Die Prominenten, die den Weg ins Waldhaus finden, schätzen es wie all unsere Gäste, dass sie an diesem Ort echte Aufmerksamkeit und einen umfassenden Service bekommen», erklärt Patrick Dietrich. Gemeinsam mit seinem Bruder Claudio führt er das Waldhaus Sils, das bereits seit 1908 in Familienbesitz ist. «Dieses Hotel nun in fünfter Generation zu führen – mit dem Wissen, dass bereits vier Generationen vor mir das Haus unabhängig geprägt haben –, macht diese Aufgabe zu etwas ganz Besonderem», sagt Dietrich.

Hauptziel? Attraktiv bleiben!

Seine Arbeit bezeichnet Patrick Dietrich als eine Herzensangelegenheit: «Man möchte das Beste für das Haus und ihm nachhaltig Sorge tragen. Stillstand ist zum Glück nicht gefragt, denn das Hotel braucht Engagement und ständig gut überlegte

Veränderungen.» Vor welchen Herausforderungen steht Dietrich als Hotelier? «Das Umfeld ist nicht sehr einfach», antwortet er. «Wir müssen weiterhin langfristig denken und handeln. Es reicht nicht, um jeden Preis möglichst viel Umsatz zu erzielen, wenn wir nicht jährlich einen Betrag für Investitionen in die Zukunft zurücklegen können. Das Wichtigste überhaupt ist es, für unsere Gäste und Mitarbeitenden attraktiv zu sein und zu bleiben. Wir dürfen nicht austauschbar werden.»

Besonders die Bedürfnisse der Kundschaft hätten sich in den vergangenen Jahrzehnten stark verändert. «Die Menschen reisen heute mehr und haben deshalb auch mehr Vergleichsmöglichkeiten», erklärt der Hoteldirektor. «Weiter gibt es immer weniger, die nur einen Lieblings- beziehungsweise Stammpfad für ihre Ferien haben. Die meisten bevorzugen es, unterschiedliche Orte zu erkundigen.» Trotzdem kehren immer noch zahlreiche Touristen regelmässig ins Waldhaus Sils zurück. Dietrich erzählt: «Der wiederkehrende Gast freut sich aufs Waldhaus und darauf, die ihm bekannten Gesichter wiederzusehen. Die gleiche Freude aufs Wiedersehen gilt für uns. Das macht letztlich auch einen möglichst individuellen Service möglich.»

Preisgekröntes Hotel

2015 wurde das Waldhaus Sils ausgezeichnet: Das Haus erhielt den Jubiläumspreis, der anlässlich des zwanzigjährigen Bestehens der Auszeichnung «Historisches Hotel des Jahres» vergeben wurde. «Dies war natürlich eine grosse Ehre. Das Waldhaus wurde hierfür ausgewählt, weil es nicht einzig nur um den Erhalt von Bestehendem geht, sondern auch darum, wie man mit so einem traditionellen Haus lebt. Dieser Preis bestärkt uns, mit Freude und viel Einsatz daran zu bleiben», erklärt Patrick Dietrich.

Welche Pläne hat der Direktor in diesem Jahr? «Wir werden die Erneuerung bzw. Erweiterung unseres Wellnessbereichs im Dezember 2016 fertigstellen. Weiter ist es unser Ziel, diesen Wellnessbereich ins Haus und in unsere Kommunikation zu integrieren.»

Text: Eva Hediger

Bilder: Stéphanie Engeler



Claudio und Patrick Dietrich, Waldhaus Sils:

**«Die Menschen reisen heute mehr
und haben deshalb auch
mehr Vergleichsmöglichkeiten.»**



Paul J. Wyser mit seinem Sohn Philipp Wyser:

***«Die Wyon AG wurde mit
grossem Engagement aller
Mitarbeitenden aufgebaut.»***

Spitzentechnologie «Made in Appenzell»

Die Wyon AG produziert Lithium-Ionen-Akkus im Miniformat, die sich in Hörimplantaten für Gehörlose wiederfinden. Die seit 1999 bestehende Firma beschäftigt mittlerweile 87 Mitarbeiter. Eine Übernahme lehnt sie ab.

Jeder wünscht sich einen möglichst kleinen, leichten und leistungsstarken Akku in seinem Handy. Die wenigsten überlegen sich, welche Technologie in einer Batterie steckt. Die Wyon AG entwickelt wieder-aufladbare Lithium-Ionen-Batterien im Miniformat, aber mit sehr hohem Energiegehalt. Um diese «Miniaturakkus» herstellen zu können, benötigen die Mitarbeitenden der Wyon AG fundiertes elektrochemisches und mikromechanisches Fachwissen. Produziert werden die Akkus aufgrund der kleinen Bauteile und der benötigten Exaktheit mit neuen Methoden wie zum Beispiel einer speziellen Laserbehandlung.



In der Medizinalbranche wird Sicherheit gross geschrieben; Technologien müssen sich erst bewähren, bevor sie zur Anwendung kommen.

Keine Standardakkus

Gegründet wurde die Wyon AG 1999 als Familienunternehmen von Paul und Marie-Theres Wyser und den Söhnen Philipp und Maurus. Noch heute hält die Familie drei Viertel der Aktien. Die restlichen Aktien gehören leitenden Angestellten. In der bald zwei Jahrzehnte dauernden Firmengeschichte gab es einige Stolpersteine, wie Paul J. Wyser ausführt. Heute ist das Unternehmen mit Sitz in Steinegg in Appenzell Innerrhoden führend in der Technologie von Klein- und Kleinstgrössen von aufladbaren Lithium-Ionen-Batterien. Für die Produktion hat die Wyon AG sogar eigene Anlagen konstruiert: «Für die Herstellung unserer Miniaturakkus braucht es innovative Prozesse. Dies erfordert die Konstruktion und den Bau von eigenen Maschinen. Das hat zusätzlich den Vorteil, dass wir eigenes Know-how aufbauen», erläutert Paul J. Wyser.

Die hauseigenen Produktionsanlagen ermöglichen auch, die Akkus kundenspezifisch zu entwickeln. Philipp Wyser: «Herkömmliche Akkus haben fixe geometrische Formen, was ein Nachteil sein kann. Wir sind in der Formgebung der Akkus sehr flexibel und können so die Grösse des Gerätes und des Akkus optimal aufeinander abstimmen.»

Weltweit neues Batteriekonzept entwickelt

Die Wyon AG stellt ihre Miniakkus insbesondere für den Medizinalbereich her. Zu den wichtigsten Kunden zählen zurzeit Hersteller von Implantaten für Gehörlose. In der Medizinalbranche wird Sicherheit gross geschrieben; Technologien müssen sich erst bewähren, bevor sie zur Anwendung kommen. Entsprechend dauert eine neue Entwicklung einige Jahre. Derzeit arbeitet die Wyon AG an einem weltweit neuen Batteriekonzept mit markanter Energiesteigerung. Die Markteinführung ist für 2018 geplant.

Als Unternehmen, das erfolgreich Spitzentechnologie produziert, hat die Wyon AG auch schon Übernahmeangebote erhalten. Für das Appenzeller Unternehmen aber keine Option, so Paul J. Wyser: «Die Wyon wurde mit grossem Engagement aller Mitarbeitenden aufgebaut. Ein Verkauf könnte unter Umständen die Arbeitsplätze im Appenzell gefährden.» Stattdessen soll die Führung der Firma, die mittlerweile 87 Angestellte beschäftigt, an Sohn Philipp Wyser schrittweise übergehen. Dieser führt die Wyon AG bereits heute gemeinsam mit seinem Vater. Indem die Wyon AG zukunftsorientierte und interessante Arbeitsplätze bietet, will das KMU auch zukünftig die benötigten Fachkräfte ins Appenzellerland locken. Darunter möglicherweise den einen oder anderen Heimweh-Appenzeller.

Text: Sonja Kobelt

Bilder: Bodo Rüedi

Hightech aus Degersheim

Die Treff AG mit Sitz in Degersheim produziert komplexe Kunststoffkomponenten für Industrie und Medizintechnik. Mit 70 Jahren Erfahrung, rund 20 Mitarbeitern, der Kundenorientierung als Haupttreiber und loyalen Aktionären bewährt sie sich in einem globalen Umfeld.

In Berührung mit einem Produkt der Treff AG kommen am ehesten Kaffeetrinker: Das Unternehmen aus Degersheim stellt Hightech-Kunststoffprodukte her – so etwa Bauteile für Kaffeemaschinen. Neben Maschinenbauteilen für die Industrie entwickelt und produziert Treff auf einer 1400 Quadratmeter grossen Reinraumfläche auch Kunststoffkomponenten für medizinische und pharmazeutische Analysegeräte. Die technologisch sehr anspruchsvollen Produkte bedingen sehr gut ausgebildete Mitarbeiter, viel technisches Know-how und einen modernen Maschinenpark. «Dank der Loyalität der Aktionäre konnten wir die erwirtschafteten Mittel in den letzten neun Jahren praktisch ausschliesslich für Investitionen verwenden. Mit dieser nachhaltigen Strategie wollen wir unsere Position im technologischen Spitzenfeld und damit unsere Zukunft sichern», so Guido Vollrath, Geschäftsleiter der Treff AG.

Über 95 Prozent seiner Produkte exportiert das Unternehmen aus dem Toggenburg ins Ausland.

Seit 70 Jahren im Geschäft

Dieses Jahr feiert das Unternehmen sein 70-jähriges Bestehen. In ihrer langjährigen Firmengeschichte hat sich die Treff AG nicht nur zu einer der grössten Arbeitgeberinnen der Region mit rund 20 Mitarbeitern entwickelt, sondern auch ihre Produktpalette erweitert: Die ehemalige Werkzeugbauerin hat sich zu einer namhaften Trägerin der Kunststoffbranche entwickelt, ihr Fachwissen laufend ausgebaut und bietet heute auch umfangreiche Engineering-Dienstleistungen an. Dazu gehören Machbarkeitsstudien, Produktentwicklungen und Validation von Herstellungsprozessen für Medizinprodukte sowie auch Vormontagen für Kunden, die die eigenen Fertigungsprozesse schlank halten wollen.

Über 95 Prozent seiner Produkte exportiert das Unternehmen aus dem Toggenburg ins Ausland. Die Direktexporte gehen in erster Linie in die EU, nach China oder in die USA. Die weltweite Präsenz hilft, Schwankungen in einzelnen Märkten abzufedern. Schwerpunkt mässig will die Treff AG mit gezielten

Messeauftritten ihre Kompetenzen in ausgewählten Ländern stärker bekannt machen. 2016 wird sie in Deutschland, den USA und Dubai an entsprechenden Fachmessen präsent sein. Trotz der globalen Ausrichtung stand nie zur Diskussion, den Firmensitz zu verlegen. «Die Gemeinde Degersheim unterstützt die ansässigen Unternehmen vorbildlich», sagt Guido Vollrath. «Allerdings kommen wir uns manchmal wie das Dorf ‚hinter den sieben Bergen‘ vor, das sehr wenig Unterstützung von kantonalen Stellen erfährt. Hier wäre mehr Unterstützung oftmals wünschenswert.»

Eigenproduktlinie «TreffLab»

Neben Produkten für den Industriebereich und die Medizinaltechnik, mit denen die Treff AG derzeit am meisten Umsatz generiert, hat das Unternehmen auch eine Eigenproduktlinie entwickelt. Unter dem Label «TreffLab» vertreibt die Treff AG über ein weltweites Agentennetz Laborartikel, die ebenfalls in Reinräumen und auf modernsten Anlagen produziert werden.

Dass es die Treff AG unter die sechs Finalisten des SVC Ostschweiz geschafft hat, habe sie etwas überrascht, gibt Guido Vollrath zu: «Die ganze Treff-Belegschaft hat in den letzten Jahren hart daran gearbeitet, um aus unserem Unternehmen eine ‚Perle‘ zu machen. In der Ostschweiz gibt es aber sehr viele ausgezeichnete Unternehmen – und es gehört sicher eine grosse Portion Glück dazu, es unter die besten sechs zu schaffen.»

Text: Sonja Kobelt

Bild: Bodo Rüedi

Investition in die Zukunft

Im Sommer 2015 wurde der rund 6000 Kubikmeter umfassende Bau 5 fertiggestellt. Er dient der Erweiterung von Spedition und Produktionsfläche, um dem gesteigerten Kundenbedarf gerecht zu werden. Neu stehen zusätzlich rund 550 Quadratmeter Produktions- und 790 Quadratmeter Lagerfläche zur Verfügung.



Guido Vollrath, Geschäftsleiter der Treff AG:

**«Mehr kantonale
Unterstützung wäre
wünschenswert.»**

«Die Praxis ist ein wertvoller Lehrmeister»

Die Public Relations Gesellschaft Ostschweiz/Liechtenstein PROL ist seit 40 Jahren aktiv. Präsidentin Anita Schweizer erklärt im Interview, wofür der Verband steht und was den PR-Beruf interessant macht.

Anita Schweizer, die Public Relations Gesellschaft Ostschweiz/Liechtenstein PROL ist 40-jährig. Was tut der Verband?

In der PROL sind PR- und Kommunikationsspezialisten der Ostschweiz vernetzt, die in Unternehmen und Institutionen oder Agenturen tätig sind. Wir bieten praxisorientierte Weiterbildung zu aktuellen Themen und schaffen Plattformen für den Austausch. Auf nationaler Ebene setzt sich der Dachverband «pr suisse» für die Branchen-Interessen ein. Er ist auch für die eidgenössischen Fachprüfungen zuständig und pflegt das Berufsregister.

Was heisst das?

Die Vielfalt, beispielsweise bei Tageszeitungen, hat stark abgenommen. Die Ressourcen in den Redaktionen sind beschränkt. Das macht es anspruchsvoller als früher, Beachtung zu finden. Auch die kurze Haltbarkeit von Informationen in unserer 7-mal-24-Stunden-Welt und die Digitalisierung beeinflussen die Medienarbeit. Geschichten werden heute an Personen aufgehängt und oft im Boulevardstil aufgemacht. Im Gegenzug haben Internet und Soziale Medien neue Kanäle geschaffen, auf denen Unternehmen ihre Botschaften direkt und ungefiltert verbreiten können.

«Gute Krisen-PR ist keine Glückssache, sie basiert auf fundierter Vorbereitung.»

PR werden oft im gleichen Atemzug genannt wie Werbung oder Marketing. Was unterscheidet die Disziplinen?

Alle Kommunikationsdisziplinen sind wichtig – tragen sie doch zum Bild bei, das sich die Öffentlichkeit von einer Firma macht. Daher sollten Marketing-, Werbe- und PR-Massnahmen abgestimmt sein – integrierte Kommunikation heisst das Zauberwort. Marketing und Werbung sind auf den Absatzmarkt ausgerichtet. Im Fokus steht der Vertrieb einer Dienstleistung, eines Produktes oder die Pflege einer Marke. Public Relations zielen auf den Meinungsmarkt. Es geht darum, für eine Institution oder ein Unternehmen Verständnis und Vertrauen aufzubauen und dessen Handeln nachvollziehbar zu machen. Eine solide Reputation ist das Fundament für langfristigen Erfolg.

Welche Bedeutung haben die Medien in der PR-Arbeit?

Medien sind wichtige Mittler, weil sie Informationen einem breiten Publikum zugänglich machen. Medienarbeit ist ein wichtiger Teil des PR-Schaffens. Der Umbruch in der Medienlandschaft tangiert die PR-Arbeit – positiv und negativ.

PR scheinen für Medienschaffende attraktiv: Nicht wenige Journalisten suchen sich eine Stelle im PR-Bereich.

Ein guter Journalist macht noch keinen guten PR-Mann – auch wenn in beiden Berufen das Handwerk des journalistischen Schreibens wichtig ist. Deswegen bewerben sich vielfach Journalisten für PR-Stellen. Viele Arbeitgeber glauben, in den PR genüge es zu wissen, wie die Medien funktionieren. Das ist nur ein Bestandteil. Weiterbildung ist daher zentral – gerade für Quereinsteiger.

Gibt es dafür Angebote?

Das Weiterbildungsangebot ist gross – von ein- und mehrtägigen Kursen bis zu längeren Weiterbildungen, die man mit einem eidgenössischen Diplom oder einem Mastertitel abschliessen kann. Weil die Palette vielfältig und die Qualität unterschiedlich ist, sollte man sich genau überlegen, welche Ausbildung die richtige ist. In der PR gilt zudem: Es lässt sich nicht alles im Klassenzimmer erlernen – ein wertvoller Lehrmeister ist die Praxis.

PR-Leute werden oft in Krisen an die Medienfront geschickt, um mit schönen Worten Schaden von Unternehmen oder Organisationen fernzuhalten, richtig?

In einer Krise ist professionelle Kommunikation zentral – dazu gehört, dass die Führung Flagge zeigt und direkt informiert. Glaubwürdige, transparente und

Anita Schweizer ist Präsidentin der Public Relations Gesellschaft Ostschweiz/Liechtenstein (PROL) und Kommunikationsleiterin der Thurgauer Kantonalbank.



Die Public Relations Gesellschaft Ostschweiz/Liechtenstein (PROL) ist eine Regionalgesellschaft des Schweizerischen Verbands «prsuisse». Die 1975 gegründete PROL engagiert sich für glaubwürdige und professionelle Kommunikation in Wirtschaft und Gesellschaft. Sie vernetzt PR-Schaffende aus Unternehmen, Institutionen und Agenturen. Mitglieder profitieren auch von den Leistungen des Dachverbands, der sich für die ethischen Branchenstandards, das Berufsbild oder die Weiterbildung engagiert. Infos: www.prol.ch / www.prsuisse.ch

kontinuierliche Kommunikation trägt dazu bei, dass verloren gegangenes Vertrauen schneller wächst als wenn man schweigt. Agieren ist in der Krise besser als Reagieren. Gute Krisen-PR ist keine Glückssache, sie basiert auf fundierter Vorbereitung. Das Instrumentarium ist so vielfältig wie die Krisenszenarien, für die man Massnahmen im Köcher haben sollte. Wichtig ist auch die frühzeitige Auseinandersetzung mit Themen, die für das Unternehmen relevant oder brisant werden können.

Wie haben sich die PR in den letzten 40 Jahren verändert?

Viele Unternehmen und Institutionen haben die strategische Bedeutung gezielter Öffentlichkeitsarbeit erkannt. PR haben sich als Führungsdisziplin etabliert – auch wenn die Management-Ausbildungen dieser Tatsache noch zu wenig Rechnung tragen. Das Instrumentarium ist vielfältiger geworden und die Anforderungen an PR-Schaffende sind gestiegen.

Fachwissen sind ausgeprägte soziale Kompetenzen gefragt.

Was verdienen PR-Profis?

Bestimmende Treiber für PR-Saläre sind Branche, Verantwortungsrahmen, Aufgabengebiet, Erfahrung und Ausbildung. Auch die Region hat einen Einfluss; die Durchschnittslöhne in Zürich sind höher als in der Ostschweiz. Gemäss einer kürzlich publizierten Gehaltsumfrage liegt der Durchschnittslohn bei rund 120 000 Franken. Fachleute verdienen je nach Funktion und Erfahrung zwischen 70 000 und 100 000 Franken, das Gros der qualifizierteren Kräfte mit Budgetverantwortung bewegt sich zwischen 120 000 bis 150 000 Franken.

Wie feiern Sie Ihr Jubiläum?

Wir investieren in hochstehende Anlässe für unsere Mitglieder. Zudem helfen wir mit, den «Kommunikationstag St.Gallen» aus der Taufe zu heben. Auch im digitalen Zeitalter geht nichts über den persönlichen Austausch und das stetige Lernen. Zudem braucht es auch PR für die PR.

Text: Pascal Tschamper

Bild: zVg.

«Viele Unternehmen und Institutionen haben die strategische Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit erkannt.»

PR-Stellen wurden in den letzten Jahren stark ausgebaut. Was macht den Job attraktiv?

Der PR-Beruf ist vielfältig – darin liegt der Reiz. Je nach Unternehmen sind die Aufgaben anders gelagert – Produkt-PR oder Medienarbeit ist nicht das gleiche wie Lobbying oder die Beziehungspflege zu politischen Institutionen.

Welche Qualitäten muss man mitbringen?

Gute PR-Leute sind neugierig, beherrschen ihr Handwerk, denken vernetzt und voraus, verstehen volks- und betriebswirtschaftliche Zusammenhänge. Sie können mit Menschen umgehen. In leitenden Positionen braucht es integere Fachleute, die der Führung auf Augenhöhe begegnen und sich als Scharnier zur Aussenwelt eines Unternehmens verstehen. Neben

Am Freitag, 11. März 2016, findet unter dem Titel «Paul kommt auch» der erste Kommunikationstag St.Gallen statt. Initianten sind der Werbeclub Ostschweiz, die PR-Gesellschaft Ostschweiz/Liechtenstein und die alea iacta-Gruppe. «Wer als Werkzeug nur einen Hammer hat, sieht in jedem Problem einen Nagel.» So lautet eine der Erkenntnisse des Kommunikationsforschers Paul Watzlawick. Thema von «Paul kommt auch» sind daher die Werkzeuge der verschiedenen Kommunikations-Disziplinen: Wie werden sie eingesetzt? Wie wirken sie integriert? Wie haben sie sich weiterentwickelt?

Infos und Anmeldung: www.paul-kommt-auch.ch

Blockchain: effizienter als Institutionen

«Blockchains» sind derzeit in vieler Munde, ja, eine wahre Flut von Artikeln ergiesst sich durch einschlägige Magazine und Zeitungen, vom «Economist» über das «Wall Street Journal», die NZZ und die «Schweizer Bank» bis zum Samstagmagazin der Tamedia-Gruppe. Was steckt hinter dem Phänomen?

Die Leser werden anhand von immer wieder abgeschriebenen Beispielen in die Geheimnisse der eine Blockchain definierenden Kryptografie eingeweiht; bereits existiert eine Blockchain-Sondersprache mit meist unscharfer Begrifflichkeit, und es grassiert jene Verschworenheit einer Priesterschaft von Eingeweihten gegenüber ahnungslosen Laien, die naive Fragen in der Kehle ersticken lässt. Gemeinsam ist den Artikeln die Androhung der nächsten Strukturkrise, die nach den Umwälzungen durch Internet 1.0 und 2.0 noch viel, viel mehr Jobs obsolet werden lasse. Angesichts dieses Hypes stellt sich also die Frage: Was steckt hinter dem Phänomen «Blockchain»? Ich versuche den Einstieg mit einem eigenen Beispiel.

Institutionell gewährleistetes Eigentum ist zu kostspielig und letztlich zu unsicher.

Meine antike «Blockchain»

Einmal im Jahr, wenn die Kerzen am Weihnachtsbaum brennen und die Familie feierlich beisammensitzt, «Stille Nacht» aus vereinten Kehlen verklungen ist, holt der pater familias jenen abgegriffenen, dicken Band aus dem Büchergestell, nämlich die aus dem 18. Jahrhundert stammende Bibel in der Lutherübersetzung. Sie überlebte schadlos die Aufklärung, die Französische Revolution, die Übersiedelung der liberalen deutschen Vorfahren in die Schweiz, zwei Weltkriege im 20. Jahrhundert und mithin den Erbgang von mehr als einem Dutzend Generationen. Auf dem Einband sind, zunächst in schwer leserlicher deutscher Schrift, später in helvetischen Blockbuchstaben, die jeweiligen Eigentümer der amüsant bis drastisch illustrierten Heiligen Schrift verzeichnet; die Übergabe der einen an die folgende Generation erfolgte jeweils aus Anlass der Hochzeit – wohl in der Erwartung, dass damit auch

eine angemessene Grundlage für nachfolgenden Kindersegen geschaffen sei. Der bis dato auch unterbruchsfrei eintraf.

Die handschriftlichen Einträge in der Lutherbibel vermitteln die Übersicht, wer in der betreffenden Familie zu welchem Zeitpunkt rechtmässiger Eigentümer des Bandes gewesen ist. Diese Art der Informationsspeicherung und -übermittlung gleicht einer Blockchain. Das Hochzeitsdatum ist sozusagen der Zeitstempel (in der Blockchain-Sprache der «Timestamp»), mit welchem der Eigentumsübergang auf einen neuen Namen (für grundsätzlich jedermann einsehbarer «Public Key») eindeutig bestätigt wird. Müsste man nun als Nachfahre den Beweis antreten, dass man wirklich rechtmässiger Eigentümer ist, dann böte sich in neuerer Zeit gewiss die DNA-Probe an, die fälschungssicher die Rechtmässigkeit des Eigentums bestätigen würde. Die Ahnenreihe wäre so etwas wie ein Sicherheitschloss, das mit dem Schlüssel des DNA-Skripts («Private Key») geöffnet werden kann. Einen zweiten solchen Schlüssel kann es kaum geben. Der Zeitstempel wird gültig, wenn am Hochzeitstag die anwesenden Familienmitglieder durch Nichtintervention ihr Einverständnis zur Übergabe der Lutherbibel bestätigt haben.

Gefahr für kostspielige Institutionen

Was also ist eine Blockchain? Ein System, das kraft seiner lückenlosen Historie Beweiskraft erlangt, um Eigentumsverhältnisse zu regeln. Je weniger dinglich eine Sache ist – man vergleiche etwa besagte Lutherbibel mit einem Warenterminkontrakt auf Schweinebäuche zu einem bestimmten Preis in, sagen wir, drei Monaten –, desto gewichtiger erweist sich die Rolle von Institutionen in der Regelung von Eigentumsrechten. Die Institutionen haben ihren Preis. Die Gewährleistung von Eigentum durch deren Einschaltung als dritte Instanz, eine Institution eben, ist kostspielig. Das können direkte Gebühren



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

sein, wie sie beispielsweise von Banken, Depotstellen oder Clearinghäusern erhoben werden. Es können aber auch «Gebühren» versteckt erhoben werden, indem die Institutionen unmerklich ihre Glaubwürdigkeit etwas ritzen und am Ende Stabilitätskrisen verursachen. Ausserdem können oder müssen die mit der Gewährleistung von Eigentum beschäftigten Institutionen mit dem grössten Stakeholder des Bürgers, der Steuerbehörde, mehr oder weniger eng zusammenarbeiten, um dieser Anknüpfungspunkte zur legalen Enteignung mittels Steuern zur Verfügung zu stellen.

Institutionell gewährleistetes Eigentum ist zu kostspielig und letztlich zu unsicher. Die sich vielfach manifestierende Kostenträchtigkeit der Institution ruft sachlogisch nach einem System, das idealerweise Eigentum ohne institutionelle Verankerung zuliesse, ein System also, in dem Informations- und Transaktionskosten nahezu vollständig eliminiert werden könnten. Die Blockchain-Technik könnte genau dies ermöglichen.

Für mich steht deshalb ausser Frage, dass diese Technologie zur sozusagen alles bestimmenden Kraft in der weiteren Entwicklung des Internets, ganz generell aber eigentlich aller wirtschaftlichen, sozialen und politischen Abläufe werden wird. Es lohnt sich, sich mit diesem Thema vertieft auseinander zu setzen.

«bergsicht»

Dieser Beitrag ist ein Auszug aus der aktuellen Ausgabe 17 der «bergsicht» mit dem Titel «Blockchain: wie explosiv?». «bergsicht» stammt aus der Feder von Dr. Konrad Hummler, ehemaliger unbeschränkt haftender Teilhaber von Wegelin & Co. Privatbankiers und nun Partner der M1 AG, einem privaten Think-Tank für strategische Beratung von Unternehmungen. Mehr Informationen finden Sie auf www.m1ag.ch.

Ein Start-up startet durch

**Altenrhein Flughafen,
1. Juli 2015, 22:01 Uhr:
«Meteodrone cleared
for takeoff!». Für einen
kurzen Moment hält
das ganze Team die Luft
an und sieht gebannt
zu, wie die Drohne in
den Nachthimmel auf-
steigt. Ein erfolgreicher
Start in die zweiwöchi-
ge Messkampagne im
Sommer 2015.**



Die von der Meteomatics entwickelten Wetterdrohnen haben während der Messkampagne insgesamt über 700 Kilometer Flugstrecke zurückgelegt. Das Ziel: eine signifikante Lücke in den existierenden Wettermodellen zu schliessen.

Diese Lücke wird durch fehlende Daten ab zehn Metern über Grund verursacht – dort, wo die Messungen der Wetterstationen aufhören. Diese sogenannte Grundsicht enthält die Trigger für die Bildung von Nebel und Gewittern. Derzeit können neben den Meteodrones nur Wetterballons effektiv Daten in der Grundsicht erfassen. Wobei die Ballons weder ausreichend noch wirtschaftlich sind: Sie messen nur zweimal pro Tag und gehen in der Regel verloren oder werden zu stark beschädigt, um wiederverwendet zu werden. Ganz im Gegenteil zu den Meteodrones, die innerhalb von 20 Minuten bis 1500 Meter senkrecht in die Höhe und wieder zurückfliegen. Dabei werden Daten wie Temperatur, Luftfeuchte, Druck, Windgeschwindigkeit und Windrichtung erfasst.

Im März 2015 erhielt Meteomatics als erste Schweizer Firma die Bewilligung vom Bundesamt für Zivilluftfahrt (BAZL), mit den Meteodrones auch innerhalb von Wolken und bei Nebel zu fliegen. So konnten während der Messkampagne im Sommer 2015 über 450 Sondierungsflüge an fünf Standorten in der Ostschweiz durchgeführt werden.

Die St.Galler Meteomatics GmbH spezialisiert sich neben der Forschung mit den Wetterdrohnen auf eine besonders hohe Prognosegüte für Kunden aus den verschiedensten Bereichen und strebt nach der perfekten 24-Stunden-Prognose. Nach drei Jahren Entwicklung an den Meteodrones wurden schon während der ersten Messkampagne bisher unbekannte Wetterphänomene erkennbar.

STARTFELD ist der Inkubator für Innovationen und Unternehmensgründungen in der Ostschweiz. Gründungsinteressierten und jungen Unternehmen werden Beratung & Coaching, Unternehmerkurse & Events, Finanzierung sowie Raum & Infrastruktur geboten.

Permafix – Die Marke der Permapack, die verbindet.

Wetten, dass beim Bau des Eigenheims oder des Geschäftshauses Permafix eingesetzt wurde? Permafix ist unter Bauprofis eine beliebte Marke mit umfangreichen Sortimenten, die in den Bereichen Schützen, Abdichten, Kleben und Schäumen verwendet werden. Produziert und vertrieben wird Permafix von der Rorschacher Firma Permapack – und das in der ganzen Schweiz.

Um zu einer starken Marke zu werden, die jedem auf dem Bau ein Begriff ist, braucht es einerseits Zeit und eine konsequente Markenpflege. Andererseits braucht es Werte, um die Marke zu stärken sowie positive Kundenerfahrungen; denn Mund-zu-Mund-Propaganda ist noch immer die beste Werbung.

Permafix heute – Markenpower pur!

Die umfangreichen Sortimente, welche unter der Marke Permafix verkauft werden, entstanden laufend seit der Gründung der Permapack vor bald 60 Jahren. Neue Anforderungen auf dem Bau erforderten stets einfache, aber bessere Lösungen. Permapack hat es verstanden, dieses Versprechen bei ihren Kunden einzulösen. Kunden sind Verarbeiter, Handel, Handwerker, Einkäufer, Projektleiter und Planer. Die Anwendungsbereiche sind so breit wie die ganze Baubranche vielfältig ist. Dennoch gibt es immer wieder Highlights, bei denen das ganze Know-how eingebracht werden kann.

Das Tram-Depot in Bern

Ein über 200 Meter langes und bis zu 68 Meter breites Bauwerk. Die Transportmittel mussten trocken und vor Witterungseinflüssen geschützt untergebracht werden können. Daher war die Witterungsbeständigkeit des Fugendichtstoffs bei diesem Gebäude eine der entscheidenden Voraussetzungen für die Wahl des Materials. Unglaubliche 230'000 Laufmeter Dichtungsfugen Permafix wurden dabei erstellt. Es gab keinen einzigen Zentimeter Ablösung.

Der Strassentunnel Galleria del dosso di Taverne auf der A2 nach Chiasso

Bei der Sanierung eines Tunnels ist die Zeit der entscheidende Faktor. Bei der Beschichtung der Tunnelwand musste in 3 Metern Höhe ein 100mm breiter Streifen abgeklebt werden. Die übliche Breite des Betonbands von 50mm war für die Abdeckung nicht geeignet. Um diesen Arbeitsschritt schnell und effizient zu erledigen, konfektionierten wir inhouse



Zum Einsatz kommen stets einfach bessere Lösungen auf dem Bau – ein Versprechen an die Kunden von Permapack.



und eigens für diesen Auftrag das hochwertige Permafix Betonklebeband in der Spezialbreite von 100mm. So war das Abdecken in einem einzigen Arbeitsgang möglich. Dies ermöglichte eine enorme Arbeitserleichterung und Zeitersparnis.

«Dank der bewährten Marke Permafix, schützen Unternehmer Bauwerke sicher und dauerhaft. Das schafft Vertrauen und spart Zeit und Geld.»

Innovationen für anspruchsvolle Aufgaben

Architekten und Bauunternehmer suchen stets nach neuen Lösungen und Materialien, die einfach besser und effizienter sind. So entstehen Herausforderungen und Chancen für innovative Unternehmen wie Permapack. Wie Lösungen aussehen, präsentierte Permapack kürzlich an der Swissbau 2016, der Leitmesse der Bauwirtschaft, mit einem besseren Klebeband für eloxiertes Aluminium und Naturstein. Permafix 298 heisst die Lösung.



Das gab's bisher nicht:
Ein Gewebeband, das für eine
Vielzahl von Natursteinen geeignet
ist und keine Schäden oder
Rückstände hinterlässt – von
Permapack neu auf den Markt
gebracht.

Konsequente Kundenorientierung

Mit dem Slogan «Einfach bessere Lösungen» gibt Permapack ein Leistungsversprechen gegenüber den Kunden ab und bringt den unternehmerischen Vorwärtsdrang auf den Punkt: «Einfach», weil die Zusammenarbeit mit Permapack unkompliziert und effizient ist. «Besser», weil für Permapack gut niemals gut genug ist. Ziel ist es, Lösungen zu bieten, welche das Know-how von Permapack mit Produkten und Services kombinieren, um damit messbaren Kundennutzen zu generieren. Das bedeutet: lückenlose Leistungen und Services mit einem professionellen Beschaffungsmanagement, ausgefeilte Logistik und individuelle Produktentwicklungen.

Autor

Eduardo Trinidad
ist Business Unit Manager Bau
bei Permapack AG



Permapack AG

Permapack ist ein erfolgreiches Schweizer Produktions- und Handelsunternehmen in Familienbesitz. Die Permapack mit Sitz in Rorschach ist facettenreich: In den sechs Anwendungsbereichen Bau, Industrie, Retail, Non Food, Food und Cosmetics, werden Produkte wie Klebebänder, Selbstklebe-Etiketten, Verpackungsfolien, Dichtstoffe, Do-it- und Gartenartikel hergestellt und vertrieben. Mit 480 Mitarbeitenden erzielte Permapack 2015 einen Umsatz von rund 110 Millionen Schweizer Franken.

Im Bereich Bau überzeugt Permapack mit Lösungen für das Schützen, Abdichten, Kleben und Schäumen, inkl. Zusatzprodukte und Serviceleistungen.

Permapack AG
Reitbahnstrasse 51
9401 Rorschach

Tel. +41 71 844 12 12
Fax +41 71 844 12 13
info@permapack.ch

Mehr auf: permapack.ch/de/Bau

«Intransparenz wäre gefährlich»

Lobbying wird oft kritisch hinterfragt. Dabei wird unterschlagen, dass die Rolle der Lobbyisten wichtig ist für das Funktionieren demokratischer Meinungsbildungsprozesse. Dies zeigt ein Gespräch mit Sven Bradke, Geschäftsführer und Präsident des Verwaltungsrates der St.Galler Wirtschafts- und Kommunikations-Beratungsagentur Mediapolis, über Möglichkeiten und Grenzen des Lobbyings.

Sven Bradke, John F. Kennedy sagte: «Die beste Möglichkeit, sich umfassend über ein Thema zu informieren, ist es, alle beteiligten Lobbyisten anzuhören.» Das gefällt Ihnen, weil...

...es begrüßenswert ist, wenn Politiker nicht vorgefasste Meinungen haben, sondern sich erst einen Überblick verschaffen. Faire Gesetzgebung setzt voraus, alle Akteure anzuhören.

Haben Lobbyisten gar eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe in demokratischen Prozessen?

Klar! Das Lobbyieren hört erst am Abstimmungstermin auf. Dann entscheidet das Volk, was für die Mehrheit besser ist.

«In einer offenen, pluralistischen Gesellschaft können sich Werte und Meinungen wandeln.»

Trotzdem haben Lobbyisten ein Imageproblem: Viele denken, das sei ein anrüchiges Geschäft. Weshalb?

Auch Politiker wissen nicht alles; oft geht es um komplexe Materien. Ein offenes Ohr und Kontakte zu Interessengruppen sind deshalb wichtig. Das Image des Lobbyings ist schlecht, weil viele davon ausgehen, es spiele sich alles hinter verschlossenen Türen ab. Dieses Bild ist aber unzutreffend: In der Schweiz beginnt die Gesetzgebung mit einer offiziellen Vernehmlassung zu einem Gesetzesentwurf. Dabei können sich alle Gruppierungen einbringen. Das ist bereits Teil des Lobbyings. In der Regel geht danach eine revidierte Vorlage vom Bundesrat ans Parlament. Dort versuchen dann die Ratsmitglieder, ein «Päckchen» zu schnüren, das notfalls auch vor dem Volk steht – falls ein Referendum ergriffen werden sollte. So kommt es zu «austarierten» Kompromissen. Politiker und Lobbyisten beeinflussen sich gegenseitig: Erstere wollen Gesetze, die vor dem Volk eine Chance haben, und Letztere möchten ihre Ideen umgesetzt sehen.

In der Kasachstan-Affäre haben auch PR-Leute keine gute Falle gemacht. Haben Sie eine Art Berufsethik?

Selbstverständlich, seit unserer Firmengründung besprechen Peter Weigelt und ich jedes politische Mandat, bevor wir unsere Unterstützung anbieten. Wir setzen uns so ethische Grenzen. Die Kasachstan-Affäre ging mehr als zu weit.

Immer wieder kommt die Forderung nach weniger Lobbyisten. Stimmen Sie ihr zu oder gibt es so etwas wie ein Zugangsrecht zu den Regierenden?

Journalisten «lobbyieren» mit ihren Stellungnahmen. Auch Lehrer sind im Unterricht nicht immer wertfrei. Selbst wenn Sie versuchen, so neutral wie möglich zu unterrichten, fließen dennoch Werturteile mit ein. Wir alle sind letztlich Lobbyisten. In einer offenen, pluralistischen Gesellschaft können sich Werte und Meinungen zudem wandeln. Die Anzahl Lobbyisten in Bern ist deshalb nebensächlich. Entscheidend ist, wie Werte und Meinungen beeinflusst werden – darum geht es!

Politiker sind ja selbst die grössten Lobbyisten...

Darum ist es wichtig zu wissen, wer für wen tätig ist. Intransparenz wäre gefährlich. Ich bedauere es beispielsweise sehr, dass in den Gesundheitskommissionen beider Räte kaum mehr Innovationen möglich sind: Die Mitglieder unterstehen starken Interessenbindungen. Viele vertreten Krankenkassen oder Leistungserbringer des Gesundheitswesens. Die Diskussion, ob Parlamentarier in Verwaltungsräten oder Beiräten von Krankenkassen sitzen dürfen, ist deshalb durchaus zulässig. Letztlich ist ja die obligatorische Krankenversicherung staatlich organisiert. In Staatsbetrieben wie der Post oder der SBB dürfen Parlamentarier auch nicht mehr in den Verwaltungsräten sitzen. Die ständigen Kommissionen haben das Problem zusätzlich verschärft. Es macht für gewisse Interessengruppen durchaus Sinn, ein Kommissionsmitglied «einzubinden» – vertritt es dann doch vier oder gar acht Jahre lang die eigene Politik.

Bei Lobbying denkt man an die Wandelhalle. Welche anderen Möglichkeiten haben Sie, die Gesetzgebung zu beeinflussen?



Verschiedene, auch ein gut recherchierter NZZ-Artikel kann beispielsweise eine wichtige politische Diskussion entfachen. Lobbying bedeutet aber immer, mit Menschen zu reden: Wo liegt ein Problem? Was ist dessen Ursache? Welche Konsequenzen hätten die beabsichtigten Regulierungen? Deshalb sind auch Gespräche mit Vertretern der Verwaltung wichtig.

Letztere hat oft einen Wissensvorsprung und hochdotierte Kommunikationsabteilungen. Welche Rolle spielen die Verwaltungen im Lobbying?

Sie sind wohl die stärksten Lobbyisten für neue Regulierungen. Wenn jemand schreit: «Der Staat soll handeln!», fühlen sich diese oftmals herausgefordert. Sie haben letztlich auch die Hebel betreffend Rhythmus, Intensität und Stossrichtung neuer Regulierungen in der Hand.

«Wir sollten darüber nachdenken, welche Regulierungen wir über Bord werfen könnten.»

Der Spruch ist legendär: Mit einer Million könne man aus jedem Kartoffelsack einen Bundesrat machen, sagte in den 80ern Rudolf Farner. Was kostet es heute?

Das war eine gute Provokation (lacht). Ich glaube nicht, dass Farner dies gelungen wäre. Zudem hat sich die Welt seither entscheidend verändert.

Wenn Sie einen Wunsch frei hätten, welcher wäre das?

Dass generell weniger reguliert würde. Wir sollten darüber nachdenken, welche Regulierungen wir über Bord werfen könnten. Beispielsweise all jene, die vor 1960 verabschiedet wurden. Nur: Für solche Vorhaben lobbyiert normalerweise niemand.

Text: Pascal Tschamper

Bild: Stéphanie Engeler

Eierlegende Wollmilchwerbung?

Fatale Fehler in der Kommunikation. Und wie man sie vermeidet. In dieser Kolumne: Fehlende Fokussierung.

Von Axel Thoma



Wer heute Kommunikationsmassnahmen plant, der steht vor einer schier unendlichen Fülle an Möglichkeiten und Fragen. Welche Zielgruppen-segmente soll ich ansprechen? Welche Botschaften soll ich wann, wo und in welcher Tonalität kommunizieren? Welche Medien soll ich dafür einsetzen und welche Kanäle zu welcher Zeit buchen? Das Fatale ist, dass sich für jede Option gute Argumente finden lassen. Und Werbetreibende deshalb oft nach der Devise verfahren: «Nur nichts auslassen und verpassen». Sie wollen also auf Nummer sicher gehen und von allem etwas tun. So sind Salesfolder dann mit sämtlichen nur denkbaren USPs voll gepflastert. Direktmailings werden schlicht und einfach an die komplette Adressdatenbank verschickt und produzieren hohe Streuverluste und verärgerte Adressaten. Und Werbeanzeigen werden bis auf den letzten Quadratmillimeter mit Bildern und Texten gefüllt.

Kurz: Es wird nach der «Eierlegenden Wollmilch-sau» in puncto Marketingkommunikation gesucht. Die es natürlich nicht gibt. Deshalb bleiben solche Massnahmen auch kraft- und wirkungslos, kommen bei der Zielgruppe nicht an und und/oder werden nicht verstanden.

Die Lösung lautet: Mut zur bewussten Lücke! Denn nur Klarheit und Fokussierung auf die eine, für die Zielgruppe relevante Botschaft verschaffen die nötige Durchschlagskraft. Was vielen Marketing- und Verkaufsverantwortlichen bekanntermassen schwerfällt. Doch wer sich erst einmal dazu überwunden hat, nicht alle Optionen wahrzunehmen, sondern nur die beste, der wird rasch feststellen: Fokussierte Kommunikation ist erfolgreicher. Dass diese dabei nicht auf einer reinen Bauchentscheidung basiert, sondern auf Fakten und belastbaren Argumenten abgestützt sein sollte, das versteht sich von selbst. Mehr dazu hier: insights.ethcom.ch

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

Treuhand | Steuer- und Rechtsberatung
Wirtschaftsprüfung | Unternehmensberatung
Informatik-Gesamtlösungen



Vertrauen Sie Ihrem Steuerprofi in der Region



Als **Steuerspezialisten** setzen wir alles daran, Ihre Abgaben zu minimieren und Ihre Effizienz zu steigern.

Ihre **Steuererklärung** ist unsere Leidenschaft. Ihr **kompetenter Partner** ist gerne für Sie da.

OBT AG

Berikon | Brugg | Heerbrugg | Lachen SZ | Oberwangen BE
Rapperswil SG | Reinach BL | Schaffhausen | Schwyz
St.Gallen | Weinfelden | Zürich

OSTSCHWEIZ DRUCK

Hofstetstrasse 14 • 9300 Wittenbach • ostschweizdruck.ch



**Kluge
Köpfe.**



Manuela Eigenmann

Die Bedeutung von Human Capital

Manuela Eigenmann bietet mit der Firma HRME GmbH (Human Resources Management Eigenmann) in Niederuzwil Lösungen für Fragen rund um das wichtigste Kapital im Unternehmen an: die Mitarbeitenden. Ein LEADERINNEN-Porträt.

Die Leitbilder von Unternehmen unterschiedlicher Branchen und Grösse machen deutlich: Ein stabiler Unternehmenserfolg ist nur mit gut ausgebildeten, qualifizierten und motivierten Mitarbeitenden möglich. Die Individualität des Einzelnen wird immer wichtiger und die viel zitierte Work-Life-Balance ist ein allgegenwärtiges Thema. Auch vom Markt her sieht sich der Unternehmer, die Unternehmerin vermehrt mit schnellen Veränderungen konfrontiert, ist durch neue Gesetzgebungen gefordert und steht möglicherweise durch die Frankenstärke zusätzlich unter Druck.

Die Selektion, die Führung und die Entwicklung des «Human Capitals», also der Mitarbeitenden, stellt daher immer grössere Herausforderungen an Unternehmen. Gerade kleineren Firmen fehlt es oftmals an Zeit oder Fachwissen, um diese Herausforderungen in der nötigen Tiefe anzupacken. Genau hier steht die

HRME GmbH ihren Auftraggebern gewinnbringend zur Seite, sei dies auf Mandats- oder auf Projektbasis.

Warum soll man in personellen Fragen mit einem externen Partner zusammenarbeiten? Für Manuela Eigenmann gibt es zwei klare Vorteile: «Erstens stehe ich nicht in einem hierarchischen Verhältnis zu meinem Auftraggeber, begegne ihm also als Sparringpartner auf Augenhöhe. Zweitens ist nicht zu unterschätzen, dass die Aussensicht für viele Organisationen einen wertvollen ‚side effect‘ haben kann.» Nach einer Analysephase definiert HRME konkrete Handlungsfelder und hilft, entsprechende Massnahmen umzusetzen. Immer mit dem Ziel, die Prozesse so schlank wie möglich zu halten.

Manuela Eigenmann weiss, wovon sie spricht. Schliesslich verfügt sie über mehr als 20 Jahre Erfahrung im operativen und strategischen HR-Umfeld, gepaart mit entsprechenden Weiterbildungen. Als Mitglied des Vereins «Leaderinnen Ostschweiz» schätzt sie die offene, unkomplizierte und dynamische Zusammenarbeit im Netzwerk. Ausserdem empfindet sie den Austausch zu verschiedensten Themen als sehr bereichernd – dieser eröffnet ihr immer wieder neue Perspektiven.



Walter Locher ist Rechtsanwalt und St. Galler FDP-Kantonsrat

Rot-grüne Verhinderungspolitik

Ende Februar hat die Stadt St.Gallen über die SP-Initiative mit dem Titel «Für ein lebendiges Güterbahnhof-Areal ohne Autobahnanschluss» abgestimmt. Diese wollte ein weitsichtiges Projekt von Bund, Kanton und Stadt auf Jahrzehnte hinaus verhindern.

Das Volksbegehren ist ganz allgemein ein weiteres Beispiel für eine verantwortungslose rot-grüne Verhinderungspolitik: Die Annahme einer solchen Initiative würde der ganzen Ostschweiz massiv schaden. Das kümmert die Initianten nicht. Wenn in einigen Jahren die negativen Folgen sichtbar werden, sind die verantwortlichen Exponenten nicht mehr in ihren Funktionen oder bewusst auf Tauchstation.

In der Wirtschaft läuft das anders: Unternehmer und Verwaltungsräte, Geschäftsleitungsmitglieder und leitende Angestellte können und werden immer wieder für das massgebliche Mitwirken an Fehlleistungen noch nach Jahren zur Verantwortung gezogen. Das sorgt für mehr Sorgfalt beim Beschaffen, Investieren und Entscheiden.

Die Güterbahnhofinitiative der SP ist Beispiel dafür, dass es leider in der Politik anders läuft: Der Öffentlichkeit werden auf Jahrzehnte hinaus täglich stundenlange Staus auf der Stadtautobahn und in der Innenstadt zugemutet. Die Belastung einzelner Quartiere interessiert nicht. Die Absicht der Verkehrsverhinderung heiligt alle Mittel. Die wirtschaftlichen Folgen und das tägliche Mühsal sollen andere tragen – vor allem künftige Generationen. Präsentiert werden die Anliegen natürlich unter dem Deckmantel hehrer Absichten.

Die Verantwortung des Politikers endet mit seinem Rücktritt. Das ist so, aber falsch. Der verstorbene Alt-Bundeskanzler Helmut Schmidt hat vor einigen Jahren davor gewarnt, Absichten und Gesinnungen in Anschlag zu bringen, wenn damit von der Verantwortung des Politikers abgelenkt werden soll. Genau das aber passiert hier. Die Initianten betreiben unter dem Denkmantel ihrer «hehren» Absichten angeblich nachhaltige Politik, statt die Fakten rational abzuwägen und weitsichtige Lösungen zu unterstützen.

Von Walter Locher

«Nur starke Figuren fällen starke Entscheidungen»

Damit die Nachfolgeregelung reibungslos über die Bühne gehen kann, müssen zahlreiche Faktoren berücksichtigt werden. Neben den rechtlichen spielen auch die emotionalen Komponenten eine starke Rolle. Denn für viele Unternehmer bildet die eigene Firma den Kern ihres Lebens. Heinrich Christen, Partner von EY, hat in diesem Prozess schon zahlreiche Firmen begleitet. Im Gespräch erklärt er, welche Faktoren häufig die grössten Hürden darstellen, was alles zum Plan B gehört und wieso ihn eine Nachfolgelösung kürzlich enorm beeindruckt hat.

Heinrich Christen, in Unternehmerkreisen ist das Thema «Nachfolgeplanung» sehr präsent. Heute haben sich bereits unzählige Beratungsfirmen auf diesen Prozess spezialisiert. Regelt die Wirtschaft beziehungsweise der Markt die Probleme nicht selbst? In gewisser Weise wird so ja auch die Spreu vom Weizen getrennt...

Die Fragestellung ist interessant. Von der reinen Markttheorie aus gesehen, müsste man das mit «Ja» beantworten, dass es nur die logische Konsequenz ist, dass ein Unternehmen untergeht, wenn die Nachfolge schlecht geregelt wird. Aber man darf nicht vergessen: Jede Nachfolgeregelung, die nicht funktioniert, hat grosse Kosten zur Folge – aufseiten der Mitarbeitenden und bei den Kunden. Der Unternehmer hat eine moralische Verpflichtung, dafür zu sorgen, dass sich der Betrieb weiterentwickeln kann – auch nach seinem Ausscheiden.

«Wichtig ist, dass man einen Plan B in der Tasche hat, dass man etwas Sinnvolles mit der neu gewonnenen Zeit anfangen kann.»

Ist es einfacher, für ein gut laufendes Unternehmen einen Nachfolger zu finden?

Man kann hier keine allgemeingültige Formulierung anbringen. Es gibt sehr viele optimal aufgestellte Unternehmen, deren Situation im Bezug auf die Nachfolgeregelung äusserst grenzwertig ist. Hier ist es zwingend notwendig, einen Berater, einen Coach beizuziehen. Natürlich ist die Ausgangslage im Grundsatz einfacher, wenn das Unternehmen nicht in Schieflage ist. Doch auch hier: Wird dem Nachfolgeprozess nicht die notwendige Aufmerksamkeit geschenkt, dann leidet früher oder später der Betrieb darunter. Das wird sich dann eins zu eins in den Zahlen niederschlagen.

Wie ist Ihre Erfahrung: Woran scheitern die meisten Nachfolgeregelungen?

Man kann hierbei drei Punkte aufführen. Erstens: Wenn man den Fokus zu eng steckt. Wenn man also beispielsweise der festen Überzeugung ist, der Nachfolger müsse aus der Familie stammen, es in diesem Umfeld aber keine Person gibt, die dazu gewillt oder fähig ist. Ein zweiter Grund ist, den Prozess zu spät aufzugleisen. Und drittens: Wenn man keine kompetente Beratung zur Seite hat. Mit dem Nachfolgethema muss sich ein Unternehmer in der Regel nur einmal im Leben befassen. Da empfiehlt es sich, Experten beizuziehen. Denn es geht um komplexe Bereiche. Strategische Komponenten müssen ebenso einbezogen werden wie finanzielle, rechtliche oder steuerliche. Und letztlich kommt mit der psychologischen Komponente noch ein weiteres Segment hinzu, dass man nicht vernachlässigen darf.

Wie hat sich der gesamte Bereich denn grundsätzlich im Vergleich zu früher verändert? War es vor einigen Jahrzehnten einfacher, weil weniger komplex? Oder war man damals in erster Linie darum bemüht, das Zepter innerhalb der Familie weitergeben zu können?

Der grosse Unterschied zu vor circa 50 Jahren ist folgender: Der Verkauf eines traditionellen Familienunternehmens an eine externe Person wurde damals als Niederlage empfunden. Er war ein gesellschaftliches Stigma. Es hiess dann schnell, der Unternehmer habe keine Lösung finden können, er habe es nicht geschafft. Diesbezüglich ist man heute viel offener und neutraler. Es wird akzeptiert, wenn ein Unternehmer den Entschluss fasst, extern zu verkaufen. Am wichtigsten ist die Frage, wer für die Nachfolge am besten geeignet ist – also das «Best-owner-Prinzip».



Heinrich Christen, Partner von EY:

«Ein Unternehmer lebt, wirkt, entwickelt, leidet und freut sich im Unternehmen.»

Man setzt sich heute auch früher mit dem Thema auseinander?

Ja. Der Denkprozess beginnt bei den meisten Unternehmerinnen und Unternehmern, mit welchen ich zu tun habe, bereits mit 50. Und spätestens bis 60 sollte man alles geregelt haben. Das hat auch mit der höheren Lebenserwartung zu tun: Viele möchten nach erfolgter Nachfolgeregelung noch etwas anderes mit ihrem Leben anstellen. Ob das nun die Pflege von Hobbys, das Erkunden von fernen Ländern oder gar der Aufbau eines Start-ups ist, spielt keine Rolle. Wichtig ist, dass man einen Plan B in der Tasche hat, dass man etwas Sinnvolles mit der neu gewonnenen Zeit anfangen kann.

Sie beraten den Unternehmer auch in diesem Zusammenhang?

Das ist sogar sehr zentral. Die wichtigste Frage im ersten Gespräch ist: «Was machen Sie nachher? Wie gestalten Sie Ihr künftiges Leben – privat aber auch beruflich?» Und dann werden zusammen ein Plan und Meilensteine definiert. Das ist das Wichtigste überhaupt. Ein Unternehmer lebt, wirkt, entwickelt, leidet und freut sich im Unternehmen. Die Firma ist für ihn weit mehr als eine Stelle, sie ist sein Leben. Für das habe ich eine grosse Empathie. Denn ich funktioniere ebenso. Nur: Das Loslassen kommt auf jeden von uns zu. Und es ist nicht einfach. Entsprechend muss es geplant werden.

Wie läuft das denn im optimalen Fall ab?

Ich bestehe darauf, den Lebenspartner und die Kinder in den Prozess miteinzubeziehen. Denn das Loslassen verändert das Leben enorm. Wenn man Angst davor hat, dass anschliessend zu Hause im familiären Umfeld Probleme entstehen, wird man den Schritt aus nachvollziehbaren Gründen immer wie-

der vor sich herschieben. Kürzlich fragte mich die Ehefrau eines scheidenden Unternehmers fast schon entsetzt, ob ihr Mann denn nun nach dem Tag X immer zu Hause anzutreffen sei... (lacht). Ich beruhigte sie und versicherte ihr, dass genau das nicht das Ziel sei. Es gibt Beispiele von Unternehmern, die nur Teile der Firma verkauften und quasi eine Art Spielwiese für sich behielten. Das sind dann Typen, die unbedingt weiterhin ein Büro zur Verfügung haben wollen. Die wollen morgens aus dem Haus, die wollen Angestellte anstelle der Partnerin zum Wahnsinn treiben. Oder es gibt Patrons, die – nachdem sie das Chefbüro geräumt haben – einen Raum am Rande des Firmenkomplexes beziehen, in welchem sie ihre Zeitung lesen und Kaffee trinken können. Die wollen einfach noch weiterhin den unternehmerischen Geist spüren. Und sicherlich geht es auch noch darum, das soziale Umfeld zu erhalten.

Besteht darin nicht eine gewisse Gefahr? Etwa, dass der alte CEO den neuen weiterhin lenken will?

Wenn man es geschickt regelt, dann nicht. Eine der wichtigsten Regeln ist, am Tag X das Chefbüro zu räumen und den Chefparkplatz abzugeben. Man sendet damit auch gegenüber den Mitarbeitern die entscheidenden Signale aus. Kürzlich fragte ich einen 68-jährigen Unternehmer, wie er denn eigentlich seine Nachfolgeplanung sehe. Er sagte mir – und das hat mich überrascht und beeindruckt –, dass er diese schon vor langer Zeit gelöst habe: Der Unternehmer hatte seine gesamten Aktien und damit auch die Verantwortung vor einigen Jahren an seine Kinder übertragen. Sie sind nun die Eigentümer und entscheiden über die künftigen Entwicklungen. Und sie entscheiden ebenso darüber, wie lange er seinen Posten noch ausführen soll. Ein solches Vorgehen – quasi eine vorgezogene Nachfolgelösung – benötigt einerseits ein

A photograph of a man and a young girl in a wood workshop. The man, wearing a red and white plaid shirt and a red pencil behind his ear, is kneeling and smiling as he helps the girl. The girl, wearing a blue t-shirt and brown overalls, is focused on building a wooden structure with blocks. The workshop is filled with wood and tools, with warm lighting.

Meine erste Nachfolgerin.

Meine erste Bank.

Weichen stellen. Erfahrung weitergeben. Zukunft sichern. Nur wer frühzeitig die Nachfolge regelt, hält seine Firma langfristig auf Kurs. Für diese grosse Verantwortung steht die St.Galler Kantonalbank mit Rat und Tat zur Seite und nutzt dazu ihr enges Beziehungsnetz zu erfahrenen Fachexperten in der Region. Das hat sie für viele KMU zur ersten Bank gemacht. sgkb.ch

Gemeinsam wachsen.



**St.Galler
Kantonalbank**

unglaubliches Vertrauen in die Kinder, andererseits zeigt es die eigene Stärke auf. Nur starke Figuren fällen solch starke Entscheidungen.

Kann man darüber hinaus noch weitere vorgängige Massnahmen in die Wege leiten?

Schwierig wird es meistens dann, wenn über all die Jahre Kapital im Unternehmen angehäuft wird, wenn man sich als Unternehmer keine ordentliche

Jahre und Krisen aushalten. Aber ich habe schon viele Bilanzen gesehen, die weit über dem sind... Das führt zu Problemen. Umgehen kann man die nur, wenn man frühzeitig handelt und einen Zeitplan aufstellt. So bekommt man auch die Steuerprogression am besten in den Griff.

Wie beurteilen Sie den aktuellen Zustand zwischen Angebot und Nachfrage? Ist es schwierig, potenzielle Käufer für ein Unternehmen zu finden?

Nein. Gute und interessante Unternehmungen sind immer gesucht. Und interessanterweise finden wir auch immer Käufer für Betriebe, die gerade nicht so gut laufen. Hier kommt unser Know-how als Beratungspartner zum Tragen: Wir wissen, welche Käufergruppen wir ansprechen müssen. Und wir können durch unser weltweites Netzwerk den Fächer auch in geografischer Hinsicht weit aufmachen. Gerade für Familienunternehmen macht uns das enorm attraktiv. Denn sie kommen durch unsere Anlässe auch in Kontakt mit anderen Familienunternehmen und können sich austauschen.

«Eine der wichtigsten Regeln ist, am Tag X das Chefbüro zu räumen und den Chefparkplatz abzugeben.»

Dividende ausbezahlt. Das macht den Verkauf unnötig komplex oder schwer. Denn niemand will Bargeld kaufen. Der Käufer bekommt damit höchstens Steuerprobleme, die er lösen muss. Auf einen Verkauf hin muss ein Unternehmen schlank gemacht werden. Unnötige Barreserven sollten herausgenommen werden. Das gehört zu jeder Verkaufsplanung dazu. Es ist auch nicht gescheit, den Kindern ein Unternehmen zu vererben, das überliquid ist. Klar, die Bilanz muss gesund, muss belastbar sein, sie muss schlechte

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: Stéphanie Engeler

Anzeige

Finanz- und Rechnungswesen

Steuerberatungen

Unternehmensberatungen



Lenz & Dudli
TREUHANDGESELLSCHAFT AG

St.Gallerstrasse 99 | CH-9201 Gossau | Telefon 071 388 81 50 | www.lenz-dudli.com |  Mitglied von EXPERTSuisse

Den passenden Nachfolger finden

Britta Häberling ist Geschäftsführerin der Business Broker AG. Das Unternehmen mit Sitz in Zürich, Gossau SG, Lausanne und Frankfurt a. M. bewertet und verkauft Firmen und Gewerbeimmobilien. Im Gespräch erzählt sie, warum es sich lohnt, die Nachfolge frühzeitig zu regeln und professionelle Berater einzuschalten.

Britta Häberling, wie viele Firmen suchen aktuell einen externen Nachfolger?

Glaubt man den Untersuchungen und repräsentativen Umfragen, dann suchen jährlich über 10 000 Unternehmen eine Nachfolgelösung. In der Dunkelziffer liegen die Inhaber, die der Gesundheit wegen und daher vor Erreichen des Pensionsalters verkaufen müssen. Oder die jungen Inhaber, die Firmen aufbauen und wenn sie gut laufen, wieder abstossen, um neues Potenzial zu suchen. Deshalb könnte die Zahl der Nachfolgesuchenden weit höher liegen.

«Emotionen beeinflussen den Verkauf sehr stark. Unternehmer fühlen sich gegenüber ihren Mitarbeitern und Kunden verpflichtet.»

Wann ist der beste Zeitpunkt, um die Nachfolge zu regeln?

Die Idee hegen viele Inhaber schon Jahre zuvor. Zwei Jahre erscheinen uns allerdings ein vernünftiger Rahmen zu sein, damit sich die Betroffenen gut vorbereiten können und beim Verkauf nicht unter Zeitnot geraten. Denn Zeitdruck ist eine sehr schlechte Komponente bei einem Firmenverkauf.

Sein Lebenswerk aus der Hand zu geben, ist nicht leicht. Gibt es viele Unternehmer, die diesen Entscheid auf die lange Bank schieben?

Ja, das kommt öfter vor. Doch das ist nur verständlich, gerade wenn man noch viele Ideen hat, fit ist und die Firma jahrelang mit Herzblut aufgebaut hat.

Kommen die Nachfolgesuchenden direkt zu Ihnen oder erst dann, wenn sie selber gescheitert sind, einen passenden Nachfolger zu finden?

Es gibt Fälle, in denen es Inhaber zuerst selbst versuchen. Gerade jene Unternehmer, die zuerst in ihrem Bekanntenkreis anklopfen. Oft merkt man aber erst während des Prozesses, wie intensiv diese Arbeit und wie gross der Aufwand ist. Dann sind sie doch froh, einen Partner an der Hand zu wissen, der sie dabei unterstützt. Noch dazu einen Partner, der ein grosses Netzwerk an Kaufinteressenten besitzt und die Marktwerte kennt.

Wo liegen Ihrer Meinung nach die grössten Hürden bei der Nachfolgersuche?

Aus der Sicht der Eigentümer gibt es vielfach konkrete Preisvorstellungen, die aber oft nicht der aktuellen Situation entsprechen. Zudem haben sie ein bestimmtes Bild vor Augen, wie die Nachfolger sein sollten oder was diese vorher gemacht haben. Wir haben oft Firmen an Leute verkauft, die aus anderen Bereichen stammten, aber so gute Ideen hatten, dass sie die Firma super weiterführten. Hierbei können wir ein wertvoller Vermittler sein.

Kann die Business Broker AG beeinflussen, dass der Marktwert einer Firma steigt oder zumindest zum Wunschpreis verkauft wird?

Eine heikle Frage. Wir müssen uns natürlich ganz klar an die Fakten eines Unternehmens halten, schönreden können wir nichts, das wäre auch nicht hilfreich. Aber manchmal legen Unternehmer den Schwerpunkt am falschen Ort oder verlieren sich im Detail, dann hilft die objektive und professionelle Analyse des Spezialisten. Und natürlich auch unsere Erfahrungswerte.

Wie schwierig ist es, ein angeschlagenes Unternehmen zu verkaufen?

Sanierungsfälle bearbeiten wir nicht, denn das ist ein ganz anderes Business. Wir übernehmen auch keine Mantelverkäufe oder handeln mit Patenten. Unsere Philosophie ist, bestehende Existenzen zu verkaufen. Anders ist es bei Unternehmen, die aufgrund wirtschaftlicher Entwicklungen Probleme bekommen haben – beispielsweise Verluste durch Euroschwankungen. Da können wir und auch der Käufer abschätzen, ob sich ein Unternehmen wieder erholt und in welchem Zeitraum.

Wie stark beeinflussen Emotionen den Unternehmensverkauf?

Sehr stark. Unternehmer fühlen sich gegenüber ihren Mitarbeitern und Kunden verpflichtet. Meist sind sie auch im Dorf verwurzelt. Deshalb sehen wir unsere Aufgabe nicht nur darin, nach Fakten zu handeln, sondern auf die Wünsche und Interessen der Mandanten einzugehen. So kommt es oft vor, dass



Britta Häberling,
Geschäftsführerin der
Business Broker AG:
«Wir arbeiten auf
Erfolgsbasis.»

das Unternehmen nicht an den Meistbietenden geht, sondern an denjenigen, der aus Sicht des Verkäufers die Firma am besten weiterführen wird.

Apropos Emotionen: Wie behauptet sich eine Frau in diesem doch sehr männerdominierten, harten Business?

Ich spüre eigentlich gar keinen Druck diesbezüglich. Denn letztlich entscheiden die Kompetenzen. Aber Sie haben es angesprochen, das weibliche Einfühlungsvermögen kann in diesem doch sehr emotionsgeladenen Umfeld sehr wohl ein Vorteil sein.

Welche Ziele verfolgen Sie mit der Business Broker AG?

Wir sind das grösste und erfolgreichste Unternehmen für den Verkauf von KMU. Diese Position wollen wir weiter ausbauen und werden deshalb weitere Standorte eröffnen.

Wie tief muss ein Mandant in die Tasche greifen, wenn er die Business Broker AG engagiert?

Wir arbeiten auf Erfolgsbasis. Das heisst, das Honorar wird erst bei erfolgreichem Verkauf fällig. Der

Mandant zahlt zu Beginn nur einen kleinen Initialaufwand. Dieser Betrag wird bei Verkaufsabschluss innerhalb eines Jahres angerechnet. Für den Mandanten hat dies den Vorteil, dass er genau weiss, mit welchen Kosten er zu rechnen hat. So sind beide Parteien bestrebt, den Verkauf so effizient wie möglich über die Bühne zu bringen.

Welchen Rat geben Sie nachfolgesuchenden Inhabern mit auf den Weg?

Dass man sich schon im Vorfeld mit dem Gedanken beschäftigt und gewisse Vorkehrungen trifft. Für den Verkaufsprozess benötigen wir Unterlagen und Jahresabschlüsse, die man besser frühzeitig zusammenstellt. Es hilft auch, wenn sich der Inhaber in der Firma nicht mehr unersetzlich macht, sondern Know-how frühzeitig weitergibt und wichtige Prozesse dokumentiert.

Interview: Nathalie Schoch

Bild: zVg.

Zum Unternehmen

2007 gegründet, ist die Business Broker AG heute das bedeutendste Beratungsunternehmen für den Verkauf von KMU in der Schweiz. Aktuell sind es über 250 Mandate aus diversen Branchen mit Transaktionsgrössen zwischen CHF 250'000 und 25 Millionen. Das Kerngeschäft: Unternehmensverkäufe, Unternehmensbewertungen und Verkauf von Gewerbeimmobilien. 2014 hat das Raiffeisen Unternehmerzentrum (RUZ) 100 Prozent der Aktien der Business Broker AG übernommen. www.businessbroker.ch

Anzeige

bb businessbroker
Erfolgreich in die Zukunft

Business Broker AG
Florastrasse 44 CH-8008 Zürich
T +41 (0)44 420 11 11 info@businessbroker.ch

	Umsatz:	Preis:
Grosshandelsunternehmen für Getränke	CHF 1'831'738.–	CHF 1'900'000.–
Dienstleister im Facility Management (Textilunterhalt)	CHF 230'000.–	CHF 195'000.–
Maschinen- und Werkzeughandel mit Exklusivvertretungen	CHF 650'000.–	CHF 250'000.–
International renommierte Firma für hochwertige Schuhmode	CHF 7'800'000.–	CHF 4'400'000.–
Etabliertes Verlagshaus mit eigener Werbeagentur	CHF 655'000.–	CHF 680'000.–
Ingenieurbüro im Bereich der elektrischen Energieversorgung	CHF 500'000.–	CHF 290'000.–
Traditionsreiches Handelsunternehmen mit technischen Produkten	CHF 5'341'000.–	CHF 3'000'000.–
Beliebtes Bildungszentrum an aussergewöhnlicher Lage	CHF 127'000.–	CHF 150'000.–
Führender Anbieter im Messe- und Ausstellungsbau	CHF 1'160'000.–	CHF 1'400'000.–
Fachgeschäft für erstklassige Mountainbikes	CHF 817'600.–	CHF 495'000.–
Schlank organisiertes Unternehmen mit Exklusivverträgen	CHF 780'000.–	CHF 780'000.–
Umsatzstarkes IT-Unternehmen mit eigenem Datacenter	CHF 7'900'000.–	CHF 5'700'000.–

www.businessbroker.ch

Auf verschiedenen Wegen zum Unternehmertum

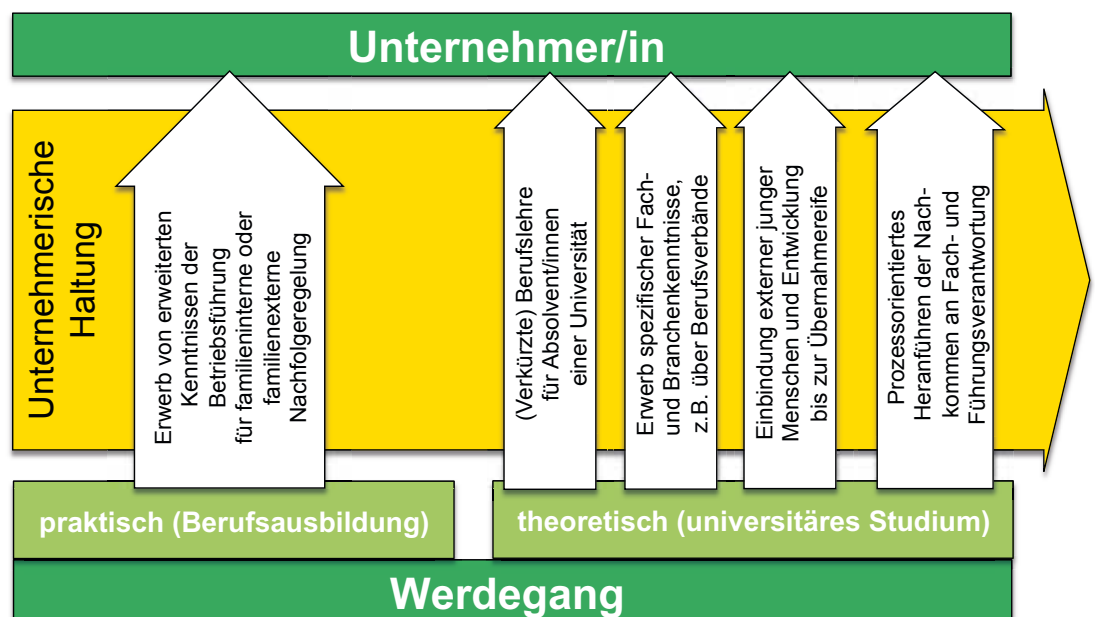
Ein funktionierender Markt im Kontext Nachfolge bedeutet, dass sich Angebot und Nachfrage einigermaßen decken. Unsere These lautet: Je kleiner die Unternehmen, desto grösser ist der Angebotsüberhang.

Wenn wir mit etwas Distanz auf den Gesamtmarkt schauen, dann stechen verschiedene Phänomene in die Augen. **Fachkräftemangel** bedeutet, dass vielen Kleinst- und Kleinunternehmen Mitarbeitende fehlen, die neben der Ausführung der Kernleistung erweiterte Aufgaben (und damit erhöhte Verantwortung) übernehmen können, beispielsweise in AVOR, Projektleitung und Verkauf. Aus dem Mund von Unternehmern, vorwiegend Gewerbetreibenden, heisst es dann: «Mir fehlen Leute, die mitdenken und Verantwortung übernehmen und nicht nur ausführen-des Organ nach Anweisung sind.»

Ein zweites Phänomen heisst **Akademisierung**. Immer mehr junge Menschen beschreiten den gymnasialen Weg und studieren an einer Universität, anstatt die Möglichkeit zu nutzen, eine Berufsausbildung zu machen, die mit verschiedenen Fachausbildungen auf Positionen mit erhöhter Verantwortung vorbereitet oder mit der Berufsmatura den Weg an eine Fachhochschule eröffnet und damit ebenfalls zu einem Tertiärabschluss führt. Bei den gleichen Unternehmern wie oben heisst es dann: «Was soll ich denn mit einem Akademiker

anfangen, der noch nie gearbeitet hat? Der kostet mich eh zu viel für das, was er mir dann ab Einstieg an effektiver Wertschöpfung bieten oder abnehmen kann.»

Das dritte Phänomen heisst bei den Soziologen **Multioptionsgesellschaft**. Wir besitzen verschiedene Handlungsmöglichkeiten. Die Option der Wahl bringt aber auch immer die (nagende) Frage mit sich, ob wir denn richtig gewählt haben. Den heutigen Absolventinnen und Absolventen von Fachhochschulen und Universitäten stehen verschiedene Möglichkeiten offen, wo, bei wem und in welcher Form sie arbeiten möchten. Gerade bei potentiellen familieninternen Nachfolgern beobachten wir häufig, dass sie sich auch aus einer gewissen Enttraditionalisierung heraus für andere berufliche Optionen entscheiden. Die Vielfalt an Möglichkeiten und der Wunsch, den eigenen Weg zu gehen, sind wesentliche Erklärungen für den Rückgang von familieninternen Nachfolgeregelungen. Bei den Eigentümern heisst es dann manchmal: «Wir sind halt mit unserem Betrieb nicht so attraktiv wie internationale Grosskonzerne mit Traineeprogrammen. Wir wollen unseren Kindern



auch keine Steine in den Weg legen, lassen sie deshalb ziehen und hören mit dem Geschäft auf.»

Im Kontext der Nachfolgeregelung beobachten wir in der Folge, dass die Übergeber oft (zu) lange warten und erst im letzten Moment versuchen, das Unternehmen im Sinne einer Transaktionslogik zu verkaufen. Die bittere Wahrheit ist: Je kleiner ein Unternehmen ist – und über 80 Prozent aller Unternehmen in der Schweiz sind Kleinst-Unternehmen – desto schwieriger wird es, Individuen als Käufer zu gewinnen. Verkaufsangebote wie die kleine Apotheke, den Optiker um die Ecke, das kleine Fachgeschäft für Spezialitäten oder den Handwerksbetrieb mit 5 bis 8 Mitarbeitenden gibt es auf dem Markt viele. Die käuferseitige Nachfrage ist aber nicht wirklich da, und so heisst es dann einfach: selber weiter arbeiten und dann die ordentliche Geschäftsaufgabe suchen. Daher formulieren wir die folgende These: Der Fachkräftemangel und die fehlende Nachfrage (= Käufer) von handwerklich und gewerblich geprägten Kleinst- und Kleinunternehmen haben vor allem mit den Phänomenen der Akademisierung und der Multioptionsgesellschaft zu tun. Wir befassen uns mit der Frage, wie mögliche Lösungsbeiträge aussehen könnten.

Erster Ansatz: Nach einem universitären Studium ermöglicht eine (verkürzte) Berufslehre, sich spezifische Fachkenntnisse anzueignen. Ein Betriebswirtschaftsstudium beispielsweise befähigt u.a. zur Erstellung von Konzepten und zur Bewältigung von Unterstützungsprozessen wie Buchhaltung, Marketing etc. Beim Offertwesen wird es aber ohne Fach- und Branchenkenntnisse meist schwierig. Den Weg «Studium und Berufslehre» zu beschreiten braucht Mut und innere Überzeugung; im Einzelfall haben wir diesen Karriereweg bereits beobachten können.

Zweiter Ansatz: Das Schweizerische Bildungssystem ermöglicht es, nach einer Berufslehre einen akademischen Weg über die Berufsmatura und die Fachhochschule einzuschlagen. Wie müsste ein Angebot aussehen, das in die andere Richtung zeigt? Welche Möglichkeiten könnten beispielsweise Berufsverbände akademisch ausgebildeten Personen anbieten, um berufliche Fachkenntnisse zu erlangen?

Dritter Ansatz: Wenn wir die Unternehmensnachfolge als Entwicklungs- und nicht als Transaktionsprozess verstehen, gibt uns dies die Möglichkeit, junge Menschen rechtzeitig ans Unternehmen und die damit verbundene Fach- und Führungsverantwortung heranzuführen. Dies bedarf zum einen Zeit und zum zweiten einer verbindlichen Prozessführung. Dabei ist allseitig Geduld, Empathie, Reflexionsbereitschaft, eine offene Kommunikation und Konsequenz in der Prozessführung gefordert. Eine schnelle Lösung mit raschem Geldfluss darf dabei für keine der Parteien im Vordergrund stehen; angestrebt wird eine zeitlich strukturierte Lösung mit Weitblick. Oder einfach gesagt: Anstatt Geld gibt es Leistung in der Verfolgung eines gemeinsamen Ziels.

Vierter Ansatz: Die potentiellen Verkäufer könnten sich überlegen, wie akademisch geprägte junge Men-

Das St.Galler Unternehmerseminar für MBO/ MBI-Kandidaten richtet sich an unternehmerische Persönlichkeiten, die vor dem Lebensentscheid stehen, ob sie ein Unternehmen übernehmen wollen oder nicht. Neben der Vermittlung von Fachwissen steht vor allem der Erfahrungsaustausch im Zentrum. (Web: www.cfg.unisg.ch/mbo-mbi)

Das Center for Family Business der Universität St.Gallen (CFB-HSG) generiert Wissen rund um das Thema Familienunternehmen und stellt dieses für Familien, NachfolgerInnen und BeraterInnen in geeigneter Form zu Verfügung. (Web: www.cfb.unisg.ch/de/wb)

schen für das Unternehmen gewonnen, eingesetzt und «auf Umwegen» in den Dienst eines Unternehmens gestellt werden können. Wir sind immer wieder positiv überrascht, was möglich wird, wenn sich die beiden Parteien auf einen entsprechenden Anbahnungsprozess einlassen und dabei die Frage ins Zentrum gestellt wird, was die Parteien gemeinsam erreichen können und welchen Mehrwert dies schafft. Wir begegnen im Rahmen des St.Galler Nachfolgeseminars für MBO/MBI-Kandidaten sehr gut geschulten Persönlichkeiten mit Führungserfahrung, die aus Grosskonzernen ausbrechen wollen und gleichzeitig die Bereitschaft (und zum Teil auch das Flair) mitbringen, sich sehr praktischen Themen anzunehmen und nicht ausschliesslich «am Bildschirm» ein Unternehmen mitgestalten zu wollen. Das direkte Einzelgespräch mit Käufer und Verkäufer und ihre Zusammenführung über den Dialog sind dabei zielführend. Das MBO/MBI-Seminar ist ein konkretes Lösungsangebot dazu. Die bereits gemachten Erfahrungen stimmen uns zuversichtlich, auch wenn noch ein langer Weg zurückzulegen ist.

Text: Frank Halter und Claudia Buchmann



Dr. Frank Halter ist Gründungs- und Geschäftsleitungsmitglied des Center for Family Business der Universität St.Gallen (CFB-HSG) und fokussiert sich seit Jahren auf das Thema Unternehmensnachfolge (Kontakt: frank.halter@unisg.ch)



Claudia Buchmann ist Unternehmerin und dipl. Laufbahn- und Karriereberaterin. Sie berät (zukünftige) Unternehmer-Persönlichkeiten im Nachfolgeprozess. (Kontakt: claudia.buchmann@nachfolgeplan.ch)

Automatischer Informationsaustausch

Im Dezember 2015 hat das schweizerische Parlament die Gesetzesgrundlagen für den automatischen Informationsaustausch in Steuersachen (AIA) geschaffen. Damit sollen die Finanzintermediäre in der Schweiz verpflichtet werden, ab dem Kalenderjahr 2017 Bankdaten ausländischer Kunden zu sammeln, die ab 2018 jährlich automatisch von der Eidgenössischen Steuerverwaltung an ausländische Steuerbehörden übermittelt werden sollen. Umgekehrt soll die Eidgenössische Steuerverwaltung ausländische Bankdaten von Schweizer Steuerpflichtigen erhalten. Welche Folgen eine Meldung haben kann und welche Handlungsoptionen bestehen, soll nachfolgend verdeutlicht werden.

Was steckt hinter dem AIA?

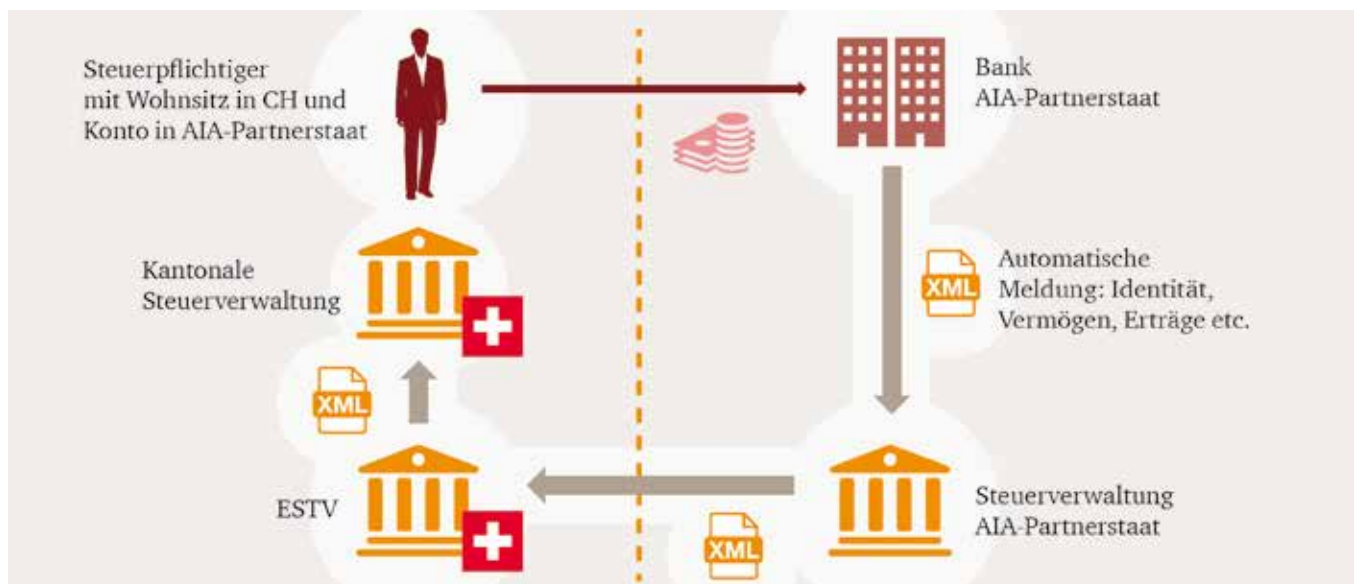
Ziel des AIA ist die Bekämpfung der grenzüberschreitenden Steuerhinterziehung, die in der Folge der Finanz- und Schuldenkrise zu einem wichtigen internationalen Anliegen geworden ist. Ein globaler AIA-Standard wurde im Juli 2014 vom Rat der OECD verabschiedet. Mittlerweile haben sich die Mitgliedsländer der G20, der OECD und weitere wichtige Finanzplätze (insgesamt rund 100 Staaten) verpflichtet, den AIA-Standard in den nächsten Jahren umzusetzen.

Im Rahmen des AIA werden Finanzinstitute in Ländern, die den AIA-Standard umgesetzt haben, verpflichtet, den Steuerbehörden ihres Sitzlandes In-

formationen über ihre ausländischen Kunden und deren Finanzkonten zu liefern. Damit die Steuerbehörden diese Informationen mit den Steuerbehörden anderer teilnehmender Länder austauschen können, wird ein bi- oder multilateraler Staatsvertrag für den automatischen Informationsaustausch vorausgesetzt (AIA-Abkommen).

Kunden von Finanzinstituten (Banken, Versicherungen, Vermögensverwalter etc.), die in einem Staat mit welchem die Schweiz ein AIA-Abkommen abgeschlossen hat, steuerlich ansässig sind, müssen damit rechnen, dass ihre Daten an die zuständigen ausländischen Steuerbehörden weitergeleitet werden. Wenn diese vor dem Datenaustausch nicht steuerrechtlich

Funktionsweise AIA
(vereinfacht)



links:
Roman Brunner
Partner PwC



rechts:
Martin Meyer
Director PwC



sind, drohen je nach Art des Delikts Bussen, Nachsteuern oder strafrechtliche Konsequenzen.

Wer ist vom AIA betroffen?

Schweizerische Finanzinstitute werden Informationen über Kunden melden, die in einem anderen Staat, mit dem ein AIA-Abkommen besteht, steuerlich ansässig sind. Umgekehrt melden ausländische Finanzinstitute in Ländern, die ein AIA-Abkommen mit der Schweiz abgeschlossen haben, Informationen über Kunden, die in der Schweiz ansässig sind. Mit der EU, Australien, Island, Norwegen, Jersey, Guernsey und Isle of Man hat die Schweiz ein Abkommen über den AIA unterzeichnet. Die entsprechenden Vorlagen wurden kürzlich ans Parlament zur Beratung übermittelt und sollen am 1.1.2017 in Kraft treten. Für Kunden, die in der Schweiz ansässig sind und eine Kundenbeziehung mit einem Finanzinstitut in der EU unterhalten, ist somit ab 1.1.2017 mit einer Meldung der Bankdaten an die Eidgenössische Steuerverwaltung zu rechnen.

Mit Liechtenstein ist gegenwärtig noch kein AIA-Abkommen in Aussicht (wobei unter dem neuen DBA ab 1.1.2017 Gruppenanfragen nicht ausgeschlossen werden können). Der Druck der OECD auf die Schweiz und Liechtenstein, ein AIA-Abkommen abzuschliessen, dürfte jedoch wohl hoch sein. Unserer Einschätzung nach ist es daher eine Frage der Zeit, bis die Verhandlungen für ein gegenseitiges AIA-Abkommen aufgenommen werden. Mit anderen Drittstaaten wie z. B. Singapur könnten AIA-Abkommen folgen, damit die Wirksamkeit des AIA erhöht wird und für die Finanzplätze gleiche Wettbewerbsbedingungen geschaffen werden können.

Welche Daten werden übermittelt?

Um Umgehungsmöglichkeiten einzudämmen, soll der AIA alle Arten von Finanzprodukten (mit be-

stimmten Ausnahmen) erfassen, die direkt oder indirekt von natürlichen Personen oder Rechtseinheiten gehalten werden. Meldepflichtig sind somit Konten von natürlichen Personen und Rechtseinheiten, unabhängig von ihrer rechtlichen Ausgestaltung (einschliesslich Trusts, Stiftungen etc., die nicht selbst meldepflichtig sind). Gegebenenfalls sind auch gewisse Lebensversicherungsprodukte meldepflichtig.

Die auszutauschenden Informationen enthalten unter anderem Angaben zum Steuerpflichtigen (Name, Adresse, Geburtstag, Registernummer) sowie Angaben zu den Einkünften (Erträge, Guthaben).

Welche Möglichkeiten bestehen zur Regularisierung von Vermögenswerten?

In der AIA-Vorlage war ursprünglich eine Steueramnestie vorgesehen, die eine reduzierte Nachbesteuerung von fünf Jahren ermöglicht. Diese Bestimmung wurde vom National- und Ständerat jedoch wieder aus der AIA-Vorlage gestrichen, da die Steueramnestie mit der Möglichkeit der einmaligen straffreien Selbstanzeige (mit Nachbesteuerung von zehn Jahren) in Konkurrenz steht.

Somit bietet sich für Steuerpflichtige, die nicht deklarierte Vermögenswerte (Bankkonti, Lebensversicherungen etc.) im Ausland besitzen und vom AIA betroffen sind, die Möglichkeit einer straflosen Selbstanzeige. In den vergangenen 2 Jahren haben viele Steuerpflichtige in der Schweiz von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht und haben damit die Regularisierung ihres ausländischen Vermögens in die Wege geleitet. Sofern die Voraussetzungen einer straflosen Selbstanzeige erfüllt sind, dürfen diese Steuerpflichtigen damit rechnen, dass eine auf höchstens zehn Jahre beschränkte Nachsteuer (inkl. Verzugszinsen) erhoben wird und eine allfällige Busse bzw. Bestrafung wegfällt.

Titelstory im Zeitlupentempo

Am 31. August 2015 veröffentlichte die IHK St.Gallen-Appenzell eine Medienmitteilung mit dem Titel «Parlamentarier am Futtertrog des Staates». Eine Auswertung hatte ergeben, wie viele kantonale Parlamentarier direkt oder indirekt für den Staat und nicht in der Privatwirtschaft tätig sind. Am 7. Februar 2016 – mehr als fünf Monate später – später machte die «Ostschweiz am Sonntag» aus diesem Thema die Titelstory. Das knappe halbe Jahr Verzögerung war allerdings immer noch eine zu kurze Zeitspanne,

um zusätzliche Informationen zu beschaffen; der Artikel in der Sonntagsausgabe des «St.Galler Tagblatts» beschränkte sich auf die exakte Wiedergabe der IHK-Zahlen und ein Kurzinterview mit Robert Stadler, dem IHK-Vizedirektor. Wir erwarten nun gespannt eine Titelstory zu den Ergebnissen der St.Galler Regierungsratswahlen kurz vor nächster Weihnacht. Die Reaktion der IHK auf den «Eile mit Weile»-Journalismus lautete in einem Kommentar auf Facebook übrigens so: «Besser spät als nie».

Starticket schluckt Ticketportal



Die Tamedia-Tochter Starticket übernimmt durch einen Aktientausch die Schweizer Ticketingtätigkeiten des St.Galler Softwareunternehmens Ticketportal. Die bisherigen Eigentümer werden zu Starticket-Aktionären. Dieter Fröhlich, bisher Chef und Miteigentümer von Ticketportal, gibt die Leitung ab, nimmt aber Einsitz im Starticket-Verwaltungsrat. Starticket und Ticketportal kooperieren bereits seit fast zwei Jahren im Vertrieb.

Rexam eröffnet Werk in der Schweiz

Ende 2015 hat Rexam, Europas führender Getränkedosenhersteller, sein erstes Werk in der Schweiz eröffnet. Wand an Wand zum Abfüller Rauch werden in Widnau nun bis zu 2,2 Milliarden Dosen pro Jahr vom Band laufen, um die weltweit steigende Nachfrage nach Energydrinks zu decken. Mit dem neuen Werk entstanden rund 140 neue Arbeitsplätze in der Region.

asm MesseProfis übernimmt Impact Unlimited

Rückwirkend per 1. Januar hat die asm MesseProfis AG aus Erlen die Impact Unlimited GmbH aus Wil übernommen. Die asm MesseProfis AG, ein Unternehmen der Dietsche MontageProfis Holding AG, gewinnt so an wertvollen Synergien und verbessert nachhaltig ihre Marktposition. Alle Mitarbeiter der Impact Unlimited GmbH werden in den Messe- und Standbauer integriert.

Camion Transport holt Zünd mit an Bord

Die Camion Transport AG mit Hauptsitz in Wil übernimmt per 1. April die Bereiche Transport und Logistik der Zünd Transport AG in Altstätten. Das Rheintaler Transport- und Logistikunternehmen zieht sich infolge fehlender Nachfolgeregelung aus den operativen Geschäftsfeldern zurück. Der Standort im Rheintal bleibt erhalten; den rund 50 Mitarbeitern von Zünd wird eine Weiterbeschäftigung angeboten.

Neues Erscheinungsbild für Rosenklinik



Zum 20-jährigen Jubiläum bezieht die Rapperswiler Rosenklinik im Neubau «Merkurhof» beim Bahnhof grosszügige und topmoderne Räumlichkeiten.

Am 4. Januar nahm sie den Betrieb am neuen Standort auf.

Forster Rohner kauft Jakob Schlaepfer

Die Forster Rohner AG kaufte die Jakob Schlaepfer AG per 1. Januar. Alle 50 Mitarbeiter inklusive Kreativchef Martin Leuthold werden von der Forster-Rohner-Gruppe übernommen, die weltweit über 800 und in St.Gallen 150 Menschen beschäftigt. Aufgrund der verschiedenen Handschriften der beiden Firmen wird die Jakob Schlaepfer AG, die der ebenfalls in St.Gallen domizilierten Filtext AG gehörte, als eigenständige Marke weitergeführt.

Otto Keller integriert Geschäfte von Ackermann

Die 1897 gegründete Ackermann AG in Egnach hat nach einer neuen strategischen Ausrichtung gesucht. Gefunden hat sie diese mit der Otto Keller AG in Arbon. **Die Klimamacher führen ab 1. April 2016 deren operativen Geschäfte; alle Mitarbeiter der Ackermann AG werden von der Otto Keller AG weiter beschäftigt.** Es ist eine klassische Win-win-Situation: Das Angebot und der Service bleiben für alle Ackermann-Kunden gewährleistet, gleichzeitig profitieren sie von zusätzlichen Dienstleistungen der Otto Keller AG. «Und die Otto Keller AG kann ihre Kernkompetenzen dank der Ackermann AG erweitern und mit dem Sanitärbereich die gesamte HLKS-Palette anbieten», sagt Dennis Reichardt, CEO und Mitinhaber der Otto Keller AG.



Expo 2027 geht in die nächste Runde

Die nächste Schweizer Landesausstellung soll 2027 in der Region Ostschweiz stattfinden. In den Kantonen St.Gallen, Thurgau und Appenzell Ausserrhodens haben die Kantonsparlamente einem Planungskredit zugestimmt. Am 5. Juni kommt dieser Planungskredit in den Standortkantonen St.Gallen und Thurgau vors Volk – in St.Gallen wird über fünf Millionen Franken abgestimmt, im Thurgau über drei Millionen. **Nun machen sich im überkantonalen Komitee «Chance Expo» namhafte Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Tourismus für das Projekt stark.**

Ogi am Neujahrsapéro der TKB

Dass der Thurgauer Neujahrsapéro der TKB in zahlreichen Agenden fix eingetragen ist, zeigte sich auch bei dessen sechster Durchführung im Pentorama in Amriswil. Der TKB-Geschäftsvorsitzende Heinz Huber (links im Bild) begrüßte 400 Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Alt Bundesrat Adolf Ogi blickte in seinem mit Anekdoten gespickten Referat zurück auf die Stationen seiner bewegten Laufbahn – von seiner Heimat Kandersteg über das Bundeshaus in Bern und den Olympischen Winterspielen in Sapporo bis hin zur UNO nach New York. **Nein, er habe nie alles richtig gemacht, sagte Ogi, doch alles stets mit Herzblut und Überzeugung.**



in kürze

LEADER

› Remo Daguati

Remo Daguati war bis Ende Januar Mitglied der Geschäftsleitung von Switzerland Global Enterprise (S-GE, ehemals Osec). Seit Februar führt er mit der LOC Consulting in St.Gallen sein eigenes Unternehmen.

› Philipp Schwander

Im März eröffnet Philipp Schwander mit seiner Selection Schwander am Burggraben 24 in St.Gallen seine erste Filiale neben dem Hauptsitz in Zürich.

› Harald Pichler

Per 1. Februar hat der Verwaltungsrat der AFG Arbonia-Forster-Holding AG Harald Pichler zum neuen Leiter der Division Gebäudehülle und zum Mitglied der Konzernleitung ernannt.

› Ammann und Frei

Die Aktionäre der Rheintal Messe und Event AG wählten Thomas Ammann, Gemeindepräsident von Rüthi und frisch gewählter Nationalrat, zum neuen Verwaltungsratspräsidenten. Sein Vorgänger Reinhard Frei trennt sich wegen Differenzen von der Rhema.

› Walter Meister

Adcubum hat Walter Meister per 1. Dezember zum Chief Technology Officer ernannt.

› Eberle und Wagner

Im Frühjahr treten Roland Eberle und Hans Wagner aus dem Verwaltungsrat der Spital Thurgau AG zurück. An der Generalversammlung vom 18. Mai soll ihre Nachfolge gewählt werden.

› Edgar Sidamgrotzki

Nach über 18 Jahren geht Edgar Sidamgrotzki, Chef des Thurgauer Amtes für Wirtschaft und Arbeit, in Pension. Er verlässt das Departement für Inneres und Volkswirtschaft per Ende Juni.

› Daniel Ehrat

Daniel Ehrat ist seit dem 1. Dezember 2015 am Hauptsitz der St.Galler Kantonalbank für Nachfolgeberatungen von KMU zuständig. Ehrat leitetet bis Oktober 2014 die Tagblatt Medien.

› Daniel Steffen

Daniel Steffen ist neuer Geschäftsführer des Flughafens St.Gallen-Altenrhein. Sein Vorgänger Armin Unternährer trat aus gesundheitlichen Gründen zurück.



Michael Götte ist
Gemeindepräsident von
Tübach und Fraktions-
präsident der SVP SG

Expo2027: Relevante Projekte sind gefragt

Im Jahr 2027 soll die Ostschweiz Gastgeberin der nächsten Landesausstellung werden. Die konzeptuelle Planung für den Grossanlass umfasst die vor-alpinen Landschaftsräume wie Bodensee, Rhein und Säntis sowie die charakteristische dezentrale Siedlungsstruktur der Ostschweiz.

In den Trägerkantonen Appenzell AR, St.Gallen und Thurgau sind die dafür notwendigen Vorkehrungen im Gang. Noch ist aber nichts entschieden, zuerst muss eine Machbarkeitsstudie erstellt und ein Bewerbungsdossier zuhanden des Bundesrates ausgearbeitet werden. Diese Aufgaben soll eine Geschäftsstelle mit entsprechendem Personal übernehmen. Dafür müsste der Kanton St.Gallen einen Beitrag von fünf Millionen, der Kanton Thurgau von drei Millionen und der Kanton Appenzell AR von 800'000 Franken leisten. Die restlichen 700'000 Franken sollen durch Dritte finanziert werden. Somit wird die Machbarkeit eine ordentliche Summe von 9.5 Millionen beanspruchen. Dank der SVP-Fraktion im St.Galler Kantonsrat wird das St.Galler Stimmvolk über den Beitrag zur Machbarkeitsstudie entscheiden können. So auch im Kanton Thurgau.

Nach einer erfolgreichen Abstimmung wären die Planer gefordert, ein Konzept der Nachhaltigkeit auszuarbeiten, von dem unsere Region auch langfristig profitieren kann. Dies im Gegensatz zu den Erfahrungen mit der Expo02, von der nach ihrem Abschluss nichts mehr übrig blieb. In der Ostschweiz sind weniger künstlerische Spielereien als vielmehr für die

Standortattraktivität relevante Projekte gefragt.

Ein wesentlicher Aspekt ist der Einbezug der Ostschweizer Wirtschaft. Es gilt, die Vorzüge unserer Ostschweiz auch den Besuchern aus den anderen Landesteilen und dem angrenzenden Ausland bekannt zu machen. Wenn die Möglichkeit zur überkantonalen Zusammenarbeit ein zentrales Element der Expo2027 sein wird und es eine dem 21. Jahrhundert entsprechende Landesausstellung in Aussicht gestellt werden kann, werden die Stimmberechtigten mindestens der anstehenden Machbarkeitsstudie zustimmen.

Ein kleiner Vorläufer wird hoffentlich im Jahr 2025 das eidgenössische Schwing- und Älplerfest sein, bei dem sich eine Interessengruppe für eine St.Galler Bewerbung einsetzt. Vor Kurzem wurde die Machbarkeit erfolgreich präsentiert. Auch wenn ein solches nationales Fest nur ein Wochenende dauert, hat es bei der letzten Durchführung vor drei Jahren in Burgdorf eine Bruttowertschöpfung von 64 Millionen Franken generiert.

Von Michael Götte



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 gerne zur Verfügung. www.leaderonline.ch

Presented by
LEADER

SPECIAL

«Ich bin mutiger geworden im Ansprechen von schwierigen Themen»

Seit 1997 arbeitet Anton Bruhin (56) bei HUBER+SUHNER AG, einem Hersteller von elektrischer und optischer Verbindungstechnik. Dort ist er für das Prozess- und Qualitätsmanagement zuständig. Er unterstützt die weltweit 4000 Mitarbeitenden mit Beratung und Trainings vor Ort oder per Webkonferenz und leitet Projekte zur Qualitätsverbesserung. Bruhin hat also täglich mit Coaching-Situationen zu tun. Am GBS St.Gallen fand er den geeigneten Lehrgang, um seinen beruflichen Herausforderungen optimal begegnen zu können.



Anton Bruhin, Prozess- und Qualitätscoach bei HUBER+SUHNER AG in Pfäffikon ZH.

(Foto: Photopress/Dominik Baur)

Welchen Schwierigkeiten begegnen Sie in Ihrem beruflichen Alltag?

Die Globalisierung der Märkte, die gestiegenen Ansprüche der Kunden sowie die mit der Frankenstärke verbundenen Spar- und Verlagerungsmassnahmen sind aktuell eine sehr grosse Herausforderung in meinem Beruf. Die Prozesse sind komplexer geworden und die Zusammenarbeit im internationalen Umfeld mit den unterschiedlichsten Kulturen entsprechend anspruchsvoller. Umso wichtiger ist es daher, unsere Mitarbeitenden dabei zu unterstützen, Spitzenqualität für unsere Kunden herzustellen.

Welchen beruflichen Mehrwert bietet der Lehrgang für Ihre Arbeit?

Ich habe ein besseres Verständnis für Konfliktsituationen entwickelt und bin mutiger geworden im Ansprechen von schwierigen Themen. Die Weiterbildung hat meine Beratungs- und Coaching Fähigkeiten verbessert. Die Moderation von Workshops fällt mir jetzt viel leichter. Dies konnte ich bereits bei einem internationalen Projektreview zeigen.

Gewaltfreie Kommunikation

Was ist Ihr persönlicher Nutzen für Ihre Arbeit?

Die Übungen haben mir unbewusste Muster und verinnerlichte Verhaltensweisen in Konfliktsituationen

vor Augen geführt. Dank den professionellen Inputs der Dozierenden sowie der anderen Teilnehmer reagiere ich auf Vorwürfe jetzt gelassener. Dabei hat mir zum Beispiel das Konzept der Gewaltfreien Kommunikation nach M.B. Rosenberg neue Möglichkeiten für einfühlsamere Gespräche eröffnet.

Wem können Sie den Lehrgang empfehlen?

Der Lehrgang eignet sich für Personen, die im persönlichen und beruflichen Umfeld als Fach- oder Führungskräfte häufig mit Konflikten und starken Belastungssituationen konfrontiert sind. Mir hat die Weiterbildung sehr gefallen und ich kann sie absolut weiterempfehlen.

Zum Lehrgang

Systemisches Coaching am GBS St.Gallen

Coaching-Kompetenzen sind heute in fast allen Berufsfeldern gefragt. In der Wirtschaft genauso wie in sozialen und pädagogischen Berufen. Dieser berufsbegleitende Lehrgang bietet Personen aus verschiedensten Berufsfeldern eine praxisorientierte Weiterbildung, welche sie darin unterstützt, herausfordern den Situationen professionell zu begegnen und Prozesse ziel- und lösungsorientiert zu begleiten. Die Systemtheorie ermöglicht ihnen gezielte Diagnosen und bietet vielfältige und effektive Interventionen zur Entwicklung von Menschen und Organisationen an.

Nächster Lehrgangsstart: September 2016

Dauer: 3 Semester, berufsbegleitend

Bitte melden Sie sich für ein persönliches Beratungs- und Informationsgespräch, Telefon 058 228 26 10.

Infoanlass: Dienstag, 26. April 2016, 18 Uhr, GBS St.Gallen, Demutstrasse 115

Weitere Informationen unter www.gbssg.ch

7. Unternehmens- spiegel Ostschweiz

Mitarbeitende im Fokus

Interessante Beispiele von ausgewählten KMU aus der Region St.Gallen und dem Appenzellerland. Der Unternehmensspiegel ist der Anlass für Gewerbebetriebe und KMU.

- 09. März 2016, 18.00 Uhr, Pfalz Keller St.Gallen
 - 23. März 2016, 18.00 Uhr, Hotel zur Linde, Teufen
- Jeweils mit anschliessendem Apéro riche

Kostenlose Anmeldung unter:

www.fhsg.ch/ifu-unternehmensspiegel

acrevi
Ihre Bank, näher bei Ihnen

 Appenzeller
Kantonalbank

helvetia 

DELINAT
Wein aus gemesselter Natur

LEADER

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

FHO Fachhochschule Ostschweiz

Visit
www.pwc.ch

Follow, like and share



PwC Switzerland



PwC Switzerland Careers



@PwC_Switzerland

Lieber unter vier Augen als um sieben Ecken

Kurze Wege zu Ihnen sind uns wichtig. Im Raum Liechtenstein und Ostschweiz beschäftigt PwC über 130 Mitarbeitende. Als Branchenführer stellen wir Ihnen Expertise direkt aus der Region zur Verfügung – sei es für Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung oder Consulting – und erarbeiten so ganzheitliche Lösungen für Sie.

Beat Inauen, Leiter der Geschäftsstelle, +41 58 792 73 11

Roman Brunner, Leiter Steuer- und Rechtsberatung, +41 58 792 72 66

PwC, Vadianstrasse 25a/Neumarkt 5, 9001 St. Gallen



© 2016 PwC. All rights reserved. "PwC" refers to PricewaterhouseCoopers AG, which is a member firm of PricewaterhouseCoopers International Limited, each member firm of which is a separate legal entity.

Starker Auftritt – Körper und Geist in Harmonie

Am 26. April 2016 stehen an der 10. SIGA Messe die Frauen im Mittelpunkt. Die Referate von erfolgreichen Persönlichkeiten wie der ehemaligen Spitzenkunstturnerin Ariella Kaeslin werden bleibenden Eindruck hinterlassen und wertvolle Inputs vermitteln.

Antonia Eppisser,
Buchautorin von
«Ausbrechen statt
Einbrechen».



Während Messeleitung und Aussteller sich vom 23. bis zum 30. April auf ein bunt gemischtes Publikum freuen, dürften am Dienstagmittag im SIGA-Eventzelt Frauen im berufstätigen Alter deutlich in der Überzahl sein. Am Frauenforum – das von Hauptsponsorin und Gastgeberin Bank Linth LLB AG präsentiert wird und unter dem Patronat der FAGS Frauen-Arbeitsgemeinschaft Sarganserland steht – bilden sie den Mittelpunkt. Die Frau von heute ist vielseitig, belastbar und stark. Und dabei soll sie idealerweise jederzeit hübsch anzusehen, natürlich und authentisch sein. Gerade am Erfolg in Wirtschaft und Politik müssen vor allem Frauen hart arbeiten. Ein selbstbewusster Auftritt ist ein Muss. Nach aussen kommunizieren kann frau aber nur, was im Inneren seine Wurzeln gefunden hat. Was authentisch wirkt und authentisch ist. Am SIGA ladies day 2016 machen sich Referentinnen und Referent gemeinsam mit den Teilnehmerinnen auf die Suche nach dem, was sie sind und was sie sein wollen.

Beeindruckende Referate

Eröffnen wird die Vortragsreihe die Widnauerin Antonia Eppisser, Buchautorin von «Ausbrechen statt Einbrechen». Die Marketing- und Verkaufsleiterin selbst hat in ihrem Leben Höhen und Tiefen erlebt,

was sie in ihrem Buch beschreibt. Als Erfinderin der «Multitasche» und Inhaberin der SEA Marketing & Event GmbH hat sie ihre Balance heute gefunden.

Ebenfalls Buchautorin ist Bettina Zimmermann. Der Titel ihres Werkes «Weiblich und mit Biss – Erfolgsstrategien für Frauen» spricht für sich selbst. Die Teilnehmerin der GU Sicherheit & Partner AG, Krisenberaterin für Unternehmen und Dozentin dürfte dem weiblichen Publikum wohl so einige wertvolle Inputs mit auf den Weg geben.

Harald Kitz, der einzige Mann in der Runde, sorgt für den Wohlfühlfaktor. Der Therapeut für komplexe physikalische Therapie ist internationaler Preisträger und Entwickler der in der Tamina Therme praktizierten haki®-Methode zur Behandlung von «kopflastigen Menschen». Er wird mit «haki® – klarer Kopf – klarer Weg» aufzeigen, wie bedeutend das Zusammenspiel von Körper und Geist ist, um die innere Balance zu finden.

Mit Ariella Kaeslin bleiben körperliche Leistung und mentale Stärke das Thema. In ihrer Sportbiografie «Leiden im Licht» erzählt die Luzernerin «die wahre Geschichte einer Turnerin» und hat dadurch öffentlich gemacht, welch hohen Preis sie für ihren Erfolg im Sport bezahlt hat.

Regionale Talkgäste

In der Talkrunde des SIGA ladies day 2016 diskutieren erfolgreiche Frauen aus dem Sarganserland über den starken Auftritt und die Harmonie von Körper und Geist. Mit dabei sind Renata Schmid, ganzheitliche Ernährungsberaterin SHS und ernährungspsychologische Beraterin aus Bad Ragaz, Patrizia Wachter Tanner aus Sargans, Real Estate Managerin und Betriebsökonomin, Mitglied der Geschäftsleitung der Prefera Immobilien AG, und Natascha Parpan, Industriekaufrau und Marketingplanerin von Sesar Grafik GmbH und apropos werbetechnik ag.

Die Anmeldung erfolgt über www.siga-messe.ch, Anmeldeschluss ist der 8. April 2016.

Text: Eva Hediger



Fortschritt spüren.

Der neue Audi A4 Avant.

Vorsprung in Design und Technologie. Sportlich und wegweisend. Komfortable Fahreigenschaften, faszinierende Dynamik und vorbildliche Effizienz. Dazu ein grosszügiges Raumangebot für alle Mitfahrenden und ein eindrucksvolles Kofferraumvolumen. Der Audi A4 Avant. Konzipiert und gebaut für höchste Ansprüche: Ihre.

Ihr Profit: 10 Jahre kostenloser Service.*

*Audi Swiss Service Package+: Service 10 Jahre oder 100 000 km. Es gilt jeweils das zuerst Erreichte.

Mehr Infos bei uns

Inspiration und neues Denken

Während anderthalb Tagen abschalten und von renommierten Referenten Tipps und Erfahrungsberichte erhalten: Das erleben Interessierte bei «Grenzdenken».

Seit über 25 Jahren lädt das Unternehmensforum der Stiftung Lilienberg in Ermatingen am Bodensee zu einer besonderen Tagung ein. Heuer findet der Anlass am 15. und 16. April statt. Hundert Interessierte können sich für 349 Franken ihren Platz am «Grenzdenken» sichern. Den Anwesenden werden interessante Referate geboten, die bisherige Denkmuster aufbrechen und neue Gedanken ermöglichen. Organisator ist Christoph Lanter. Der Unternehmer aus Weinfelden beschäftigt sich beruflich mit dem Internet und den Neuen Medien. Dabei ist er stets auf der Suche nach neuen, innovativen Ideen sowie Projekten und Personen. Unterstützung erhält der Ostschweizer von Matthias Wipf, der die Interviews übernehmen wird. Er ist in Schaffhausen geboren und ist beruflich als Publizist und Berater für Kommunikation und Events tätig.

Ist es möglich, dass jeder Bürger eine gesetzlich festgelegte finanzielle Zuwendung erhält, ohne dafür eine Gegenleistung erbringen zu müssen?

Wichtige Zukunftsfragen

Zu den Referenden am Freitag gehört beispielsweise Sebastian Wörwag. Er ist Philosoph, Autor und Rektor der Fachhochschule St.Gallen. Seit 2003 leitet der HSG-ausgebildete Ökonom die Ausbildungsstätte. Zum Schwerpunkt «Kunst und Innovation» präsentiert er einen Vortrag mit dem Titel «Neu ist anders – Ein gedanklicher Spaziergang im Grenzgebiet zwischen Kunst und Innovation». Weitere Vorträge drehen sich um die Zukunft der Arbeit und das bedingungslose Grundeinkommen. Experten beantworten hier Fragen wie: Nehmen uns die Roboter die Arbeit weg? Ist es möglich, dass jeder Bürger eine gesetzlich festgelegte finanzielle Zuwendung erhält, ohne dafür eine Gegenleistung erbringen zu müssen? Der letzten Fragestellung geht Ex-Vizekanzler und Bundesratssprecher Oswald Sigg nach. Er ist ein Vorreiter der Idee des bedingungslosen Grundeinkommens. Doch auch über persönliche Grenzerfahrungen wird gesprochen. So erzählt der erfolgreiche Schweizer Apnoetaucher Peter Colat von seinem Rekord im Luftanhalten.

Nach einem Abendessen wird der Abend kurz zusammengefasst; aber auch ein Unterhaltungsprogramm erwartet die Anwesenden. Dazu gehört eine Lyriklesung im Kaminzimmer sowie eine Show von Tobias Heinemann. Dieser kombiniert psychologische Strategien mit raffinierten Kommunikationsmodellen und wird so zum selbst ernannten «Gedankenjäger».

Persönliche Schicksale, universelle Erkenntnisse

Am Samstagmorgen startet das Programm mit einem Referat zum Thema «Zukunft der Mobilität». Alexander Manker, Zukunftsforscher bei der Daimler AG, erklärt, wie das Auto der Zukunft aussehen und sich unsere Mobilität verändern wird. Danach erzählt der Facharzt für Gynäkologie und Geburtshilfe Niklaus Flütsch von der Idee, den Geschlechtseintrag im Personenregister abzuschaffen. Er hat auch das Buch geschrieben «Geboren als Frau – Glücklich als Mann». Sandra Gräfin Bernadotte erzählt ihre unglaubliche Geschichte: Sie hat sich als junge Studentin in einem vermeintlichen Gärtner verliebt – und kann sich mittlerweile Sandra Gräfin Bernadotte von der Blumeninsel Mainau nennen.

Danach folgen drei weitere Vorträge sowie eine visualisierte Kurzzusammenfassung des Tages. Diese wird von Roland Siegenthaler präsentiert. Er ist Besitzer der echt praktisch gmbh, die sich unter anderem auf Illustrationen und Infografiken spezialisiert hat. Der LEADER ist Medienpartner des Events.

Text: Eva Hediger

«Grenzdenken» findet am 15. und 16. April 2016 im Lilienberg statt. Tickets sind zum Preis von 349 Franken erhältlich. In diesem Preis enthalten sind auch ein Steh-Dinner am ersten sowie ein Mittagessen am zweiten Tag. Zudem sind sämtliche Getränke und die Parkplatzmöglichkeiten kostenlos. 2016 ist die Teilnehmerzahl auf 100 Personen beschränkt.

Anmeldung und weitere Infos unter :
www.grenzdenken.ch.



Systemisches Coaching

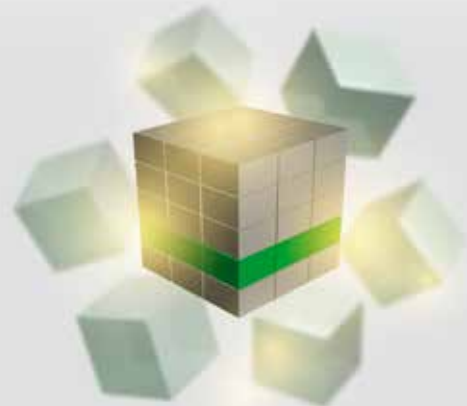


**Nächster Lehrgangsstart
September 2016**

Informationen unter **gbssg.ch**

Mit Automation CUBEs

IT-Prozesse optimieren!



Self Service | Basic Services | Control Center

Mangelt es dem IT-Support an Effizienz? Fehlt der Überblick über die installierten Geräte? Ist die Abhängigkeit von einzelnen Mitarbeitenden zu gross?

Dann wird Service Management zum Thema. Damit dies auch für mittelständische Unternehmen machbar wird, haben wir den constagCUBE® entwickelt.
constagCUBE® – Service Management as a Service



Economization



Automation



Visualization



Specialization



Calibration



www.constagcube.ch



querdenken am bodensee
GRENZDENKEN

15./16.4.2016
Lilienberg | Ermatingen

Jetzt Ticket sichern!
www.grenzdenken.ch



**Wir
freuen uns
auf Dich!**
15./16.4.2016

Sponsoren und Gönner:



Medienpartner:



www.grenzdenken.ch

Freiräume gewähren

Für viele Unternehmen stellen die Mitarbeitenden das wertvollste Gut dar. Wie können deren Potenziale am besten erschlossen werden? Ein Blick auf systemische Zusammenhänge zeigt: «Lassen» ist oft besser als «Tun».



Roland Waibel ist Professor für Betriebswirtschaft an der FHS St. Gallen, Hochschule für Angewandte Wissenschaften, und leitet dort das Institut für Unternehmensführung.

Aus der Glücksforschung wissen wir, wie wichtig Autonomie für die Arbeitszufriedenheit ist: «Mehr Handlungsspielräume» hat sich in einer Studie von Bruch und Kowalevski mit über 14 000 Beteiligten als jener Faktor erwiesen, der das Burnout-Risiko am stärksten reduzieren konnte. Menschen wollen sich zudem als kompetent erleben und die eigene Arbeitstätigkeit als wirksam und erfolgreich zu empfinden. Gleichzeitig möchte niemand als unfähig, schwach, nutzlos oder dumm dastehen. Kurz: Zufriedenheit stellt sich dann ein, wenn Menschen eigenverantwortlich und kompetent agieren können und zusätzlich dabei Sinn erfahren.

Was heisst das für Firmen? Man kann Mitarbeitende gut in die Verantwortung rufen. Gleichzeitig sind ihnen aber nicht nur Aufgaben («sollen») und Verantwortung («gerade stehen müssen»), sondern vor allem auch die dazu notwendigen Kompetenzen («dürfen») zu übergeben. Der Organisationsgrundsatz der Kongruenz von Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortung (AKV) krankt in der Praxis immer wieder an der Umsetzung: Viele Angestellte sitzen auf einem schiefen Dreieck mit verkürzten Kompetenzen.

«Ziel ist also so wenig Bürokratie und Kontrolle wie möglich zugunsten einer Fokussierung auf wertschöpfende Aktivitäten.»

Führungsverständnis: Befähigen statt überwachen

Viele Chefs können oder wollen die Entscheidungskompetenzen nicht im gleichen Umfang delegieren. Oft stecken dahinter die Angst vor dem eigenen Macht- und Bedeutungsverlust und die Sorge um den Kontrollverlust. Zwischen Mitarbeitenden und Führungsperson herrscht jedoch eine asymmetrische Informationsverteilung: Der Mitarbeitende kann viel besser als der Vorgesetzte abschätzen, wie anspruchsvoll seine Aufgaben tatsächlich sind, welche Aufwände bereits eingesetzt wurden und noch eingesetzt werden müssen. Eine effektive Überwachung wäre mit grossem Aufwand verbunden und teilweise kaum zu schaffen. Dies gilt umso mehr, je anspruchsvoller und komplexer der Tätigkeitsumfang des Mitarbeitenden ist und wird bei Wissensarbeitern nahezu unmöglich.

Auf viele Kontrollmechanismen kann verzichtet werden, wenn vier Voraussetzungen erfüllt sind:

- Die Mitarbeitenden tragen die Verantwortung für die Resultate
- Sie haben Zugang zu den notwendigen Informationen
- Sie haben Entscheidungsbefugnis über die Schlüsselhebel, die das Ergebnis beeinflussen (Kompetenzen)
- Sie erhalten Rückmeldungen, insbesondere Anerkennung, hinsichtlich der erzielten Resultate

Befähigen statt überwachen

Wie können Mitarbeitende möglichst handlungsfähig gemacht werden? Ziel ist so wenig Bürokratie und Kontrolle wie möglich zugunsten einer Fokussierung auf wertschöpfende Aktivitäten. Die Mitarbeiter sollen das Gros der Zeit für ihre Kernkompetenzen verwenden können. Ein solches Führungsverständnis geht davon aus, dass Führung nicht bedeutet, mehr Entscheidungen zu treffen als andere. Es bedeutet, sich selbst zurückzunehmen und andere mehr entscheiden zu lassen.

Führung beruht dabei auf dem Selbstverständnis, andere zu unterstützen, erfolgreich zu sein. Damit verbunden ist ein Wechsel von der Inputsteuerung zur Outputorientierung: Statt Stunden- und Anwesenheitskontrollen werden Freiräume gewährt und die Ausrichtung an gemeinsam vereinbarten Zielen und Ergebnissen steht im Vordergrund. Unternehmensführung wird so zur Ermöglichung. Es wird eine Gemeinschaft geformt, welche die Mitarbeitenden zur Eigeninitiative anhält, zur Selbstdisziplin anregt und animiert, zu entscheiden und Verantwortung zu übernehmen.

Text: Prof. Dr. Roland Waibel

Bild: zVg.

Unternehmensspiegel

Der 7. Unternehmensspiegel Ostschweiz zeigt regionale Beispiele zum Thema «Mitarbeitende im Fokus», am 9. März in St. Gallen und am 23. März in Teufen. www.fhsg.ch/ifu-unternehmensspiegel

Neuer Praxis-Leitfaden hilft KMU in Nachfolgesituationen

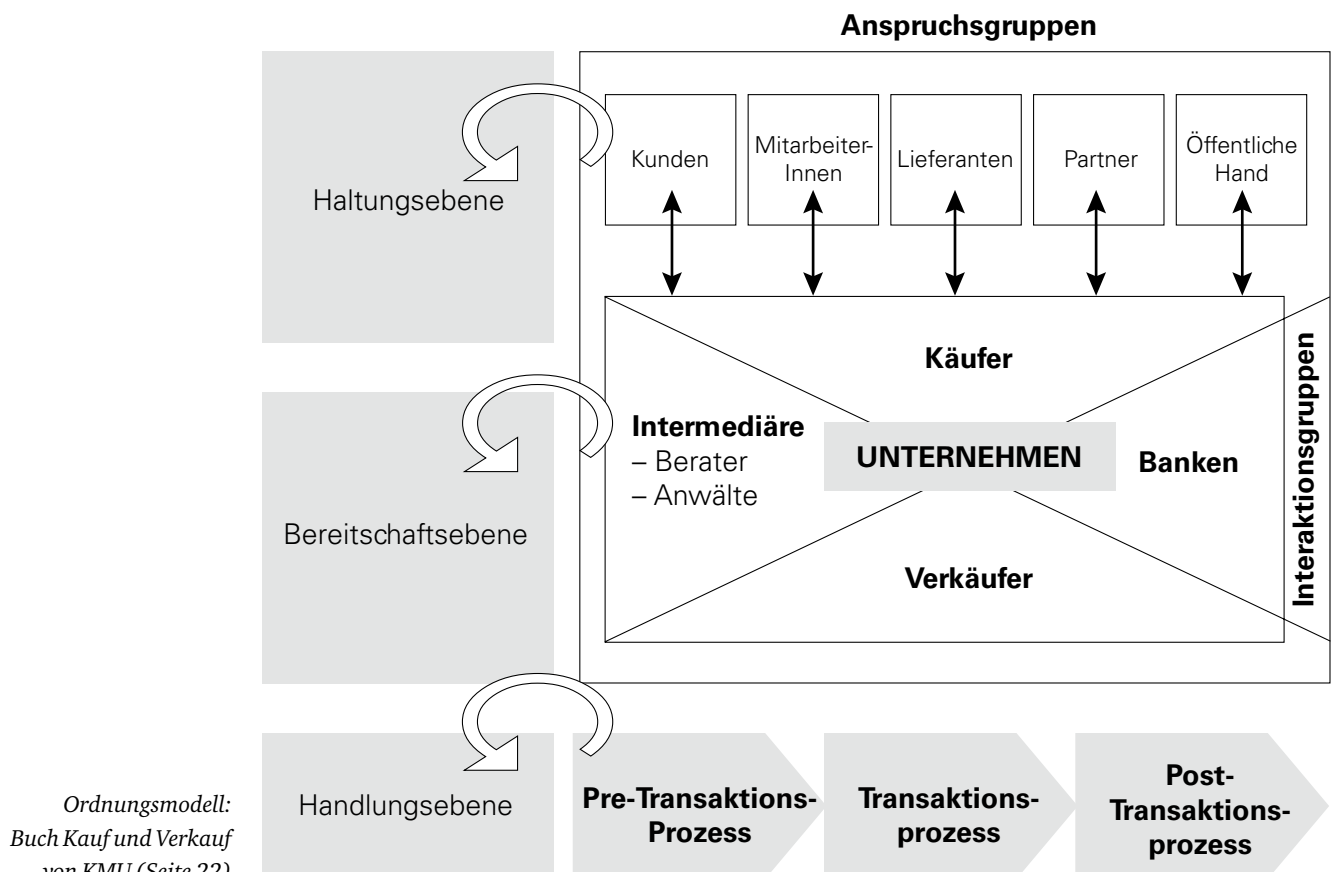
Gemäss Berechnungen der Universität St. Gallen stehen in den nächsten fünf Jahren rund 40 000 kleine und mittlere Unternehmen (KMU) vor einem Nachfolgeproblem oder einer strategischen Herausforderung. Eine erfolgreiche Zukunft der KMU ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz.

Der Stellenwert einer erfolgreichen KMU Geschäftsnachfolge kann nicht hoch genug angesetzt werden. Es ist für die Schweizer Wirtschaft von grösster Bedeutung, dass gestandene, erfolgreiche Unternehmen in der Zukunft ebenso erfolgreich weiter geführt werden können. Je nach Situation kann ein Kauf oder Verkauf eine Lösung sein.

Die meisten KMU stehen mehrmals in ihrer langen Unternehmensgeschichte vor der Möglichkeit, ein Unternehmen, eine Tochtergesellschaft oder einen Betriebsteil einer anderen Firma zu kaufen oder zu verkaufen. In diesem Moment beginnt die operative Hektik bei Eigentümern, Geschäftsleitungs-

mitgliedern und Verwaltungsräten dieser KMU. Mit der Frage, wie ein solcher potenzieller «Deal» angegangen und abgewickelt werden kann, sind die genannten Führungskräfte oft überfordert.

Nebst fehlenden Kenntnissen zum Transaktionsprozess führen insbesondere Reaktionen und Erwartungen von Stakeholdern, das Transaktionsumfeld (Berater, Banken, potenzielle Käufer und u.U. auch Medien) und die Dynamik des Prozesses zu weiteren Herausforderungen. Zudem ist der Prozess gezeichnet von zögerlichen Handlungen und der Angst bei den Verantwortlichen beider Seiten, Fehler zu machen. Ein unsachgemässes Vorgehen führt bei der





Das Buch «Kauf und Verkauf von KMU – Leitfaden für die Praxis» mit integriertem Navigator ist ein Gemeinschaftswerk von Pichler Friedli & Partner, der OBT AG und der Universität St. Gallen. Es befähigt die Leser, den Prozess aus den verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten, zu gestalten und zu steuern.



Das Buch (ISBN 978-3-905891-16-4) kann unter <http://www.obt.ch/de/spezial/kauf-und-verkauf-von-kmu/> für CHF 50 bezogen werden.

Planung und Abwicklung von Unternehmensverkäufen auch heute noch in vielen Fällen unnötigerweise zu einem Scheitern. Dadurch ist einerseits die Existenz der Verhandlungspartner gefährdet, andererseits stehen aber auch die Arbeitsplätze und Familien, die mit dem Unternehmen verbunden sind, unter Druck. Das Angehen einer Nachfolgeregelung ist auf den ersten Blick ein komplexer Vorgang, der viele KMU davon abhält sich mit dem Thema frühzeitig zu beschäftigen. Ein erfolgreicher Nachfolgeprozess erfordert zudem vielfältiges Know-how, welches in KMU häufig fehlt. Die fachlich richtige Begleitung und Abwicklung im Nachfolgeprozess ist somit entscheidend. Aber nicht nur! Eine erfolgreiche Verkaufsabwicklung bietet noch keine Gewähr für eine stimmige Umsetzung und Integration der neuen Inhaber. Bei einer Nachfolgeplanung wird einerseits auf der für alle Beteiligten sichtbaren und rationalen Ebene agiert. Andererseits jedoch weniger klar aber genauso wichtig und häufig unterschätzt, sind die kulturelle und die emotionale Ebene einer solchen Transaktion. Viele Übergaben scheitern während des Verlaufes an der emotionalen Ebene oder an der Komplexität des Vorhabens.

Der Ablauf der Nachfolgeregelung kann in verschiedene Phasen aufgeteilt werden, welche je nach Situation andere Herausforderungen mit sich bringen. Grundsätzlich teilt sich der Prozess in folgende drei Phasen: eine Pre-Transaktionsphase, eine Transaktionsphase und eine Post-Transaktionsphase (siehe Buch „Kauf und Verkauf von KMU“). In dem ganzen Prozessablauf sind wie schon erwähnt alle Ebenen im Auge zu behalten, die rationale Ebene (Handlungsebene), aber auch die nicht fassbare emotionale Ebene (Haltungs- und Bereitschaftsebene).

Für eine erfolgreiche Abwicklung ist es von entscheidender Bedeutung, dass innerhalb des Prozesses die Übersicht nicht verloren geht. Damit dies gewährleistet ist, haben die Autoren des Buches «Kauf und Verkauf von KMU – ein Leitfaden für die Praxis», den Navigator (Übersichtsplan) als Hilfsmittel entwickelt.

Dieser gibt einen zusammenfassenden Überblick darüber, wie der Kauf und Verkauf eines Unternehmens Schritt für Schritt erfolgreich angegangen werden soll. Dabei sind die wichtigsten Meilensteine auf der Handlungs-, Haltungs- und Bereitschaftsebene ersichtlich. Zudem zeigt die Übersicht dar, welche Entscheidungskriterien und Erfolgsfaktoren es im zeitlichen Ablauf zu beachten gilt. Der Leitfaden zusammen mit dem Navigator zeigt auf, dass sich eine Nachfolge gut strukturieren, in entsprechende Phasen unterteilen und dem zeitlichen Tempo der Parteien anpassen lässt. Der Navigator kann als Checkliste oder Orientierungshilfe im Transaktionsprozess beigezogen werden und sorgt so für einen strukturierten Ablauf.

Dem Management der betroffenen Unternehmen kommt im Ablauf eine entscheidende Rolle zu, denn es wird in allen Phasen enorm beansprucht und neuen Erfahrungen ausgesetzt. Der Leitfaden zeigt auch hier die vielschichtigen Aspekte eines Kaufs oder Verkaufs eines Unternehmens. Er soll betroffene Eigentümer oder Management-Teams dabei unterstützen, Prozesse und Zusammenhänge zu verstehen, bestenfalls Probleme zu vermeiden und dadurch die Transaktion zum Erfolg zu führen.

Informationen zu den Autoren:

Christophe Friedli, Pichler Friedli & Partner,
christophe.friedli@pfpartner.ch, www.pfpartner.ch

Christoph Pichler, Pichler Friedli & Partner,
christoph.pichler@pfpartner.ch, www.pfpartner.ch

Urs Fueglistaller, KMU-HSG Schweizerisches Institut für Klein- und Mittelunternehmen an der Universität,
urs.fueglistaller@unisg.ch, <http://www.kmu.unisg.ch>

Fabian Petrus, OBT AG, fabian.petrus@obt.ch,
www.obt.ch



Neubau 36.5° Wohnen mit Freiraum, Stil und Service, Heerbrugg



Neubau Wohn- und Geschäftshaus Blickpunkt, Buchs



Umbau Zürcher Kantonalbank, Meilen



Neubau «The Circle» Zürich Airport, Zürich

Ein Ansprechpartner – von der ersten Idee bis zur Fertigstellung.

Der Grundstein zur RLC Gruppe wurde 1961 gelegt. Heute umfasst das Unternehmen die RLC Architekten AG in Rheineck, die RLC Architekten AG in Winterthur und die RLC Immojekt AG in Rheineck.

Mit über 80 Mitarbeitenden verfügt RLC über ein kreatives Team mit grosser Erfahrung und Know-how auf allen Gebieten des Hochbaus. Jedes Projekt ist eine neue Herausforderung, die wir gerne annehmen.



Rheintaler Wirtschaftsforum 2016:

Neue Ideen für das Erfolgsmodell Schweiz

Erfolgsmodell Schweiz am Rheintaler Wirtschaftsforum

Eine ausgebuchte Veranstaltung mit über 750 Teilnehmenden aus der Region und der gesamten Deutschschweiz, vier ausgezeichnete Referentinnen und Referenten und eine Schweizer A-Cappella-Band, die das Publikum begeisterte: Das 22. Rheintaler Wirtschaftsforum war durch und durch ein Erfolg.

Gemäss dem Lausanner Managementinstitut IMD belegt die Schweiz im internationalen Vergleich der Wettbewerbsfähigkeit weiterhin einen Spitzenplatz, hat jedoch zwei Plätze – von zwei auf vier – eingebüsst. An der Spitze liegen nach wie vor die USA; überholt worden ist die Schweiz einzig von Singapur und Hongkong. Der weiter erstarkte Franken sowie zusätzliche Regulierungen haben unter anderem zu

und haben eine höhere Arbeitsbereitschaft als andere.» Die Motivation von Angestellten wird von mehreren Faktoren beeinflusst. Wichtig zu wissen ist jedoch, welche Faktoren zu einem «nur» neutralen Gefühl ohne allgemeine Unzufriedenheit beitragen und welche die Zufriedenheit wirklich steigern.

Transportbranche mit hoher Wichtigkeit

Swiss-Verwaltungsratspräsident Dr. Bruno Gehrig betonte in seinem Referat die Wichtigkeit des Flugverkehrs für die Schweiz, denn die generierte Wertschöpfung der Luftfahrt betrage rund 30 Milliarden Franken und über ein Drittel aller Exporte (gemessen am Wert) würde über die Luftfracht abgewickelt. Weiter sagte er: «Über 180 000 Arbeitsplätze sind von der Luftfahrt abhängig und zirka sechs Prozent des BIP werden mit der Luftfahrt erwirtschaftet.» Zum Vergleich: Im Finanzsektor sind es total 10.5 Prozent. Verwaltungsrat und ehemaliger CEO der Deutschen Bank, Josef Ackermann, warnte vor einem Vertrauensverlust zwischen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. «Langfristig muss es gelingen, das Vertrauen in eine selbstbewusstere und ihre globale Verankerung reflektierende Schweiz zu stärken.» Unsere Wirtschaft müsse in Europa und auf allen anderen Märkten in der Welt mit gleich langen Spiesen antreten können. Auch Hans Hess, Präsident des Verbandes Swissmem hielt ein Plädoyer auf Schweizer Werte, die gepflegt werden müssten. «Das Erfolgsmodell Schweiz kann auch weiterhin erfolgreich bleiben, wenn der Staat gute Rahmenbedingungen für die Unternehmen sicherstellt und Unternehmen diesen Freiraum zusammen mit ihren Mitarbeitenden verantwortungsvoll nutzen», sagte Hans Hess. «Wenn alle Akteure gemeinsam am gleichen Strick in die gleiche Richtung ziehen, wird der Werkplatz Schweiz auch in Zukunft erfolgreich bleiben». Moderatorin Susanne Wille Fischlin, die durch den Nachmittag führte, resümierte «ziele immer auf den Mond. Auch wenn Du ihn dann verpasst, landest immer noch auf einem Stern. Denn nur wenn man sich nicht von vornherein bremst, kann man Neues, Verwegenes, Überraschendes schaffen.»

«Ziele immer auf den Mond. Auch wenn Du ihn dann verpasst, landest immer noch auf einem Stern.»

dieser Verschiebung geführt. Die Schweizer Wirtschaft ist – im Vergleich zur Bevölkerungsgrösse – ein weltweit stark beachteter und interessanter Mitbewerber und Partner. Das Rheintaler Wirtschaftsforum 2016 suchte mit seinen Referentinnen und Referenten «neue Ideen für das Erfolgsmodell Schweiz», mit welchen die Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz noch weiter gesteigert werden kann. Glücksforscher Bruno S. Frey stellt die Mitarbeitenden der Unternehmen in den Fokus: «Glücklichere Beschäftigte sind grundsätzlich gesünder, kreativer





Regierungsrat
Benedikt Würth
begrüsste die Gäste am
Wirtschaftsforum.

AGV-Präsident René Wuffli schloss das Rheintaler Wirtschaftsforum. Er ist der treueste Besucher des Wirtschaftsforums: Von Beginn bis heute war er bei jedem Wirtschaftsforum dabei und stand selber sieben Mal auf der Bühne.

Lockerer Abschluss

Für eine humoristische und künstlerische Auflockerung sorgte die bekannte Schweizer A Cappella Band BLISS. Die fünf Künstler begeisterten das Publikum mit Lachern und guten Songs. René Wuffli, Präsident des Arbeitgeberverbandes Rheintal, der Patronatsgeber des Rheintaler Wirtschaftsforums, schloss das diesjährige Wirtschaftsforum mit seiner kurzen Rede ab und bedanke sich bei den Referentinnen und Referenten sowie den Hauptsponsoren und weiteren Partnern des Forums.

Text: Andrea Haag

Bilder: Stéphanie Engeler

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. Jury-Präsident Dr. Karl Stadler durfte anlässlich der Preisübergabe im November eine grosse Gästeschar willkommen heissen. Die Oertli Instrumente AG aus Berneck reiht sich hervorragend in die lange Liste erfolgreicher Preisträger und Botschafter für das St.Galler Rheintal ein. Das Bernecker Unternehmen hat sich in seiner 60-jährigen Geschichte in der Augenchirurgie eine weltweit führende Stellung erarbeitet und ist nach wie vor ein vorbildlich geführtes Familienunternehmen. Damit ist die Oertli Instrumente AG ein eigentlicher Botschafter des Rheintals und leistet einen wichtigen Beitrag an das Gemeinwohl der Gesellschaft.

Ein Forum, das bewegt und auslöst

Was soll ein «analoges» Wirtschaftsforum im Zeitalter der Digitalisierung? Haben Treffpunkte an einem bestimmten Ort zu einem festen Zeitpunkt noch eine Daseinsberechtigung? Sind Messen, Foren, Symposien und vergleichbare Anlässe nicht veraltet, wo wir heute doch auf Knopfdruck Videokonferenzen abhalten und Wissen via Youtube-Videos verbreiten können?



Die Frage stellt sich wohl nur denjenigen ernsthaft, die keine solchen «realen» Veranstaltungen besuchen. Tun sie es, wird der Unterschied nämlich offenkundig. Trotz aller technischen Möglichkeiten bleibt der direkte Austausch mit anderen und die Vermittlung von Wissen und Erfahrung aus erster Hand unerreicht. Das wird immer wieder gerade am Beispiel des Rheintaler Wirtschaftsforums sichtbar. Was wir sehen – die Referate und anderen Programmpunkte –, ist nur der «offizielle» Teil. Die unzähligen Gespräche am Rande des Anlasses, die persönlichen Begegnungen: Das sind mindestens ebenso wichtige Ereignisse, die nicht selten Prozesse weit über das Forum hinaus anstossen. So mancher einzelne Auftrag bis hin zur langfristigen Kooperation dürfte in den vergangenen Jahren das Ergebnis solcher Zusammentreffen im Rheintal gewesen sein.

Die wichtigste Erkenntnis dabei: Ein Wirtschaftsforum darf nicht im Sinn eines Chronisten nur zurückschauen und Bestandesaufnahmen machen. Es soll Initiator, Beweger und Auslöser sein. Im wahrsten Sinn des Wortes wertvoll wird ein solches Forum für seine Besucherinnen und Besucher dann, wenn es Nachhaltigkeit entwickelt. Sei es in Form von Ideen und Denkanstössen, die sich bei den Zuhörern festsetzen oder aber eben durch Begegnungen, die zu einem nächsten Schritt führen. Das Rheintal ist dafür eine denkbar gute Kulisse, denn wo sonst ist die Dichte an Innovation so hoch wie hier? Hoffen wir, dass auch 2016 viele der Gäste die Chance gewittert und das Wirtschaftsforum als Auftakt für neue Taten genutzt haben.

Stefan Millius
Stv. Chefredaktor



Vorsprung durch Technik

Audi



Fortschritt spüren.

Der neue Audi A4 Avant.

Vorsprung in Design und Technologie. Sportlich und wegweisend. Komfortable Fahreigenschaften, faszinierende Dynamik und vorbildliche Effizienz. Dazu ein grosszügiges Raumangebot für alle Mitfahrenden und ein eindrucksvolles Kofferraumvolumen. Der Audi A4 Avant. Konzipiert und gebaut für höchste Ansprüche: Ihre.

Jetzt Probe fahren

AMAG Heerbrugg

Auerstrasse 20, 9435 Heerbrugg
Tel. +41 71 727 27 27, www.heerbrugg.amag.ch

AMAG Vaduz

Austrasse 37, FL-9490 Vaduz
Tel. +423 237 77 00, www.vaduz.amag.li



Unbegrenzte Möglichkeiten: **SITAGTEAM!**

Die evolutionäre Modellreihe SITAGTEAM versöhnt die Anforderungen von Funktion und Form in einer systemischen Stuhlfamilie. Für jeden Einsatzbereich gibt es die funktional und formal passende Lösung.

 **swiss workstyle**

SITAG AG

Simon Frick-Str. 3
CH-9466 Sennwald
T +41 (0) 81 758 18 18
F +41 (0) 81 758 18 00

info@sitag.ch
www.sitag.ch

SITAG
swiss style at work





Gedankenaustausch

Das Rheintaler Wirtschaftsforum bot den rund 750 Teilnehmenden weit mehr als «nur» Referate. Die Veranstaltung ist auch der optimale Rahmen, sein berufliches Netzwerk zu erweitern.

Weitere Bilder unter www.leaderonline.ch/anlaesse



Joe Ackermann:

***Ein Mann mit
vielen Facetten.***



Unbeirrt den Weg gegangen

Er hat einen langen Weg vom Sohn eines Landarztes in Mels bis an die Spitze der internationalen Finanzwirtschaft hinter sich. Der Stammtisch war ihm nicht immer gewogen, aber Branchenfachleute haben das Wissen und Können von Joe Ackermann (*1948) stets anerkannt. Am Wirtschaftsforum referierte er über das Spannungsfeld zwischen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.

Schon sein Studium an der Universität St.Gallen schloss Josef Ackermann, seit jeher besser bekannt als Joe, mit einem Lizenziat in der Fachrichtung Bankwirtschaft ab. Diesem Feld blieb er in all den Jahren danach treu. Vor rund 40 Jahren trat er in die Dienste der damaligen Schweizerischen Kreditanstalt ein, der heutigen Credit Suisse, und durchlief dort den Weg nach oben in hohem Tempo. 1993 wurde Ackermann Präsident des Executive Board, bevor seine Karriere bei der Schweizer Grossbank nach Meinungsverschiedenheiten mit dem Verwaltungsrat abrupt endete.

Recht typisch für unsere Mediengesellschaft ist, dass ein einziges Vorkommnis das Image des Bankers aus Mels später für Jahre prägte.

Durch Finanzkrise geführt

Allerdings war dieses Ereignis nicht wie in vielen anderen vergleichbaren Fällen der Anfang vom Ende einer beruflichen Laufbahn – Joe Ackermann startete dann erst richtig durch. 1996 wurde er in den Vorstand der Deutschen Bank berufen und war ab 2002 für zehn Jahre Vorsitzender der Konzernleitung und damit das «Gesicht» eines der wichtigsten Geldinstitute der Welt.

Und das notabene in einer alles andere als einfachen Zeit. Der erste ausländische Chef der Deutschen Bank machte das Unternehmen zu einer der global führenden Investmentbanken und schaffte es, die Finanzkrise ohne grösseren Havarieschaden zu durchschiffen. Ehrgeizige öffentliche Zielsetzungen wie beispielsweise eine Eigenkapitalrendite von 25 Prozent sorgten dafür, dass der Melser eine Zielscheibe für alle war, welche mit Banken oder der freien Wirtschaft allgemein ihre Probleme bekundeten. 2009 wurde Ackermann für seine Leistung mit der Auszeichnung «European Banker of the Year» geehrt. Er engagierte sich auch als Präsident einer internationalen Banken- und Versicherungsvereinigung ausserhalb des eigenen Unternehmens für eine Lösung der Krise.

Recht typisch für unsere Mediengesellschaft ist, dass ein einziges Vorkommnis das Image des Bankers aus Mels später für Jahre prägte: Als sich Joe

Ackermann im sogenannten Mannesmann-Prozess vor Gericht verantworten musste – es ging um angeblich überhöhte Prämienzahlungen –, nahm der Mann mit Ecken und Kanten keine devote Haltung ein, sondern verteidigte sich und sein Handeln markig. Überliefert ist einerseits das weltbekannte Bild, in dem Ackermann mit seinen gespreizten Fingern das «Victory-Zeichen» in die Kamera hält, andererseits Aussagen wie diese: «Dies ist das einzige Land, in dem diejenigen, die Erfolg haben und Werte schaffen, deswegen vor Gericht gestellt werden.» Solche Offenheit kam nicht überall gut an, auch wenn der Schweizer mit seiner Feststellung eigentlich nur insofern falsch lag, als Deutschland wohl nicht das einzige Land mit dieser Problematik ist...

Weiter im Banking

Eigentlich wollte Joe Ackermann schon ab 2010 kürzertreten, liess sich aber 2009 überzeugen, noch eine gewisse Zeit «anzuhängen», bevor er 2011 von seinem Posten bei der Deutschen Bank abtrat. Knapp eineinhalb Jahre war der Ostschweizer noch als Verwaltungsratspräsident bei der Zurich Insurance Group tätig, heute amtiert er als Aufsichtsratsvorsitzender der Bank of Cyprus.

Viele Facetten des Top-Bankers sind weniger bekannt. So trieb er in seiner Jugend ambitioniert Leichtathletik, ist Opern-Fan, war selbst begeisterter Hobby-Pianist und -Sänger. Dass er in der Schweizer Armee als Oberst diente, steht in einem gewissen Zusammenhang zum Referatsthema am Rheintaler Wirtschaftsforum. Dieses drehte sich um das «Spannungsfeld Politik-Wirtschaft-Gesellschaft». Ackermanns These: Während früher die Rede von einem Filz war, der in diesen Bereiche herrscht, spreche man heute von einer Entfremdung, einer Kluft zwischen den drei Polen. Wer das Erfolgsmodell Schweiz weiterentwickeln wolle, müsse diese Kluft überwinden, so Ackermann. Er selbst hat das während seiner aktiven Karriere getan, auch wenn ihm das nicht immer von allen Seiten zugutegehalten wurde.

Text: Stefan Millius

Bild: Stéphanie Engeler

Es gibt eben Handwerker und Handwerker.



DERPROFI

freikom.

PERSONALMANAGEMENT

Der Profi Personalmanagement

Altstätten . Kriessern . Vaduz . www.derprofi.ch . profi@derprofi.ch

Höchste Baukunst...



Wir realisieren Bauprojekte vom ersten Gedanken bis zur Übergabe. Dabei achten wir auf individuelles Projektmanagement, Wirtschaftlichkeit und höchste Qualität. Dank regionaler Verankerung und des internationalen Netzwerks verbinden wir starke Partnerschaften mit branchenübergreifendem Know-how.

i+R

i+R Wohnbau AG, Bahnhofstr. 9, 9430 St. Margrethen, T +41 (0) 71 / 7473060, www.ir-wohnbau.ch

Ein Wissenschaftler sucht das Glück

Pionierhaft, führend, einflussreich: Die Liste der positiven Begriffe rund um den Ökonomen Bruno S. Frey ist lang. Und sie wird international verwendet. Der Wirtschaftswissenschaftler fällt vor allem durch eine Tugend auf: die Kombination aus Verstand und Bienenfleiss. Dabei bearbeitet Frey auch scheinbar «leichte» Themen. Am Rheintaler Wirtschaftsforum sprach er über «Glück».

Ökonom Bruno S. Frey:

Ein Glücksfall.



Rankings sind beliebt, und sie werden längst nicht mehr nur im Sport eingesetzt. Fast alles und fast jeder lässt sich heute in einer Rangliste abbilden. Der Basler Bruno S. Frey vertritt unser Land mit Spitzenpositionen in Rankings, die – auch das gibt es – Wissenschaftler miteinander vergleichen. In der Auflistung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung mit den einflussreichsten Ökonomen schaffte er es im letzten Herbst auf Platz 5, die NZZ hat ihn in den beiden letzten Jahren unter demselben Etikett innerhalb der Schweiz auf Platz 3 gesetzt, und ein in Laienkreisen eher unbekanntes Ranking namens «Research Papers in Economics» sieht Frey auf Platz 7 von fast 22 000 europäischen Ökonomen.

Oft zitiert

Alles nur Spielereien oder Momentaufnahmen? Kaum. Vielen dieser Ranglisten ist gemeinsam, dass sie einerseits die wissenschaftliche Leistung der aufgeführten Personen untersuchen, gleichzeitig aber auch miteinander, wie stark die Leistung öffentlich wahrgenommen wird. Wer nur still im Keller vor sich hin brütet, schafft es nicht in ein Ranking. Bruno S. Frey fällt definitiv nicht in diese Kategorie. Er publiziert gern und viel, er nimmt Stellung, wenn er gefragt wird, und das nicht nur in Fachmedien, auch in Publikationen für die Masse. Seine über 350 Artikel, die in wissenschaftlichen Zeitschriften erschienen sind, haben oft etwas ausgelöst. So ist er auch – und schon wieder eine Art Ranking – fester Bestandteil der Liste, auf der die «Most Highly Cites Researchers» aufgeführt sind, also diejenigen Forscher, die am meisten zitiert werden. Der 74-Jährige ist schon lange im Geschäft, bislang war aber kein Abflauen des allgemeinen Interesses an ihm, seinen Erkenntnissen und seiner Meinung festzustellen. Das liegt sicher auch daran, dass er ein gutes Auge für populäre Themen hat. Er arbeitet dabei stets seriös und geht in die Tiefe, und dennoch gelingt es ihm, Erkenntnisse einfach und nachvollziehbar wiederzugeben – ein Glücksfall für die Medien, aber auch für die Zuhörer seiner Referate.

Zusammenhänge aufzeigen

Denn zugegeben: Das Stichwort Ökonomie klingt zunächst staubtrocken und nach reiner Zahlenwäzerei.



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

 **ABACUS**
business software

Bei Frey sieht das anders aus. Er hat sich früh der Verhaltensökonomik zugewandt, bei der Fragen und Antworten ganz direkt mit unserer Art zu leben und zu arbeiten zu tun haben. Bekannt wurde der Basler beispielsweise mit einer Arbeit über Motivation: Eine höhere Entlohnung führt dazu, dass Menschen intensiver und mehr arbeiten – davon geht man allgemein aus. Bruno S. Frey zeigte auf, dass solche monetären Anreize auch genau das Gegenteil auslösen können. Dann nämlich, wenn das Streben nach mehr Geld die innere Motivation verdrängt.

Der 74-Jährige ist schon lange im Geschäft; bislang war aber kein Abflauen des allgemeinen Interesses an ihm, seinen Erkenntnissen und seiner Meinung festzustellen.

Ein weiteres von vielen anderen seiner Gilde vernachlässigtes Thema ist die Kultur- und Kunstökonomie. Warum investieren viele Vermögende in Kunstwerke, obwohl andere Investitionen lohnender wären? Frey interessiert sich für Phänomene wie die «psychische Rendite», die sehr viel eher auftritt beim Kauf einer schönen Skulptur mit reicher Geschichte als bei Aktienanlagen.

Ökonomie und Glück

Am Rheintaler Wirtschaftsforum stellte der Gastprofessor an der Zeppelin-Universität in Friedrichshafen das «Glück» ins Zentrum, ein weiteres Thema, das ihn schon lange umtreibt. «Vom Glück des Arbeitens – glückliche Beschäftigte als Wettbewerbsvorteil» war der Titel des Referats, in dem Frey aufzeigte, dass Freiräume für die Angestellten ein wichtiger

Faktor sind, um im Konkurrenzkampf mit globalen Mitbewerbern zu bestehen. Der Basler ist bestens ausgewiesen, darüber zu sprechen: Er gehörte zu den ersten Wissenschaftlern überhaupt, die damit begannen, die ökonomische Analyse auf das Gefühl des Glücks zu übertragen.

Aber auch wenn es um Motivation geht: Frey sprach am Wirtschaftsforum in keiner Weise von einer permanenten Bespaltung des Personals. Er zeigte auf der Basis handfester Erkenntnisse auf, wie Glück und unternehmerischer Erfolg zusammenhängen. Und er verführte damit seine Zuhörerinnen und Zuhörer durch wissenschaftliche Überlegungen möglicherweise zu ganz konkreten Handlungen im unternehmerischen Alltag. Auch das ist eine «Spezialität» des Spitzenökonom aus Basel.

Text: Stefan Millius

Bild: Stéphanie Engeler

Zur Person

Bruno S. Frey hat in Basel und Cambridge Nationalökonomie studiert und 1964 abgeschlossen.

1965 folgte die Promovierung und 1969 die Habilitation an der Universität Basel. Es folgten mehrere Professuren an verschiedenen Universitäten. Seit 2012 ist Frey Gastprofessor für Politische Ökonomie an der Zeppelin Universität Friedrichshafen. Zudem ist er Mitbegründer und einer von vier Direktoren eines Forschungszentrums und Mitglied diverser Expertenkomitees. Er ist ausserdem Mitherausgeber einer internationalen sozialwissenschaftlichen Zeitschrift.

Anzeige



Universität St. Gallen

Weiterbildung für Unternehmer und Führungskräfte aus KMU

Intensivstudium KMU

50 Seminartage in 10 Blockwochen – April 2016 bis August 2017

St. Galler Management Seminar für KMU

20 Seminartage in 8 Blöcken – April bis November 2016

«Das Intensivstudium KMU ist so vielseitig wie mein Unternehmen in der Verpackungsbranche, ich profitiere täglich von den vermittelten Lehrinhalten.»



Dr. Christoph Heer
CEO Heer Verpackungen
St. Gallen

Ausführliche Informationen finden Sie auf unserer Website:

www.kmu.unisg.ch/wb

Auch in der Luft am Boden geblieben

Nur wenige Leute in der Wirtschaft schaffen es, im Verlauf ihres Lebens gleich mehreren sehr bedeutenden Unternehmen oder Gremien ihren Stempel aufzudrücken. Dem Rorschacher Bruno Gehrig ist das gelungen: Sein Lebenslauf ist geprägt von grossen Stationen. Über seine aktuelle Aufgabe als Verwaltungsratspräsident der SWISS sprach Gehrig am Rheintaler Wirtschaftsforum.

Sein beruflicher Ursprung lag in der Bankbranche: Der bald 70-jährige Bruno Gehrig war nach dem Studium der Wirtschaftswissenschaften bei der damaligen Schweizerischen Bankgesellschaft tätig. Früh schaffte er es dort auf den prestigeträchtigen Posten als Chefökonom. Dort und auch in der Funktion als Leiter der Abteilung Börse und Wertschriftenverkauf für die gesamte SBG muss er Eindruck gemacht haben – auch gegen aussen. Vielleicht war es auch die Kombination der privatwirtschaftlichen Tätigkeit mit der Professur für Betriebswirtschaftslehre an der Universität St.Gallen, die Gehrig ab 1996 bekleidete. Jedenfalls wurde er im selben Jahr ins Direktorium der Schweizerischen Nationalbank geholt und war dort zeitweise Vizepräsident.

Die Zeit bei Swiss Life brachte dem Rorschacher den einzigen nennenswerten «Tolgg» im Reinheft ein.

Von Topadresse zu Topadresse

Später wechselte Bruno Gehrig wieder in die Privatwirtschaft und begann eine eigentliche Kaskade durch die Topadressen der Schweizer Wirtschaft: Verwaltungsratspräsident des Versicherungskonzerns Swiss Life war der Ostschweizer zwischen 2003 und 2009, auch bei der UBS und beim Pharmakonzern Hoffmann-La Roche war er Teil des Verwaltungsrats. Die Zeit bei Swiss Life brachte dem Rorschacher den einzigen nennenswerten «Tolgg» im Reinheft ein – in seine Amtszeit fiel der Kauf der deutschen AWD, der sich als wenig einträglich erwies. Aber abseits davon wurde Gehrig attestiert, Swiss Life in vielen Belangen wieder auf sicheren Boden geführt zu haben.

2010 nahm er, was seine Hauptaufgabe betraf, einen Wechsel vor, der zwar nur dem Verzicht auf einige Buchstaben entsprach, aber im inneren Kern natürlich einen grossen Sprung bedeutete: Er verliess Swiss Life zugunsten des Verwaltungsratspräsidiums bei der Swiss International Air Lines. Dafür hatte er sich unter anderem mit einer ganz besonderen

Mission empfohlen: Gehrig war bei der Übernahme der Swiss durch die Lufthansa gewissermassen dafür zuständig gewesen, dass der Schweizer Airline nicht die Flügel gestutzt werden sprich die guten Flugverbindungen für Herrn und Frau Schweizer auch unter dem Lufthansa-Dach erhalten bleiben.

Besonderes Unternehmen

Ganz generell gilt: Die Swiss als Nachfolgerin der einst so bitter abgestürzten Swissair ist, was die Wahrnehmung der Öffentlichkeit angeht, eine ganz andere Nummer als ein Versicherungskonzern, der – bei aller Grösse – eben stets einer von vielen bleibt. Entsprechend folgerichtig war es auch, dass Bruno Gehrig am Wirtschaftsforum Rheintal über seine Aufgabe bei der Swiss in der internationalen Konkurrenzsituation sprach – sie birgt mehr als genug Herausforderungen und spannende Problemstellungen. Denn die Swiss ist kein «herkömmliches» Unternehmen: Es bewegt sich im Spannungsfeld zwischen Wirtschaft und Politik, und viele Schweizerinnen und Schweizer fühlen sich in gewisser Weise als «Mitinhaber» der Marke, auch wenn diese mittlerweile faktisch deutsch ist. Gehrig hat als früherer Präsident der Studiengruppe Wirtschaftspolitik der CVP auch politisches Bewusstsein an den Tag gelegt und war auch so gesehen eine geschickte Wahl.

Weiter für die Ostschweiz

Bruno Gehrig, der längst auf dem nationalen und internationalen Parkett zuhause ist und entsprechend nicht mehr in erster Linie als Ostschweizer wahrgenommen wird, ist seiner Heimat, wenngleich er heute in Winterthur lebt, stets nahe geblieben. So ist Gehrig Mitglied des Stiftungsrates der Kartause Ittingen. Ein Ökonom von landesüberschreitendem Ruf mit einem Ehrendokortitel der amerikanischen Universität Rochester, der sich um ein Kultur- und Seminarzentrum im Thurgau verdient macht: Auch das beweist Stil.

Text: Stefan Millius

Bild: Stéphanie Engeler

Bruno Gehrig:

Mit Stil.



Die Industrie im Blut

Wie die Jungfrau zum Kinde kam Hans Hess zu einem kurzfristig anberaumten Auftritt am Wirtschaftsforum Rheintal: Er ersetzte Bundesrätin Doris Leuthard, die sich aufgrund des Todes ihres Vaters begreiflicherweise entschuldigen lassen musste. Swissmem-Präsident Hess als hochkarätiger Wirtschaftsvertreter war alles andere als ein Lückenbüsser.

Swissmem-Präsident Hans Hess:

Kein Lückenbüsser.



Es war kein «Ersatz» in einem 1:1-Massstab: Die Veranstalter des Wirtschaftsforums machten nach dem kurzfristigen Ausfall von Bundesrätin Doris Leuthard aus der Not eine Tugend – nicht zwingend eine Vertretung aus der Politik musste es sein, und auch die Geschlechterfrage spielte keine Rolle. Gefragt war vielmehr ein Referent, der Garant für Know-how und Erfahrung ist und das Publikum mit seinen Ausführungen weiterbringen kann. Gefunden wurde diese Mischung in Rekordzeit und mit überzeugendem Resultat: Hans Hess, Präsident von Swissmem und als Unternehmer über viele Jahre eng mit dem Rheintal verbunden, sprang spontan ein und erwies sich als goldrichtige Wahl.

Ganz nebenbei gibt es dennoch eine – leichte – Verbindung zwischen Hans Hess und der Stimme der Politik, für die er am Wirtschaftsforum einspringen musste.

Die Industrie im Fokus

Der gelernte Forschungs- und Entwicklungsingenieur (*1955) war mit Blick auf seine Geschichte, aber auch auf seine unternehmerische Philosophie, eine Idealbesetzung für einen Auftritt vor Rheintaler Publikum. Mit seinen früheren Stationen bei Huber&Suhner sowie später bei Leica Geosystems ist Hess ein Mann der Praxis mit hoher Glaubwürdigkeit. Das Heerbruggen Unternehmen führte er als CEO und Delegierter des Verwaltungsrats und war auch für den Börsengang von Leica Geosystems verantwortlich. Sein klares Bekenntnis zur Industrie spiegelte sich auch, als er sich früh bei Swissmem zu engagieren begann, der Vereinigung der Maschinen-, Elekt-

ro- und Metallindustrie. Seit 2010 steht Hess an der Spitze dieses grössten Schweizer Industrieverbands. Und als Vizepräsident des Wirtschaftsdachverbandes economiesuisse engagiert er sich auch über Branchen hinweg für den Standort Schweiz.

Unternehmer, Investor, Strategie

Zum reinen Verbandsfunktionär indes könnte sich Hans Hess wohl nie machen lassen. Er ist nach wie vor in diversen Verwaltungsräten aktiv, führt mit der Hanesco AG in Pfäffikon sein eigenes Unternehmen im Bereich Strategie- und Innovationsberatung und tritt immer wieder auch als Investor auf. Zudem gilt der Ausliker als gefragte Stimme, wenn der Werkplatz Schweiz zum öffentlichen Thema wird. Prononciert, nuanciert, aber stets auch sachlich und pragmatisch äussert sich der 60-Jährige zu aktuellen Fragen, tritt entschieden für die Interessen der Wirtschaft ein, hält aber gleichzeitig auch den sozialen Ausgleich hoch. Ganz nebenbei gibt es dennoch eine – leichte – Verbindung zwischen Hans Hess und der Stimme der Politik, für die er am Wirtschaftsforum einspringen musste: Das Swissmem-Präsidium übernahm er seinerzeit als Nachfolger von Johann Schneider-Ammann, der als Bundesrat eine neue Aufgabe übernahm. Diesen Weg dürfte Hess kaum einschlagen, und sein Beitrag für die Schweiz dürfte als Vertreter der Industrie wohl auch effektvoller sein. Im Rahmen des Wirtschaftsforums stiess der spontane Einsatz des mit dem Rheintal eng verknüpften Redners jedenfalls auf offene Ohren und viel Begeisterung.

Text: Stefan Millius

Bild: Stéphanie Engeler

Anzeige



We are where you are.

In Ihren Märkten sind wir zuhause. Mit eigenen Standorten, an denen wir uns persönlich für Ihre Ziele einsetzen. Mit einem der effizientesten Logistik-Netze der Welt. Und mit dem Anspruch, der uns seit mehr als 500 Jahren antreibt: Service Excellence. Wo brauchen Sie Unterstützung? www.gw-world.com/near-me

Gebrüder Weiss

Transport und Logistik

International School Rheintal und St. Gallen bereit werden für die Welt

www.isr.ch
www.issg.ch



International
School
Rheintal und
St. Gallen



**Kanton St. Gallen
Weiterbildungszentrum
Rorschach-Rheintal**



Lehrgang für KMU- Geschäftsfrauen

126 Lektionen in 9 Monaten zzgl. Diplomarbeit

Infoabend Altstätten, Di, 15. März, 18:30 Uhr
WZR, Bildstrasse 8, 9450 Altstätten

Infoabend Rorschach, Do, 17. März, 18:30 Uhr
WZR, Feldmühlestrasse 28, 9400 Rorschach

**Näheres zum Lehrgang erfahren Sie auf
unserer Webseite oder mittels QR-Code.**



In Zusammenarbeit mit **Die Mobiliar**
Versicherungen & Vorsorge

Start:
Mai/Oktober
2016



wzr.ch

LEADER. Das Ostschweizer Unternehmermagazin.

Leader lesen LEADER®

Wussten Sie schon, dass es nun auch eine Ostschweizer Ausgabe des Standardwerks «Who's who» gibt? Und zwar die Liste unserer Abonnenten. Die führenden Persönlichkeiten unserer Region finden Sie hier – im Magazin oder unter der Leserschaft. Denn wir setzen auf Qualität statt Quantität, auf Klasse statt Masse. – Elitär, finden Sie? Da haben Sie völlig Recht.

www.leaderonline.ch

Peter Eisenhut, ecopol AG





G. Schöbi

Gloria Schöbi

Rechtsanwältin, Advokatur Bartl; Gemeinderätin politische Gemeinde Au

Womit haben Sie Ihr erstes Geld verdient?

Indem ich für die Familiendruckerei Prospekte sortiert und verteilt habe.

Hatten Sie als Kind einen andern Berufswunsch?

Mein Vater war mein berufliches Vorbild.
Also: Journalistin oder Politikerin.

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

Ich bin zufrieden wie es bisher gelaufen ist und gespannt darauf, was in Zukunft kommen mag.

Was bedeutet Ihnen Erfolg?

✓
Zu sehen wie sich Dinge entwickeln und positiv verändern auf die ich mit meinem Engagement wirken durfte.

Welchen Luxus gönnen Sie sich ab und zu?

Abzutauchen und die Stille in der Unterwasserwelt zu geniessen.

Welche Ostschweizer Persönlichkeit bewundern Sie?

Karin Keller-Sutter

Welche Lektüre kann Sie vom Schlafen abhalten?

Stephen King hat mich schon des Öfteren um den Schlaf gebracht. Aktuell gerade "Finderlohn".

Mehr Biss!

«Warum gibt es im Rheintal keinerlei Kreide mehr? – Weil Huser alle gefressen hat.» Mit diesem Witzli endet ein Artikel im «St.Galler Tagblatt» vom 3. Februar, in welchem dem Regierungskandidaten Herbert Huser auf fast anderthalb Zeitungsseiten an den Karren gefahren wird. Eine Trendwende?

von Stephan Ziegler

Gleich drei Redaktoren des «Tagblatts» reagierten sich an Huser ab – Marcel Elsener, Andri Rostetter und Regula Weik belegten mit der Story nicht nur einen Drittel der Titelseite, sondern durften auch die ganze Aufschlagseite des Bundes «Ostschweiz» füllen. Und auf tagblatt.ch konnten sämtliche Besucher den Artikel in voller Länge lesen – dies ist bei anderen Texten den Abonnenten vorbehalten.

Im Artikel fahren die Autoren halbschweres Geschütz auf: Es werden Streitereien mit Mitbewohnern ausgewälzt, Differenzen mit Immobilienkäufern dargelegt, Mietstreitereien ausgeleuchtet. Der Tenor: Huser sei rücksichtslos, streitsüchtig und selbstherrlich. Diese Behauptungen werden durch Aussagen mehrerer Involvierter «untermauert»; wenig überraschend handelt es sich dabei um politische Gegner des SVPlers: etwa ein Ex-FDP-Gemeinderat und ein Ex-CVP-Kantonsrat.

Was ist in das sonst eher zahnlose Blatt gefahren, sich plötzlich dem Kampagnenjournalismus zu verschreiben? Ausgerechnet das Tagblatt fährt bei einem Politiker die Krallen aus? Das gabs noch nie, nicht einmal Lucrezia Meier-Schatz wurde wegen ihrer zweifelhaften Aussagen in der Rorschacher-Affäre jemals hart angegangen. Aber sie gehört ja auch nicht zur SVP.

Vielleicht will sich die Forumszeitung einfach stärker in Wahlkämpfe und Abstimmungen einmischen? Ein bisschen mehr Biss täte dem Blatt und seinen Abozahlen zweifelsohne gut; nur müsste es, um glaubwürdig zu bleiben, halt auch mal nach links schnappen. Das Schwimmen im Mainstream und das Wiederkäuen von politisch korrekten Standpunkten langweilen die Leserschaft nur – und riechen stark nach Meinungskartell.



LEADER 1/2016

Magazin LEADER
MetroComm AG
Bahnhofstrasse 8
Postfach 1235
9001 St. Gallen
Telefon 071 272 80 50
Fax 071 272 80 51
leader@metrocomm.ch
www.leaderonline.ch

Verleger: Natal Schnetzer

Redaktion: Marcel Baumgartner (Leitung)
baumgartner@leaderonline.ch
Dr. Stephan Ziegler
Stefan Millius

Autoren in dieser Ausgabe: Roland Rino Büchel, Jan Martel, Christoph Zeller, Sonja Kobelt, Eva Hediger, Pascal Tschamper, Konrad Hummler, Axel Thoma, Walter Locher, Nathalie Schoch, Michael Götte, Roland Waibel

Fotografie: Bodo Rüedi, Stéphanie Engeler, Michel Canonica

Herausgeberin, Redaktion und Verlag: MetroComm AG
Bahnhofstrasse 8
9001 St. Gallen
Tel. 071 272 80 50
Fax 071 272 80 51
www.leaderonline.ch
www.metrocomm.ch
leader@metrocomm.ch

Geschäftsleitung: Natal Schnetzer
nschnetzer@metrocomm.ch

Verlags- und Anzeigenleitung: Martin Schwizer
mschwizer@metrocomm.ch

Marketingervice/ Aboverwaltung: Verena Zäch
info@metrocomm.ch

Abopreis: Fr. 60.– für 18 Ausgaben

Erscheinung: Der LEADER erscheint 9x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni, August, September, Oktober, November/Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben

Gestaltung/Satz: Tammy Rühli
truehli@metrocomm.ch

Produktion: 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

Leader lesen LEADER

LEADER. Das Ostschweizer Unternehmermagazin. www.leaderonline.ch



Wussten Sie schon, dass es nun auch eine Ostschweizer Ausgabe des Standardwerks «Who's who» gibt? Und zwar die Liste unserer Abonnenten. Die führenden Persönlichkeiten unserer Region finden Sie hier – im Magazin oder unter der Leserschaft. Denn wir setzen auf Qualität statt Quantität, auf Klasse statt Masse. – Elitär, finden Sie? Da haben Sie völlig Recht.

www.leaderonline.ch

KOMMUNIKATIONSTAG ST.GALLEN

11. März 2016
im Pfalzkeller
St.Gallen

PAUL KOMMT AUCH

**JETZT
ANMELDEN:**

PAUL-KOMMT-AUCH.CH

Der Kommunikationstag St.Gallen bietet nicht «mehr vom Gleichen»: Er setzt auf «Power ohne Point» und auf Formate, in die das Publikum integriert wird. Und so diskutiert es dann mit HSG-Soziologe Peter Gross und Raiffeisen-Digital-Leiterin Nadine Stutz zu «Sei digital!» und mit Moderatorin Gülsha Adiliji und Politiker Andrea Caroni zu «Sei authentisch!» Und dazwischen gibt es WOK-Shops (ja, die heissen so!) zu aktuellen Themen integrierter Kommunikation.

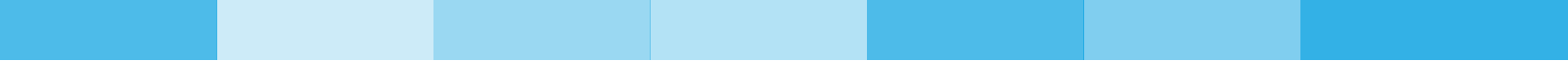
facebook.com/paulkommtauch
twitter.com/paulkommtauch

alea iacta

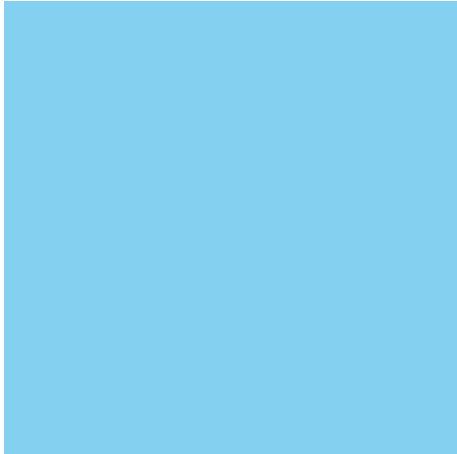
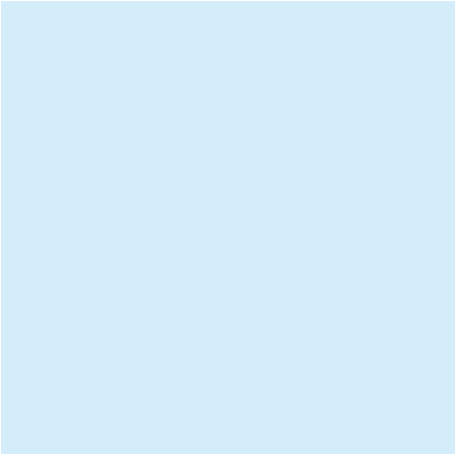
WERBE
CLUB
OST
SCHWEIZ

pr suisse
PROL Public Relations Gesellschaft
Ostschweiz/Liechtenstein

LEADER



CrediWEB



Verluste vermeidet man online.



Mit dem cleverem Monitoring von Creditreform behalten Sie stets den Überblick. Wenn sich etwas Relevantes bei Ihren Kunden ändert, erfahren Sie es zuerst. Und können so Verlusten rechtzeitig vorbeugen. Doch das ist nur eines der guten Argumente für CrediWEB – die weiteren Vorteile erfahren Sie auf www.crediweb.ch.



**+ Creditreform
Egeli Basel AG**

Münchensteinerstrasse 127
CH-4002 Basel
Tel. +41 (0)61 337 90 40
Fax +41 (0)61 337 90 45
info@basel.creditreform.ch

**+ Creditreform
Egeli St.Gallen AG**

Teufener Strasse 36
CH-9001 St. Gallen
Tel. +41 (0)71 221 11 21
Fax +41 (0)71 221 11 25
info@st.gallen.creditreform.ch

**+ Creditreform
Egeli Zürich AG**

Binzmühlestrasse 13
CH-8050 Zürich
Tel. +41 (0)44 307 80 80
Fax +41 (0)44 307 80 85
info@zuerich.creditreform.ch



Creditreform
GEMEINSAM GEGEN VERLUSTE.