

ZANOTTA AG Ökologie lohnt sich.

Aktenvernichtung St.Gallen
071 244 55 03, www.zanotta.ch



Klinik-Direktor Peder Koch:

Quantensprung am neuen Standort

Seite 44

In dieser Ausgabe:

Markus Schöb, Christine Bolt,
Jürg Weber, Hermann Arnold,
Albert Ospelt, Ueli Manser,
Nadja Speck

Schwerpunkt Kulturförderung

Wie geht der Staat mit unserem Geld um? Und wie gehen gewisse Bürgerinnen und Bürger mit dem Geld der anderen Steuerzahler um? Bei der Kulturförderung fallen oft alle Schranken.

Ab Seite 12

Sauber bleiben!

pronto-ag.ch

pronto
Wir verstehen mehr
als Reinigung.

KA BOOM

Die Kommunikationsagentur

KA BOOM ist eine dynamische Fullservice-Agentur aus St.Gallen. Mit Passion, Freude und Engagement begleiten wir unsere Kunden in allen Kommunikationsdisziplinen. Ihr Ziel ist unser Ansporn, Ihr Erfolg unser Massstab.



Was reinkommt, muss ausgegeben werden

In den vergangenen über 13 Jahren unserer Existenz hat das Unternehmermagazin LEADER immer wieder die Kulturförderung thematisiert. Wir tun das in dieser Ausgabe ein weiteres Mal. Das hat mehrere Gründe: Zum einen ist die Kultur auch ein Wirtschaftszweig. Zum anderen interessieren wir uns für jeden Bereich, in dem der Staat Geld ausgibt. Denn er kann das ja nur mit Mitteln tun, die vorher – von privat und von Unternehmen – erwirtschaftet wurden. Der verantwortungsvolle Umgang mit Steuergeldern müsste im Interesse von uns allen liegen. Geht es um Kunst und Kultur, wird diese Selbstverständlichkeit oft ausgehebelt. Plötzlich ist gewissermassen alles erlaubt, weil es um die «schönen Seiten» des Lebens geht.

Ein gutes Beispiel dafür ist ein Dialog, der kürzlich auf Facebook zu lesen war: Jemand wunderte sich darüber, dass der Kanton St.Gallen ein sehr viel besseres Jahresergebnis erzielt hatte als budgetiert. Prompt schrieb ein anderer – notabene ein Unternehmer – sinngemäss, dass man ja in diesem Fall problemlos das Klanghaus Toggenburg hätte realisieren können. Statt sich zu freuen, dass der Kanton etwas auf die hohe Kante legen kann, werden sofort wieder Begehrlichkeiten laut. So schnell sind Leute bereit, 19 Millionen Franken auszugeben – wir haben es ja. Mit Verlaub: Machen diese Personen das mit ihrem privaten Budget ebenfalls so? Kaum kommt ein bisschen mehr rein als erwartet, muss es gleich wieder rausgeworfen werden?

Natürlich hinkt der Vergleich. Denn seltsamerweise empfinden wir im Kontext mit staatlicher Förderung 10 000 oder 20 000 Franken nur als geringfügige Summe, die man schnell mal sprechen kann. Ein durchschnittlicher Angestellter arbeitet allerdings ein Jahr lang für eine Steuersumme in dieser Höhe. Wer sich das vor Augen führt, der sieht die Kulturförderung vielleicht aus neuer Perspektive. Und ist bereit, Gesuche für öffentliche Beiträge etwas genauer unter die Lupe zu nehmen.

Natal Schnetzer
Verleger

Anzeige

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

www.isr.ch
www.issg.ch



International
School
Rheintal und
St.Gallen



Zufriedenheit ist inbegriffen bei
unseren Komplettlösungen mit Service.
Drucklösungen nach Mass
Dokumenten Management
Service und Finanzierung

Erleben Sie's selbst.
Unser Office-Team St.Gallen
ist für Sie da: **071 274 00 80**





Coop übernimmt Mehrheit an Update Fitness

Per Anfang April 2016 beteiligt sich Coop mit einer Mehrheitsbeteiligung von 51 % an der Update-Fitness-Gruppe aus Uzwil SG. Die Gruppe betreibt derzeit 19 Fitnesscenter und ist Marktführerin in der Ostschweiz. Über den Kaufpreis wurden keine Angaben gemacht. Update Fitness wurde 1997 gegründet; seit den Anfängen führt Gründer Michael Ammann (Bild) das Unternehmen. Der 47-Jährige bleibt auch unter Coop Geschäftsführer.



- 08 Roland Rino Büchel**
Moralisten machen Milliarden
- 10 Der Fall «Roman Wüst»**
Es gibt Dinge, die einfach nicht gehen
- 12 Kulturförderung**
Es herrscht die nackte Willkür
- 16 Katrin Meier, Amt für Kultur**
«Gesuche abzulehnen, ist Alltagsgeschäft»
- 17 Der Fall «Pepperminta»**
Wieso sich Helga Klee für Pipilotti Rist einsetzte
- 19 Vermittlungsplattform kklick.ch**
Wie das Geld vom Lotteriefonds zum Künstler fließt
- 20 Brosamen für die «freie Kulturszene»**
Ein Kommentar von Kulturveranstalter Dario Aemisegger
- 21 Michael Götte**
Lotteriefonds und Kultur
- 22 Galerist Markus Schöb**
Das erfolgreiche Konzept der Galerie Widmer Auktionen AG
- 26 Jürg Weber und Christine Bolt, Tagblatt Medien**
«Ruhe wird nie mehr einkehren»
- 30 IT St.Gallen rockt**
Konkurrenten ziehen am selben Strick
- 34 Albert Ospelt**
«Mit Regionalität einen Mehrwert schaffen»
- 36 Konrad Hummler**
Die Welt als Insel?
- 40 Ueli Manser, Appenzeller Kantonalbank**
«Wir kennen unser Land und unser Volk»
- 44 Peder Koch, Berit Paracelsus-Klinik**
«Es war eine Punktlandung in allen Bereichen»



34



48



10



40

48 Nadja Speck, Droga Drogerie
Die moderne Appenzeller Kräuterfee

51 Paul Beerli
50+ auf Stellensuche

52 Spotlight
Kurznews aus Politik und Wirtschaft

57 Schwander eröffnet Filiale
Impressionen vom Eröffnungsevent

58 Christian Bartholet, Grass & Partner
«Wer führt mein Lebenswerk weiter?»

59 Walter Locher
Masshalten in der Gesetzgebung

60 Roland Schegg, PwC
Ein Ausblick auf das 4. Public-Forum

63 CSIO Schweiz in St.Gallen
Alle Infos zum Sportanlass

65 Schöne neue Arbeitswelt
Im Juni findet der
12. Ostschweizer Personaltag statt

65 Sven Bradke
Klamauk statt Wahlen

66 Schlusspunkt
Keiner kann ohne den anderen

Markt/Publireportagen

- 02 Ka Boom
- 04 Cofox
- 38 Permapack AG
- 50 Appenzeller Kantonalbank
- 54 Zanotta AG
- 56 City-Garage AG
- 64 Mérat
- 67 Ostschweizer Personaltag
- 68 LIGA Lindengut-Garage AG

Zwei Welten



Unternehmer gehen anders an ein Projekt heran als Künstler. Zwar suchen beide die Nische, aber nur einer von beiden ist auch bereit, das ganze Risiko zu tragen.

von Marcel Baumgartner

Sie haben eine Idee für ein Produkt oder eine Dienstleistung. Sie sind Unternehmer. Also werden Sie abklären, ob nur Sie von dieser Idee begeistert sind oder ob dafür allenfalls ein Markt besteht. Sie klären die mögliche Nachfrage ab. Sie erstellen eine genaue finanzielle Planung: Wie hoch sind allfällige Vorleistungen, die es zu erbringen gilt? Zu welchem Preis könnte das Produkt bzw. die Dienstleistung angeboten werden? Und wo und in welcher Form erreichen Sie potenzielle Kundinnen und Kunden? All das versteht sich für Sie von selbst. Denn schliesslich sind Sie es, der das Risiko trägt.

Gleicher Fall, andere Person: Sie haben eine Idee für ein Produkt oder eine Dienstleistung. Sie sind Künstler. Also werden Sie abklären, ob nur Sie von dieser Idee begeistert sind oder ob das auch auf zwei, drei Bekannte aus Ihrem Künstlerumfeld zutrifft. Ein Markt muss nicht vorhanden sein. Sonst wäre es ja keine richtige Kunst, sondern Mainstream. Deshalb müssen Sie auch nicht abklären, ob eine Nachfrage besteht. Sie erstellen eine ungefähre finanzielle Planung. Viel wichtiger ist jedoch, dass Sie Ihre Idee zu Papier bringen – in blumigen Worten, welche die Exklusivität Ihrer Idee sowie den Nutzen für einen kleinen Kreis an «Kunden» umreissen. All das versteht sich für Sie von selbst. Denn schliesslich möchten Sie damit finanzielle Unterstützung aus einem Fördertopf erhalten.

Wirtschaft und Kunst sind zwei verschiedene Welten. Man muss nicht verlangen, dass die Akteure der einen Welt jene der anderen verstehen. Aber letztlich brauchen beide einander in irgendeiner Form. Die vorliegende LEADER-Ausgabe widmet sich für einmal dem kulturellen Bereich – natürlich unter Einbezug der wirtschaftlichen Sichtweise. Wir tun dies kritisch – vor allem dann, wenn wir die Frage aufwerfen, ob durch den Lotteriefonds auch wirklich jene Projekte unterstützt werden, die der regionalen Szene einen Mehrwert bieten.

Marcel Baumgartner ist LEADER-Chefredaktor

Moralisten machen Milliarden

Die USA haben sich daran gemacht, weltweit Steuern einzutreiben. Gleichzeitig locken sie Steuerhinterzieher aus aller Welt mit massgeschneiderten Modellen an. Panama und seine Briefkastenfirmen sind gegen diese US-Offensive genauso chancenlos wie andere Steueroasen.

von Roland Rino Büchel

Es sind noch keine drei Jahre her, da hatten bürgerliche Schweizer Politiker sich «erdreistet», die folgende Prognose zu stellen: «Die USA werden durch ihr Vorgehen die internationale Kundschaft der Schweizer Banken übernehmen.» Von der damaligen Finanzministerin wurden sie deswegen verlacht. Die heutige Realität ist, dass amerikanische Vermögensverwalter höchst erfolgreich nach nicht deklarierten Geldern fischen.



Vertuschen von Identitäten

«Handelt es sich bei den amerikanischen Angriffen gegen unser Bankkundengeheimnis nicht in erster Linie um einen Wirtschaftskrieg mit knallharten US-Eigeninteressen?» Das war meine Frage. Wie die Schöngeister in unserem Parlament hatte auch Frau Widmer-Schlumpf keine Bedenken. Heute hat die internationale Kundschaft in den USA ihr wahres Steuerparadies gefunden. Private Vermögen bewegten sich aus der Schweiz über den Atlantik. Elegant übrigens, wie die US-Behörden unseren Banken gleich noch fünf Milliarden Bussgelder abknöpften.

Kurz zum automatischen Informationsaustausch der OECD: Das ist die mittlerweile anerkannte internationale Norm. Die USA machen nicht mit. Mehr noch, sie stellen Schwarzgeldparadiese wie die Bermudas, Bahamas oder die Virgin Islands locker in den Schatten. Nicht einmal Panama, aktuell wegen der «Panama Papers» weltweit in aller Munde, kann den Amis im Vertuschen von Identitäten das Wasser reichen.

USA stellen Panama in den Schatten

Nevada, Wyoming oder South Dakota bieten absolute Verschwiegenheit. Dort ist es ein Kinderspiel, sich hinter undurchsichtigen Strukturen zu verbergen. Das Rezept? Man gründe in der Karibik für ein paar Hundert Dollar eine Scheinfirma; diese eröffne dann bei einer amerikanischen Bank ein Konto. Welche Personen wirklich hinter dem Konstrukt stecken, kommt nicht ans Tageslicht. Die Nutzniesser haben die Garantie, dass in den USA kein Steuerelement erstellt wird, das je mit irgendeinem Land ausgetauscht werden könnte.

Haben die US-Attitüden konkrete Auswirkungen auf den helvetischen Finanzplatz? Seit die Amerikaner zum Angriff bliesen, sind die ausländischen Privatvermögen bei unseren Banken (in Wertschriften) auf weniger als die Hälfte zusammengeschrumpft: Vor der Attacke betrugen die Wertpapieranlagen 1109 Milliarden Franken, heute sind es noch 516. Als «vorausschauend und weit-sichtig» wurden die politischen Entscheide zur einseitigen US-Regelung Fatca, dem verschärften Steuer-Reporting von Finanzinstitutionen, in der Schweiz beklatscht. Heute ist klar: Das war keine Weitsicht. Es war Kurzsichtigkeit.

Der Rheintaler SVP-Nationalrat Roland Rino Büchel ist Präsident der Aussenpolitischen Kommission und Mitglied des Europarates.



Buchtipp:

Wie treffen wir unsere Entscheidungen? Warum ist Zögern ein überlebensnotwendiger Reflex – und was passiert in unserem Gehirn, wenn wir andere Menschen oder Dinge beurteilen? Daniel Kahneman, Nobelpreisträger und einer der einflussreichsten Wissenschaftler unserer Zeit, zeigt im Buch «Schnelles Denken, langsames Denken» anhand ebenso nachvollziehbarer wie verblüffender Beispiele, welchen mentalen Mustern wir folgen und wie wir uns gegen verhängnisvolle Fehlentscheidungen wappnen können.

40 Stellen

der insgesamt 100 am Standort Uzwil baut die Textilmaschinenherstellerin Benninger AG bis Ende 2017 ab. Das Unternehmen löst die Bereiche Fertigung und Montage auf. Ebenso werden in anderen Bereichen strukturelle Anpassungen vorgenommen. Die aufgegebenen Tätigkeiten sollen an ausländische Produktionsstandorte verlagert werden. Genannt wird das ostdeutsche Zittau.

Weintipp:

Chafandín 2012 – Ribera del Duero DO
Nobel, klar strukturierter Tinto Fino (Tempranillo) mit intensiver Frucht. Ein beeindruckender Rotwein und ein Beleg für die Grösse der Tempranillotraube auf den besten Terroirs Spaniens. Mittleres Reifepotenzial (bis etwa zehn Jahre nach Ernte); kann an Komplexität und Feinheit gewinnen. Erhältlich unter anderem unter www.martel.ch.



Zitat des Monats:

*«Man verliert lieber einmal 0:7
als dreimal 0:1.»*

Urs Fischer, Trainer des FC Basel, suchte nach tröstenden Worten für Joe Zinnbauer, Trainer des FC St.Gallen. Der FC SG verlor am 17. April gegen den FCB mit 0:7.



Chefsessel:

Am 1. Juni wird Andreas Mitterdorfer (Bild) in die Lienhard Office Group eintreten und ab dem 1. Juli die operative Leitung von Markus Meili, dem heutigen CEO, übernehmen. Markus Meili, der seit über 20 Jahren die Geschicke der LOG geleitet hat, wird nach der Einführungs- und Übergabephase von Andreas Mitterdorfer in den Verwaltungsrat der Lienhard Office Group wechseln. Mitterdorfer (*1966) hat die Wirtschaftsmatura in Aarau erlangt und anschliessend an der ETH in Zürich Werkstoff-Ingenieurwesen studiert. 1997 hat er dort mit seiner Dissertation

im Bereich Keramikelektroden für Hochtemperatur-Anwendungen promoviert. Anschliessend hat sich Mitterdorfer in verschiedenen Industrie- und Beratungsunternehmen international ein breites Wissens- und Erfahrungsspektrum angeeignet, das er nun zum Erfolg der LOG einsetzen kann und wird.

Kopf des Monats:

Andrea Caroni, Ständerat, FDP AR

Es gibt Leute, die sagen Andrea Caroni nach, dass ihm vieles leicht gemacht worden sei bis zum heutigen Tag. Dem 36-Jährigen scheint alles zugeflogen zu sein, und sein Lebenslauf ist an Makellosigkeit kaum zu übertreffen: Kantonsschule in Trogen, Studium der Rechtswissenschaften in Zürich und Genf, eine Assistentenstelle an der Universität Zürich, das Anwaltspatent, die Dissertation, das Nachdiplomstudium in Harvard. Das liest sich alles gut und ist natürlich die Basis für höhere Weihen. Allerdings hat Caroni diese bereits empfangen: Vom Gemeinderat in Grub (2005) ging nahtlos ins Bundeshaus als persönlicher Mitarbeiter des früheren Bundesrats Hans-Rudolf Merz. 2011 folgte die Wahl in den Nationalrat, seit letztem Herbst ist der Freisinnige Ständerat.

Nun ist ein neues «Ämtli» dazu gekommen: Andrea Caroni gehört der vielzitierten «Boygroup» rund um die neue FDP-Präsidentin Petra Güssi an. In der Parteiführungsriege sind kaum grosse Ruhmesblätter zu holen, dafür warten aber wohl viele zusätzliche Sitzungstermine. Wie Caroni Politik, Arbeit und die Rolle als Familienvater unter einen Hut bringt, ist uns nicht bekannt. Klar ist hingegen, dass einer, der weit vor dem 40. Lebensjahr diesen Punkt erreicht hat, die Vita nur noch mit einem Bundesratsstich garnieren könnte. Das würden die meisten Politiker als schon fast unerträgliche Erwartungshaltung empfinden. Andrea Caroni lässt sich die Leichtigkeit des Seins aber nicht nehmen. Er «chrampt» und strahlt weiter. Vielleicht verrät er uns ja eines Tages sein Geheimnis.



«Fall Wüst»: Es gibt Dinge, die einfach nicht gehen

Das St.Galler Gesundheitsdepartement in der Person von Regierungsrätin Heidi Hanselmann kann noch so viele verursachende Faktoren aufzählen, eines steht fest: Die späte Begleichung der Ferienansprüche des ehemaligen Generalsekretärs Roman Wüst offenbart nicht nur eine eklatante Führungsschwäche, sondern auch mangelnden Respekt vor dem arbeitenden Volk – notabene vonseiten einer SP-Politikerin.

Roman Wüst hat in seinen über drei Jahrzehnten als Generalsekretär des St.Galler Gesundheitsdepartements mit Sicherheit viel gearbeitet. Und er war dauerpräsent. So präsent, dass er offenbar nicht in der Lage war, alle ihm zustehenden Ferien zu beziehen. Dafür wurde er spät, aber fürstlich entgolten: Mit einem vollen Jahreslohn. Unter dem öffentlichen Druck hat er das Geld inzwischen zurückgezahlt. Die grundsätzlichen Fragen bleiben aber im Raum.

Der Generalsekretär als Kadermann selbst muss genau wie die Regierungsrätin in der Lage sein, Aufgaben zu delegieren und Nein zu sagen.

Wie konnte es soweit kommen? Früher noch mehr als heute waren die Leiter der Generalsekretariate stets die alleswissenden grauen Eminenzen, die nicht selten viel länger im Dienst standen als ihre Vorgesetzten, die jeweiligen Regierungsmitglieder. Das führt zum gefürchteten «Vorzimmerdamen-Effekt»: Diese wissen oft mehr als ihre Vorgesetzten, weil sie «schon immer» da waren. Sie werden von verschiedenen Seiten bewusst instrumentalisiert, entwickeln so ein feines Sensorium für verschiedene Lager und haben nicht selten einen Informationsvorsprung.

Nicht fähig zu delegieren

Die Folge: Der Chef oder die Chefin ist auf Gedeih und Verderb auf dieses geballte Wissen und die Erfahrung angewiesen, vor allem in der ersten Phase nach Amtsantritt. Es wäre gar nicht möglich, sich in so kurzer Zeit einen Überblick über alle aktuellen «Baustellen» zu verschaffen. Deshalb hatte der ehemalige Generalsekretär Roman Wüst von Anfang an und wohl konstant bis zum Schluss sehr viel mehr Ahnung von den Details im St.Galler Gesundheitswesen als die Regierungsrätin selbst, die ja zugleich als Mitglied der Gesamtregierung auch bei den Ge-

schäften anderer Departemente zumindest grob mitreden können muss. Und er wurde wohl stets gerufen, wenn Geister aus der Vergangenheit aktuelle Projekte überschatteten. Denn nur er wusste, woher sie kamen, diese Geister.

Das alles ist kaum vermeidbar; es führt zu viel Arbeit für den Betroffenen, aber umso nötiger ist die Einhaltung einer einfachen Regel: Der Generalsekretär als Kadermann selbst muss genau wie die Regierungsrätin in der Lage sein, Aufgaben zu delegieren und Nein zu sagen. Diese Fähigkeit scheint Roman Wüst nicht gegeben gewesen zu sein. Solche Leute müssen vor sich selbst geschützt werden, zum eigenen Wohl und zur Vermeidung von Situationen, wie wir sie jetzt haben. Es kann niemand ernsthaft behaupten, dass alles, was der Generalsekretär in seinen 33 Jahren getan hat, nur von ihm und nur von ihm allein ausgeführt werden konnte. Man kann sich selbst auch zu wichtig nehmen: Jeder ist ersetzbar.

Kostenneutral lösen

Tatsache ist: Die St.Galler Regierung hat die Zahlung eines Jahresgehalts abgenickt. Welches Signal sendet das aus? Unter anderem dieses: Ansprüche, die bei einem kleinen Angestellten unter Verweis der Rechtslage mit Sicherheit umgehend abgewiesen würden, gehen schlank durch, wenn sie von einem Kadermann kommen, der Zeit seines Berufslebens schon sehr gut verdient hat und der auch bereit wäre, im Notfall vor Gericht zu ziehen. Der Hauswart eines Verwaltungsgebäudes oder die Sachbearbeiterin eines Amtes hat weder das nötige Kleingeld noch Zeit und Energie, um sich dieselben Rechte zu erstreiten. Bei solchen Leuten kann man es riskieren, Ansprüche abzuwehren, und seien sie noch so ausgewiesen.

Eine Anhäufung von nicht bezogenen Ferien in dieser Grössenordnung ist nur möglich, wenn über Jahre hinweg nicht nur nicht genau hingeschaut, sondern bewusst weggeschaut wird. Es kann niemand ernst-

haft behaupten, Wüsts Dauerpräsenz sei unbemerkt geblieben. Die Departementsführung hat das Problem schlicht auf später verschoben, weil Wüsts überdurchschnittlicher Einsatz im jeweiligen Moment sehr willkommen war. Wer Mist baut, soll ihn auch ausbaden. Es wäre dem Gesundheitsdepartement unter Heidi Hanselmann gut angestanden, wenn sie die Aufarbeitung ihrer eigenen Unterlassung kostenneutral geschafft hätte. Sprich: Zahlt dem Mann sein Geld und stellt zugleich mit geeigneten Massnahmen

Es kann niemand ernsthaft behaupten, dass alles, was der Generalsekretär in seinen 33 Jahren getan hat, nur von ihm und nur von ihm allein ausgeführt werden konnte.

sicher, dass dieselbe Summe im Departement wieder eingespart wird. Aber eben, es ist ja nur das Geld der Steuerzahler. Damit geht man hemdsärmeliger um als mit dem eigenen Ersparten. Und ohnehin ist ja die Wahrscheinlichkeit hoch, dass in einigen Wochen Gras über die Sache gewachsen sein wird: Es gibt auch im neugewählten Kantonsrat höchstens eine Handvoll Leute, denen zuzutrauen ist, ein solches Thema hartnäckig und nachhaltig köcheln zu lassen.

Zu lange im Amt

In einer Sonderausgabe zum CSIO St.Gallen porträtierten wir Roman Wüst vor sieben Jahren in seiner Funktion als VIP-Betreuer. Der Titel des Artikels lautete «Den VIPs eine Auszeit verschaffen». Es wäre rückblickend wohl sinnvoller gewesen, Wüst hätte sich selbst eine solche gegönnt. Nun darf man sich fragen: Gehörten solche Einsätze am CSIO St.Gallen zu den absolut unaufschiebbaren Aufgaben des Generalsekretärs, die es ihm unmöglich machten, seine Ferien zu beziehen? Und eine weitere Frage am Rande: Ist es sinnvoll, dass jemand eine solche Kaderposition über 30 Jahre ausfüllt? Ist das gut, für das Amt und für ihn selbst?

Wüst wollte zwei Mal abspringen, er kandidierte ohne Erfolg als Stadtrat in St.Gallen und als Gemeindepräsident in Wittenbach. Nach beiden Versuchen kehrte er auf seinen Sessel als Generalsekretär zurück. Das ist ihm nicht zu verübeln. Aber er hätte jeden dieser Wechselwünsche nützen können, sich über seine Amtsführung Gedanken zu machen. Und dann vielleicht einfach mal in die Ferien gehen. Das St.Galler Gesundheitswesen hätte seine Abwesenheit zweifellos überlebt.

Text: Stefan Millius

Bild: Bodo Rüedi



***Roman Wüst:
Die Geister der
Vergangenheit.***



*Wichtig scheint der
Kulturförderung vor
allem etwas zu sein:
die Exklusivität.*

Kulturförderung: Es herrscht die nackte Willkür

Wie geht der Staat mit unserem Geld um? Und wie gehen gewisse Bürgerinnen und Bürger mit dem Geld der anderen Steuerzahler um? Bei der Kulturförderung fallen oft alle Schranken, was einen vernünftigen Umgang mit Geld angeht. Wer die geltende Praxis um die Vergabe von Geldern aus dem Lotteriefonds untersucht, merkt schnell: Es regnet Geld für jede Absurdität. Nebenbei wird auch noch der freie Markt verfälscht. Die Politiker scheint es leider nicht zu interessieren.

Jeder mag Kultur. Sogar Leute, die keine Kultur konsumieren, mögen sie und unterstützen sie, zumindest offiziell. Kunst und Kultur zu ignorieren oder gar abzulehnen, würde ja bedeuten, dass man selbst unkultiviert ist. Das will niemand von sich sagen lassen. Sich offen gegen staatliche Kulturförderung zu stellen, wagen deshalb nur wenige. Und das Thema ist ja auch vielschichtig: Es ist unbestritten, dass gewisse Institutionen wie grosse Theater und Museen nicht allein von Einnahmen und vom Mäzenatentum leben können und gleichzeitig eine wichtige Aufgabe

Vorrang haben demnach Vorhaben, die direkt im Kanton realisiert werden. Das ist ein Kriterium, das geflissentlich ausser Acht gelassen wird: Eine Vielzahl der unterstützten Künstler wurde zwar einst hier geboren, ist aber längst in die Welt gezogen und kommt – wenn überhaupt – alle paar Jahre mal für ein Gastspiel nach St.Gallen zurück. Den Vogel abschliessen tut die Kulturförderung, wenn sie die seit Jahrzehnten im Tessin lebende Gardi Hutter mit 10 000 Franken für ihre Tour durch Brasilien fördert. Damit soll die «internationale Präsenz» der Clownin verstärkt werden. Hutters Bezug zu St.Gallen? Die 63-Jährige kam einst in Altstätten zur Welt – und das war's auch schon.

Oder dann der unvermeidliche Milo Rau: Er wohnt laut Wikipedia in Köln und Südfrankreich, und seine Herkunft wird mit «Bern» angegeben. In Lotteriefonds-Berichten wird Rau aber durchwegs als St.Galler bezeichnet. 2014 erhielt er von hier 10 000 Franken für seine Theaterproduktion «The Civil Wars.» Es war, und nun aufgepasst, eine Ko-Produktion folgender Beteiligter: Theaterspektakel Zürich, Kunstenfestivaldesarts und Beursschouwburg Brüssel, Festival La Bâtie und Théâtre Saint-Gervais Genève, Kaserne Basel, Schlachthaus Theater Bern, Stadt Zürich und Goethe-Institut Brüssel. Milo Rau kam nicht mal ansatzweise Richtung Osten mit seiner Produktion. Künstler nützen es übrigens allgemein gerne aus, dass Standorte sich mit ihnen schmücken wollen: Es gibt solche, die in ihrem Heimatort, ihrem einstigen Studienort, früheren Wohnorten und dem aktuellen Wohnsitz Förderung beantragen, stets mit der Beteuerung, sich genau dort heimisch zu fühlen.

Was der Lotteriefonds auch konsequent tut: Die Förderung der Förderung der Förderung fördern. Gemeint sind die unzähligen Projekte rund um die Kulturvermittlung, unablässig muss – völlig unkoordiniert über zahllose Kanäle – verkündet werden, was

«Offenbar sind Kulturschaffende hilflose Wesen, die sich nicht selbstständig anderen mitteilen oder mit diesen vernetzen können.»

erfüllen. Die bildende Kunst, die Bühnenkunst, die Musik sind nicht aus unserem Leben wegzudenken, und ihre Vermittlung ganz dem Privatsektor zu überlassen, ist kaum möglich. Umso mehr muss aber hinterfragt werden, was unterstützt werden soll, zumal die Mittel begrenzt sind. Die Vielzahl von kulturellen Projekten, deren Urheber um öffentliche Gelder bitten, muss professionell durchleuchtet werden, um eine Giesskanne zu verhindern.

Wer übernimmt diese Aufgabe? Ein «Pott», aus dem Geld in die Kultur fliesst, ist der Lotteriefonds. Aus diesem werden nicht nur, aber vor allem kulturelle Projekte unterstützt. Zuständig für die Vergabe ist die Kulturförderung des Kantons. Es gibt Richtlinien, welche die Vergabe regeln. Wer ein Gesuch eingibt, müsste also die Richtlinien einhalten. Wie sehen diese aus – und wie ernst werden sie genommen?

Geografische Verankerung? Ein Witz

Die Kulturförderung verlangt für einen Beitrag einen «angemessenen Bezug zum Kanton St.Gallen».

kulturell alles im Tun ist. Natürlich mit für viel Geld aufgebauten Online-Plattformen, die danach kein Mensch anklickt. Aber nicht nur gegenüber dem Publikum, Vermittlung braucht es auch unter den Kulturtreibern. Denn offenbar sind Kulturschaffende hilflose Wesen, die sich nicht selbstständig anderen mitteilen oder mit diesen vernetzen können. Auch administrative Aufgaben darf man ihnen nicht zumuten. Stets muss man ihnen beim Papierkram helfen, ihnen zeigen, wie man Gleichgesinnte trifft und zentrale Anlaufstellen für sie schaffen. Es gibt Dutzende solcher Knotenpunkte, sie stehen sich gegenseitig auf den Füßen und weisen unzählige Doppelspurigkeiten auf.

Wenn ich eine Ausstellung plane, die sich mit den Fussgelenken von Regenwürmern auseinandersetzt, dann sollte ich wirklich Unterstützung erhalten.

Marktverfälschung

Ein besonders problematisches Beispiel: 30 000 Franken flossen in ein Projekt namens «Nebelfrei – Unterstützung von Kulturschaffenden und Vereinen in Rorschach». Wer die Webseite besucht, findet dort eine Auflistung von Dienstleistungen: «Nebelfrei» textet, gestaltet Flyer und Poster, hilft bei Administration und Buchhaltung und so weiter. Das Büro solle «selbsttragend werden», heisst es in Medienberichten. In der Startphase benötigte man aber noch öffentliche Hilfe. Es ist nicht anzunehmen, dass die beiden Initianten ehrenamtlich arbeiten, sie werden ihre Leistungen verrechnen. Mit anderen Worten:

Da ist ein PR-Büro mit Lotteriefondsgeldern aufgebaut worden. So lässt sich ein Start-up natürlich recht entspannt angehen – und der freie Markt wird verfälscht.

Wichtig scheint der Kulturförderung vor allem etwas zu sein: die Exklusivität. Es gibt eine Formulierung, die sich durch die Beschreibung der Lotteriefondsbeiträge durchzieht: Immer wieder steht da, eine Unterstützung sei angebracht, weil Projekt X oder Arbeit Y ein Thema ins Zentrum stellt, das bisher noch nicht oder nur sehr marginal behandelt worden ist. Mit anderen Worten: Wenn ich eine Ausstellung plane, die sich mit den Fussgelenken von Regenwürmern auseinandersetzt, dann sollte ich wirklich Unterstützung erhalten. Denn googeln Sie das doch bitte mal: Hat sich vor mir schon mal jemand mit den Fussgelenken von Regenwürmern beschäftigt? Na also!

In der freien Wirtschaft geht man davon aus, dass ein Feld, das bisher noch niemand beackert hat, vermutlich aus gutem Grund links liegen gelassen wurde – es besteht einfach kein Bedürfnis. Natürlich gibt es immer wieder Nischen, an die bisher keiner gedacht hat und die sich lohnen. Aber einem Thema automatisch eine Bedeutung zuzusprechen, nur weil es dazu bisher keine Aktivitäten gibt, das kann sich die Wirtschaft nicht leisten. In der Kultur gelten offenbar umgekehrte Vorzeichen.

19 000.– für ein Fotobuch

Auch hier ein zufällig herausgepicktes Beispiel. Der Fotograf Georg Gatsas wurde im Rheintal geboren und lebt heute in Waldstatt, wobei er – seinem Beruf geschuldet – meistens unterwegs ist. In den vergangenen Jahren war er oft in London und hat das



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

Gastgeberin mit Leib und Seele

Schon während der Primar- und Sekundarschulzeit war Astrid Kuhn am Gastgewerbe interessiert. Ihre Mutter weckte durch ihre Arbeit in der Tochter das Interesse an dieser Branche.



Ein LEADERINNEN-Porträt

Auch war es der Geschichtslehrer, der den Werdegang von Astrid Kuhn mitbeeinflusste. Er sagte: «Deine Offenheit und Herzlichkeit solltest Du in einen Dienstleistungsberuf einbringen.» Und er hatte recht. Mit 16 Jahren begann Astrid Kuhn eine Servicelehre in Flims im renommierten Hotel Adula. Diese Welt faszinierte die junge Frau.

Nach der Lehre war Astrid Kuhn hungrig nach mehr und wollte weitere Erfahrung sammeln. Sie arbeitete an Orten wie Ascona, Zermatt, Gstaad, Weggis und Klosters – dann verschlug es sie für ein Jahr nach Biarritz, wo sie zusammen mit ihrem damaligen Partner einen Campingplatz leitete.

Zurück in der Schweiz, machte die St.Gallerin Weiterbildungen im Housekeeping im damaligen Hotel Bellevue in Weggis und an der Reception im Hotel Bad Horn. Diese Erfahrungen halfen ihr, während beinahe 20 Jahren zusammen mit ihrem Ex-Mann das Hotel Sistar zu führen. Nach der Scheidung arbeitete Kuhn während zwei Jahren als Direktionsassistentin im Hotel City Weissenstein – und ihr wurde bewusst, dass es sie zurück in die Selbstständigkeit zog, um eigene Entscheidungen treffen zu können.

Im Ristorante Incontro wurde sie fündig: Im Oktober 2009 eröffnete Astrid Kuhn das ehemalige Barcelona in St.Gallen unter dem neuen Namen «bar ristorante incontro». Obwohl sie keine klassische Beizerin ist, liebt sie ihren jetzigen Beruf. Auch wenn er einiges fordert. Kuhn ist Gastgeberin, Organisatorin, Kalkulatorin, Psychologin, Managerin, Mama des Betriebs, Freundin. Die Liste ist lang. Ihre Offenheit und Herzlichkeit kommen aber immer zum Tragen.

Die 56-Jährige ist mit Leib und Seele Gastgeberin. Ihren Ausgleich findet sie beim Sport, sei es beim Joggen oder Biken. Wenn sie mal einen Tapetenwechsel braucht, zieht es Astrid Kuhn ins Maggiatal, wo ihre neuste Errungenschaft steht: ihr Wohnwagen. Im Kühlschrank steht immer ein Prosecco – und willkommen ist jede Frau.

Aufkommen einer Musikrichtung, dem Dubstep, mitverfolgt. 2008, als er damit begann, war Dubstep noch eine Nischenerscheinung, heute – so wird das im Lotteriefonds-Papier des Kantons ausgeführt – ist er im Mainstream angekommen. Und was im Mainstream liegt, interessiert einen Künstler bekanntlich nicht mehr.

Das Resultat der sechsjährigen Auseinandersetzung mit Dubstep in London hat Georg Gatsas dennoch in einem Fotobuch zusammengefasst, unterstützt mit 19000 Franken aus dem Kanton St.Gallen. Im Bericht heisst es dazu: «Der Zeitpunkt für die Veröffentlichung der Fotoserie «Signal the Future» ist günstig, da bis heute noch kein Buch erschienen ist, welches das Phänomen der UK Bass Music und den Zeitgeist der vergangenen Jahre in Englands Hauptstadt so umfassend dokumentiert.» Da haben wir es wieder: Es hat es noch keiner gemacht, also sollten wir Geld geben, wenn es einer macht. Die Herausgabe eines Buches war früher Sache eines Verlags. Den gibt es auch hier, und zwar «cpress» in Zürich. Die Produktionskosten des Fotobuchs werden mit 68000 Franken angegeben, die Rede ist von einer Buchvernissage in London und einer im Palace in St.Gallen. Der unmittelbare Gegenwert für die Region besteht also aus einem Abend, an dem sich Dubstep-Freunde und das Palace-Stammpublikum treffen und dem Fotografen und sich gegenseitig auf die Schulter klopfen. Für 19000 Franken. Das reicht für das eine oder andere Glas Champagner.

Was der Lotteriefonds auch konsequent tut: Die Förderung der Förderung der Förderung fördern.

Wo bleibt die Politik?

Natürlich gibt es Gegenbeispiele: Wenn das Kleintheater fabriggli in Buchs für ein neues Digitalmischpult 10000 Franken erhält, dann wird damit einer ehrenamtlich tätigen Institution, die seit vielen Jahren Kleinkunst aufs Land bringt, die Weiterexistenz mit modernen Mitteln ermöglicht. Das macht Sinn, und das ist auch im Sinn der Erfinder. Die meisten anderen Beiträge im Rahmen des Lotteriefonds lösen hingegen nur Kopfschütteln aus. Nicht allerdings im Kantonsrat: Dort müssen die Beiträge abgesehen werden – und bis auf wenige Ausnahmen wird jedes Gesuch abgenickt. Aber das ist völlig in Ordnung. Denn wir haben unsere Parlamentarier ja schliesslich nicht gewählt, damit sie danach selbstständig nachdenken und kritisch aktiv werden. Sollen sie ruhig unser Geld ausgeben, ohne Fragen zu stellen.

Text: Stefan Millius

Bild: Archiv

«Gesuche abzulehnen, ist Alltagsgeschäft»

Es ist schweizweit einmalig, dass der Kantonsrat in St.Gallen jeden einzelnen Beitrag aus dem Lotteriefonds beschliesst. Vorgängig bearbeiten Mitarbeiter des Amtes für Kultur die Gesuche, nehmen Rücksprache mit den zuständigen Departementen und stellen dann die Anträge zuhanden der Regierung, die darüber befindet und sie dem Kantonsrat beantragt. Im Gespräch mit Katrin Meier, Leiterin des Amtes für Kultur.



*Katrin Meier,
Leiterin Amt für Kultur
des Kantons St. Gallen.*

Katrin Meier, jährlich fliessen rund 20 Millionen Franken aus dem Lotteriefonds des Kantons St.Gallen in gemeinnützige Vorhaben. Wie viele Förderanträge gelangen jährlich an Sie?

Von den rund 20 Millionen aus dem Lotteriefonds werden jährlich 12 bis 13 Millionen Franken verwendet, um Konzert und Theater St.Gallen sowie rund 80 weitere Kulturinstitutionen in allen Regionen des Kantons mit einem Jahresbeitrag zu fördern. Zusätzlich erhalten wir jährlich zwischen 170 und 240 Gesuche für Projektbeiträge aus dem Lotteriefonds – in den Bereichen Kultur, Soziales, Bildung, Gesundheit, Natur, Umwelt und Entwicklungszusammenarbeit.

Wie viele der eingereichten Gesuche werden im Schnitt von Ihrem Amt für gut befunden und nach welchen Kriterien wird der Verteilschlüssel definiert?

50 bis 70 Prozent der Gesuche beantragen wir bei Regierung und Kantonsrat zur Annahme. Die Vorhaben müssen gemeinnützig sein, einen Bezug zum Kanton St.Gallen haben und professionell umgesetzt werden. Sie müssen zudem auf massgebliche andere Beiträge von Privaten oder Gemeinden zählen können. Daneben gibt es viele weitere Kriterien, die sich in den Lotteriefondsrichtlinien und dem Kulturleitfaden finden.

«Bei uns reicht der Bürgerort nicht aus, wie das in anderen Kantonen der Fall ist.»

Nicht alle geförderten Projekte weisen auf den ersten Blick einen Bezug zur Region aus. Teilweise wird beispielsweise lediglich vermerkt, dass einer der beteiligten Künstler hier aufgewachsen sei. Genügt dies effektiv schon als Kriterium?

Die Bezüge werden sorgfältig geprüft. Kulturschaffende müssen mit dem Kanton St.Gallen nach wie vor verbunden sein und über mehrere Jahre ihren Arbeits- oder Lebensmittelschwerpunkt im Kanton

St.Gallen gehabt haben. Bei uns reicht der Bürgerort nicht aus, wie das in anderen Kantonen der Fall ist.

Das Amt für Kultur dürfte per se in einem intensiven Austausch mit Kulturschaffenden sein. Ist es da nicht schwierig, einen Antrag negativ zu beurteilen?

Unser Ziel ist es, die kulturelle Entwicklung im Kanton St.Gallen zu fördern – zugunsten der Bevölkerung und der Öffentlichkeit. Gesuche abzulehnen, ist Alltagsgeschäft. Das kommt häufiger vor, als dass wir Gesuche annehmen. Beim regulären Kulturförderbudget für Beiträge unter 10 000 Franken übersteigt die Anzahl der Gesuche die finanziellen Möglichkeiten des Kantons bei Weitem. Bei den Werkbeiträgen beispielsweise werden nur gerade zehn Prozent der Gesuche gutgeheissen.

In der Lotteriebotschaft steht geschrieben, dass auch immer wieder gezielte Schwerpunkte gesetzt werden. Wer entscheidet, was solche Schwerpunkte sein könnten?

Aufgabe des Amtes für Kultur ist es, gute Rahmenbedingungen zu schaffen, um die kulturelle (Weiter-)Entwicklung der Gesellschaft zu fördern. Kultureller Stillstand würde, ähnlich wie technologischer oder wirtschaftlicher, auch gesellschaftlichen Stillstand bedeuten. Kulturelle Entwicklung bedarf der ständigen Erneuerung, basierend auf dem starken Fundament der kulturellen Identität, des kulturellen Erbes. Kulturinfrastruktur bzw. Kulturbauten zu fördern, war und ist ein wichtiger Schwerpunkt. Die Förderung der Kulturvermittlung und des Filmschaffens sind andere Schwerpunkte. Es ist Aufgabe des Amtes für Kultur, wichtige Förderschwerpunkte zu erkennen; die notwendigen Finanzen werden jeweils von der Regierung bzw. vom Kantonsrat beschlossen.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg.

Der Fall «Pepperminta»

Diese Kulturfinanzierung sorgte schweizweit für Schlagzeilen: 2007 hat der Kantonsrat St.Gallen einen Beitrag von 200 000 Franken aus dem Lotteriefonds für den Film «Pepperminta» der Künstlerin Pipilotti Rist gesprochen – im zweiten Anlauf. In der Junisession hatte der Kantonsrat einen Streichungsantrag der SVP gutgeheissen; damals ging es um einen Beitrag von 300 000 Franken. Eine etablierte, weltbekannte Künstlerin müsse nicht mit Lotteriefondsgeld unterstützt werden, hatte die SVP argumentiert. Sie konnte sich nicht durchsetzen.



Politierte früher für die FDP im Kantonsrat: Helga Klee.

Helga Klee, Sie stellten damals als FDP-Kantonsrätin im Parlament den Antrag, das Filmprojekt doch noch mit 200 000 Franken zu unterstützen. Weshalb?

Nachdem eine Mehrheit des Kantonsrates den Betrag von 300 000 Franken für ein Filmprojekt der sehr erfolgreichen St.Galler Künstlerin Pipilotti Rist verweigerte, stellten Barbara Gysi, Werner Ritter und ich mit einer Interpellation der Regierung Fragen zur Filmförderung im Kanton St.Gallen und zur Bereitschaft, dem Kantonsrat erneut einen Förderbeitrag für das Filmprojekt «Pepperminta» zu beantragen. Die Regierung beurteilte die Streichung des Beitrags aus dem Lotteriefonds an das Filmprojekt als nicht sachgerecht: Es handle sich um ein Werk, das die Qualitätskriterien unbestritten erfülle und deshalb auch vom Bundesamt für Kultur und der Zürcher Filmstiftung massgeblich unterstützt werde. Der vorgesehene Beitrag von 300 000 Franken des Heimatkantons der Künstlerin an die budgetierten Gesamtkosten von 3,5 Millionen Franken sei angemessen. Diese Zusage der Regierung motivierte uns, einen zweiten Anlauf zu nehmen.

«Ich bin überzeugt, dass die Förderung arrivierter Künstler für eine nachhaltige Kulturförderung zwingend ist.»

Sie argumentierten, mit dem Film werde St.Gallen international wahrgenommen. Er sei beste Werbung und Standortförderung für den Kanton St.Gallen. Anhand der geringen Beachtung, die der Film fand, lässt sich das nur schwer untermauern... War das nicht ein Schuss ins Leere?

Nein, ganz sicher nicht. Immer wieder wird betont, dass unser Kanton in einem harten Wettbewerb der Standorte stehe. Das Profil und die Wettbewerbsfähigkeit eines Standortes definieren sich massgebend über die Lebensqualität und das Image der Region. Das Kulturangebot spielt dabei eine wichtige Rolle.

Haben Sie den Film gesehen?

Ja, natürlich. Es ist schön, dass es diesen Film gibt. Er ist ein Geschenk an die Sinne, an das Herz und ein Aufruf an die Freiheit.

Inwiefern ist der Streifen oder seine Regisseurin Ihrer Meinung nach hilfreich für die Standortförderung?

Zur Standortförderung gehören meiner Meinung nach auch Besonderheiten, welche Besucherinnen und Besucher anlocken. Dies ist mit der Stadtlounge – geschaffen von Pipilotti Rist und dem Bernecker Architekt Carlos Martinez – mit Sicherheit gelungen: Bereits mit diesem Projekt wurde weit über die Landesgrenzen hinaus von Pipilotti Rist gesprochen. Laut dem Kunstkompass 2011, einer jährlich vom deutschen Manager-Magazin veröffentlichten Rangliste, zählt die 53-jährige Rist heute zu den zehn wichtigsten Gegenwartskünstlern der Welt. Ich denke, mehr Beweise braucht es nicht mehr, um festzustellen, dass die Künstlerin den Namen St.Gallen in die ganze Welt hinausträgt.

Alles schön und gut. Aber ist es nicht unverhältnismässig, eine bekannte Künstlerin wie Rist zu unterstützen? Junge, regionale Kulturschaffende wären glücklich mit deutlich geringeren Beiträgen.

Ich bin überzeugt, dass die Förderung arrivierter Künstler für eine nachhaltige Kulturförderung zwingend ist. Diese ist für das Kulturschaffen und die kulturelle Ausstrahlung des Kantons St.Gallen ebenso bereichernd wie die Unterstützung noch weniger bekannter Kulturschaffender. Mit dem Lotteriefonds besteht die Möglichkeit, sowohl arrivierte wie Nachwuchskünstler zu fördern. Es besteht kein Anlass, das eine gegen das andere auszuspielen.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg.

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

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.



Stadtvillen am Wilberg WOHNEN BEIM REBBERG IN WIL SG

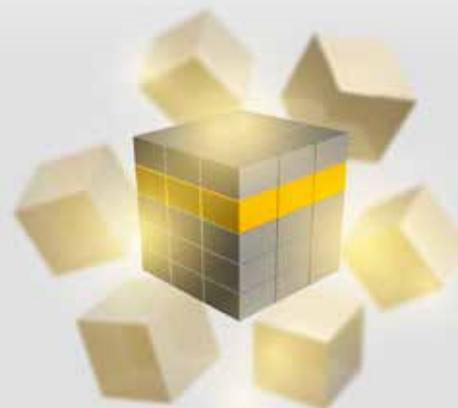
- grossflächige Grundrisse (BGF ab 246 m²)
- moderne Architektur mit edlen Materialien
- alle Gebäude minergie zertifiziert
- jede Stadtvilla ist unabhängig (eigene Haustechnik)
- mit dem Lift vom UG ins Wohngeschoss
- unverbaubare Hanglage mit Fernsicht
- Bezug ab Sommer 2016
- Verkaufspreis ab CHF 2'090'000.–



Weitere Informationen:

Ed. Vetter AG, Matzingerstrasse 2, 9506 Lommis
Urs Vetter, Tel. 052 369 45 44 / 079 420 20 62
www.vetter.ch

Mit Specialization CUBEs IT-Effektivität tunen!



Solution Management | APPL-Services | Emergency Management

Fehlt es den Business Anwendungen an Standards oder Lizenzmanagement? Treten die gleichen Störungen immer wieder auf? Hapert es an der Koordination bei Grossstörungen?

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



Wie das Geld vom Lotteriefonds zum Künstler fliesst

Die Kantone St.Gallen, Appenzell Ausserrhoden und Thurgau arbeiten im Bereich der Kulturvermittlung seit dem Jahr 2013 verstärkt zusammen. Ein Resultat daraus ist kklick.ch, die erste interkantonale Kulturvermittlungsplattform der Schweiz. Deren Aufbau wurde mit 160 000 Franken aus dem Lotteriefonds finanziert. Eine noch grössere Summe wird nun in die Weiterentwicklung investiert. Wurde hier ein weiterer Geldtopf für Künstler installiert?



Richi Küttel ist bei kklick verantwortlich für die Kantone SG und AR.

«kklick» fährt dreigleisig: Einerseits versammelt die Plattform Ostschweizer Kulturvermittlungsangebote aller Sparten, vernetzt so Kulturanbieter, -schaffende sowie -interessierte und soll damit das Planen und Buchen von Angeboten vereinfachen. Andererseits fokussiert sie sich auf Lehrpersonen und will ihnen eine zentrale Anlaufstelle und Auskunft in Fragen rund um die Kulturvermittlung bieten. «Ziel ist es», so in der Lotteriebotschaft vom Winter 2015, «Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen einen einfachen und attraktiven Zugang zu Kulturangeboten und die Begegnung mit Kulturschaffenden zu ermöglichen.» Und als dritter Punkt werden einzelne Kulturprojekte finanziell unterstützt. Vereinfacht ausgedrückt handelt es sich bei «kklick» also um eine Vermittlungswebsite, ein Netzwerk aus Kulturschaffenden und -verantwortlichen an Schulen sowie um einen Förderungspott für Projekte.

Ausserrhoden sowie 80 000 Franken des Kulturamtes des Kantons Thurgau hinzukommen...

Wirtschaftliches Denken?

Es sind stattliche Beiträge, die hier in ein noch junges Projekt fliessen. Da darf man sich die Frage stellen, ob trotz der Unterstützung durch die öffentliche Hand bei den Kulturschaffenden – insbesondere auch bei jenen, deren Projekte durch kklick unterstützt werden – dennoch ein wirtschaftliches Denken stattfindet? Die Antwort von Richi Küttel, bei kklick verantwortlich für die Kantone SG und AR, erstaunt nicht: «Natürlich! Einerseits werden bei der Vergabe von Unterstützungsbeiträgen auch klare Vorgaben an das Ergebnis gestellt. Andererseits sind die Beiträge an die Projekte nicht so hoch, dass die Kulturschaffenden sich entspannt zurücklehnen können.» Die Beiträge würden nur ein Teileinkommen für die Kulturschaffenden darstellen und diese müssten genau rechnen, um mit Ihrer Arbeit etwas zu verdienen. «Kulturarbeit ist immer mit sehr viel Herzblut verbunden, und oftmals dürfen die Stunden für ein Projekt nicht gerechnet werden. Da wird die Kulturarbeit oftmals unterschätzt», so Küttel.

Unausgereifte Angebote würde man praktisch keine erhalten. «Erstens haben die Kulturschaffenden selbst ein hohes Qualitätsbewusstsein, zweitens stammen die meisten Angebote von Institutionen und von professionellen Museums- oder Theaterpädagogen oder Kunstvermittlerinnen und -vermittlern.» Zudem stünde man in engem Kontakt mit den Institutionen und Kulturschaffenden und stelle so sicher, dass das Schwergewicht auf dem Kulturvermittlungsaspekt liege.

Weitere Infos unter: www.kklick.ch

«Die Kulturarbeit wird oftmals unterschätzt.»

Total 600 000 Franken investiert

Ein Lotteriefondskredit ermöglichte in der ersten Phase den Aufbau der Plattform. Diese wurde aus dem Topf mit 160 000 Franken finanziert. Mit weiteren 170 000 Franken wurden diverse Projektgesuche unterstützt. In der Lotteriebotschaft zuhanden des Kantonsrats St.Gallen im Winter 2015 wurde nun ein weiterer Rahmenkredit über insgesamt 270 000 Franken aufgeführt. Davon sind 165 000 Franken für Projektbeiträge budgetiert, 20 000 Franken für die «Etablierung und Weiterentwicklung der Kultur an Schulen» sowie 85 000 Franken für Geschäftsführung und Kommunikation. Wobei zum letzten Posten gemäss Kostenteiler noch weitere 20 000 Franken vom Amt für Kultur des Kantons Appenzell

Text: Marcel Baumgartner

Bild: zVg.

Brosamen für die «freie Kulturszene»

Ist Kultur in unserer Gegend nur staatlich subventioniert möglich? Machen Veranstalter grundsätzlich noch vor dem Aufstehen die hohle Hand – und interessiert unser Kulturschaffen ab Zürich keinen Menschen mehr?

Die kürzlich vom St.Galler Kantonsparlament beschlossene Plafonierung der kantonalen Kulturausgaben und Versenkung des Toggenburger Klanghaus-Projekts. Ein nebenbei als Veranstalter aktiver Stadtpolitiker, der mit medialem Getöse seine Kulturreihe hinwirft, weil er für seine meist defizitären Veranstaltungen plötzlich keine Kulturgelder mehr erhält und dann noch nachreicht, dass die Ostschweiz eben «am Arsch der Welt» liege und hier

So profitieren von den Kulturgeldern am Ende zu einem rechten Teil doch wieder diejenigen, welche diesen Topf mit ihren Steuergeldern zur Hauptsache angehäuft haben.

darum «richtige Kultur» eigentlich nicht funktionieren könne. Ein Schlagerfestival, das jahrelang erfolgreich die Flumserberge beben lässt, dann nach Querelen mit einem Gemeindepräsidenten der Ostschweiz mit noch lauterem Krach den Rücken kehrt und nach Dubai, Österreich, Deutschland oder einfach nur in einen anderen Kanton ziehen will: Der Ostschweizer Kulturbetrieb, hiesige Kulturveranstalter und die St.Galler Kulturförderung erhielten die vergangenen Wochen mehr Aufmerksamkeit, als von den meisten Beteiligten gewünscht. Dieses Thema lohnt einen genaueren Blick.

Es geht doch: Das älteste und erfolgreichste Schweizer Openair findet in St.Gallen und nicht in Zürich oder Basel statt.

Es geht auch ohne Subventionen

Ist Kultur in unserer Gegend nur staatlich subventioniert möglich? Machen Veranstalter grundsätzlich noch vor dem Aufstehen die hohle Hand – und interessiert unser Kulturschaffen ab Zürich keinen Menschen mehr? Sind wir hier wirklich am Arsch der Welt?

Dem ist natürlich nicht so: Das europaweit wichtigste Hip-Hop-Festival ist nicht in Paris oder London, sondern in Frauenfeld zu Hause. Das älteste und erfolgreichste Schweizer Openair findet in St.Gallen und nicht in Zürich oder Basel statt, und die Elite des Pferdesports trifft sich am CSIO St.Gallen und nicht in Locarno. Diese Veranstaltungen funktionieren, sind rentabel und zahlen anständig Steuern. Der Beispiele gäbe es in der Ostschweiz noch viele mehr.

Es geht also. Auch ohne Subventionen. Aber nicht bei allen. Jetzt erinnern wir uns wieder an den «Arsch der Welt» und «richtige Kultur». Fliesst das ganze Kulturgeld in diese Szene und müsste man da mal genauer hinschauen? Nein. So einfach ist es nicht.

Ein Prozent vom ganzen Kuchen

Der Kanton St.Gallen und seine Gemeinden subventionieren den Kulturbetrieb jährlich mit insgesamt 100 Millionen Franken. Ein guter Drittel davon fliesst ins St.Galler Stadttheater, weitere relevante Empfänger sind neben der Stiftsbibliothek verschiedene Museen. Die sogenannte «freie Kulturszene», zu der man neben Veranstaltungsorten wie der Grabenhalle oder dem



Palace auch Kulturschaffende wie den erwähnten «Arsch der Welt»-Veranstalter zählt, kriegt von diesem Kuchen weniger als ein Prozent ab. Also Brosamen. So profitieren von den Kulturgeldern direkt und indirekt am Ende zu einem rechten Teil doch wieder diejenigen, welche diesen Topf mit ihren Steuergeldern zur Hauptsache angehäuft haben: 42- bis 58-Jährige mit hoher Bildung, die den grössten Besucher- und Arbeitnehmeranteil von Stadttheater, Museen, Lokremise und ähnlichen Institutionen ausmachen. Damit lasse ich die Frage, wer nun wie viel kriegen sollte, unbeantwortet.

Was für eine Expo 2027 wollen wir?

Grundsätzlich, aber auch im Hinblick auf die Expo 2027, möchte ich den Blick von den Kulturgeldern auf ein wichtigeres und brennenderes Eisen werfen: Rahmenbedingungen. Darauf kommt es an. Es geht um öffentliche Infrastruktur, Bewilligungsverfahren, Auflagen bezüglich Lärmschutz und Bevölkerungsschutz und so weiter.

Im Juni stimmen wir über einen Kredit über fünf Millionen Franken für eine Machbarkeitsstudie zur Expo 2027 in der Ostschweiz ab. Die finanzielle Hürde dürfte problemlos genommen werden. Aber wenn es dann konkret um die Realisierung der Expo 2027 geht, wird es vor allem auch um Rahmenbedingungen gehen – und spätestens dann werden wir uns alle fragen müssen, welche Ostschweiz wir eigentlich wollen: Wollen wir die Ostschweiz «floridarisieren» und zu einem preiswerten, ruhigen und erholsamen Sehnsuchtsort für Rentner und Rentnerinnen aus der halben Schweiz machen? Wollen wir die Ostschweiz «eventisieren» und auf Kosten der Ruhe suchenden Bevölkerung attraktive Bedingungen für publikums- und damit lärmintensive Veranstaltungen machen? Oder einigen wir uns am Ende auf eine Ostschweizer Idee, eine auf unsere Gegend und Bevölkerung abgestimmte Synthese dieser beiden Ansätze?

Es gibt Beispiele für diese Synthese, nehmen wir folgendes: den Beachvolleyball-Event in Appenzell. Man war da lange nur mässig erfolgreich, suchte einen neuen Standort, zog nach Rorschach, die Stadt ermöglichte einen Standort direkt am Wasser – und jetzt ist Rorschach vor Bern oder Zürich die erfolgreichste Station der Serie. Warum? Wohl nicht wegen der gesprochenen Kulturgelder, sondern weil dieser Anlass perfekt an einen Ort wie das Rorschacher Hafenbecken passt, die Behörden vor Ort optimale Rahmenbedingungen ermöglichen und der Veranstalter dadurch die vorhandene Infrastruktur und Kulisse perfekt nutzen und inszenieren kann. Das wäre doch mal ein Rezept für die Ostschweizer Kulturlandschaft und die Expo 2027.

Text: Dario Aemisegger, Kulturveranstalter

Bild: Nick Lobek

Lotteriefonds und Kultur

Die Lotterien sind in der Schweiz ein gutes Geschäft, von dem auch die Allgemeinheit profitiert.



Von den rund CHF 326 Mio. Gewinn, den die Schweizerische Landeslotterie im Jahresdurchschnitt erwirtschaftet, stehen dem Kanton St. Gallen etwas über 28 Mio. zu. Davon sind 20 Prozent für den Sport-Toto-Fonds bestimmt, der durch die IG Sport verwaltet wird. Die restlichen 80 Prozent werden dem Lotteriefonds zugewiesen. Damit werden hauptsächlich gemeinnützige Projekte in der Kultur, aber auch in den Bereichen Soziales, Bildung, Gesundheit, Natur, Umwelt und Entwicklungszusammenarbeit unterstützt.

Die Gesuche werden vom Amt für Kultur vorgeprüft, das die Botschaft der Regierung zuhänden des Kantonsrats vorbereitet. Dieser beschliesst zweimal pro Jahr über die Verteilung der Gelder. In der Regel geben die Anträge der Regierung leider kaum Anlass für kontroverse Debatten. Trotzdem ist eine Tendenz zu erkennen, dass gewisse Kultureinrichtungen grössere Chancen haben als andere, Unterstützungsgelder zu bekommen: Progressive und futuristische Projekte stossen erfahrungsgemäss bei der Gesuchsprüfung auf grössere Sympathien als traditionelle Projekte der Volkskultur.

Beispiele dafür sind einerseits das politische Hin und Her für die Unterstützung eines Filmprojektes für die Künstlerin Pipilotti Rist über CHF 200 000, andererseits für das Tattoo-Konzert in St. Gallen über 25 000. Während der Kantonsrat schlussendlich das Kunstprojekt der weltbekannten Rheinthalerin – die wohl kaum auf die finanzielle Unterstützung des Lotteriefonds angewiesen war – bewilligte, kam die Unterstützung für das Tattoo nur einmal zustande, was die Weiterführung des Konzerts mit militärischen Musikformationen infrage stellte.

Auch wenn der Kantonsrat das letzte Wort für die Verteilung der Gelder hat, so ist die Vorprüfung der Gesuche durch das Amt für Kultur für ihr Schicksal doch entscheidend. Die Finanzkommission des Kantonsrats hat jedoch die Möglichkeit, auch bereits vom Amt für Kultur abgelehnte Gesuche zu prüfen und negative Entscheide zu revidieren. Sie nimmt diese Aufgabe sehr ernst und ist damit ein wichtiges Gegengewicht, um sicherzustellen, dass die Kulturförderung nicht völlig die Bodenhaftung verliert.

Michael Götte, Gemeindepresident Tübach, Fraktionspräsident SVP SG



Galerist Markus Schöb:

*«Als regionales Haus
sind wir glücklich,
dass wir in jeder
Preisspanne gute Kunst
anbieten können.»*

Unter dem Hammer

Die Galerie Widmer Auktionen AG mit Sitz in St.Gallen und Zürich gehört seit Jahren zu den führenden Kunsthandelsunternehmen der Schweiz. Seit 2015 wird sie von Markus Schöb geführt. Für ihn steht fest: Auch im Internetzeitalter ist der Bedarf nach greifbarer, guter Kunst ungebrochen. Denn «Kunst hat nie angefangen und hört auch niemals auf». Ein Einblick in ein Metier, das von Emotionen, Überraschungen und auch Enttäuschungen lebt.

Die zwei älteren Herren schreiten durch die Ausstellungsräume der Galerie Widmer in St.Gallen. Sie würdigen jedes Bild und jede Skulptur mit einem kurzen Blick. Die volle Aufmerksamkeit schenken sie jedoch einem Gemälde, das einen Appenzeller Bauern zeigt. Erstellt hat es der Teufener Maler Hans Zeller im Jahr 1963. Von ihm verkaufte das Auktionshaus jüngst gleich vier Bilder, in einer Preisspanne von 1200 bis 18'500 Franken. Die beiden Besucher sind sich denn auch einig: Gerade regionale Kunstschaffende haben schon unzählige Werke erschaffen – früher wie heute –, die Beachtung und Würdigung verdienen. Und Markus Schöb, seines Zeichens

verdankt das Haus seinen soliden Namen, und ihm ist es auch zu verdanken, dass wir seit Jahren in der Ostschweiz eine Monopolstellung innehaben», unterstreicht Markus Schöb.

Schöb kennt den mittlerweile 67-jährigen Widmer schon seit über zwei Jahrzehnten. Bereits als Kantischüler und während seines Studiums der Kunstgeschichte half der gebürtige St.Galler in der Galerie aus. Anschliessend folgten gewissermassen Schöbs «Wanderjahre», die ihn unter anderem als Leiter «Schweizer Kunst» ins Auktionshaus Christie's führten. 2004 zog es Markus Schöb dann wieder zurück zu seinen Wurzeln. Zusammen mit Hans Widmer formte er das Unternehmen zur Galerie Widmer Auktionen AG mit Sitzen in St.Gallen und Zürich um. «Das war die ideale Ergänzung zu unserer internationalen, nicht abgehobenen Galerie mit regionaler Verbundenheit», erklärte Widmer kürzlich gegenüber dem «St.Galler Tagblatt».

Schnell richtete sich in der Folge der Finanzkrise der Fokus auf Kunstwerke, und die Frage kam auf, ob Kunst als Investment die grössere Sicherheit bietet.

Kunsthistoriker und seit 2015 Geschäftsführer der Galerie Widmer, gibt ihnen recht: «Vor allem der Kanton Appenzell Innerrhoden ist ein Phänomen. Nirgendwo sonst in der Schweiz gibt es auf einem so kleinen Raum so viele begabte Künstler – und auch so viele Interessierte, welche die Künste hegen und pflegen.» So sei es denn auch sehr befriedigend, in der Ostschweiz eine Galerie führen zu dürfen.

Monopolstellung

Der 43-jährige Schöb trat vor rund einem Jahr in die Fussstapfen von Galerist Hans Widmer, der das Unternehmen 1977 zusammen mit seiner Frau in St.Gallen gründete. Fokussierte man anfangs noch in erster Linie auf Helvetica-Auktionen – ein Markt, der inzwischen praktisch inexistent ist –, weitete man das Geschäftsfeld in den Folgejahren kontinuierlich aus und positionierte die Galerie zum wichtigsten Ostschweizer Kunsthandelsunternehmen. «Dass wir heute zahlreiche Werke von grosser Bedeutung anbieten können, ist auf die kontinuierliche Aufbauarbeit von Hans Widmer zurückzuführen. Ihm

Verkaufsquote von 90 Prozent

Gesamtschweizerisch steht die Galerie heute in einem Konkurrenzverhältnis zu weiteren Schweizer Anbietern, aber auch den grossen internationalen Häusern. «Schön ist, dass wir uns gegen diese Konkurrenz häufig durchsetzen können», sagt Schöb. Und mit welchen Argumenten? «Wenn bei Sotheby's oder Christie's ein Bild von Félix Vallotton gezeigt wird, ist es eines von vielen. Wir aber können es als das Highlight positionieren. So erhält es letztlich eine ganz andere Wahrnehmung in der Öffentlichkeit.» Dies dürfte unter anderem zur ausgezeichneten Verkaufsquote von über 90 Prozent führen. Die Galerie Widmer hat sich damit im Bereich der Auktionen mit Schweizer Kunst und dem privaten Handel mit bedeutenden Werken zu einem führenden Haus entwickelt.

Dass das Unternehmen aber dennoch die Bodenhaftung behalten hat, zeigt sich unter anderem auch anhand der Preisspanne der angebotenen Werke. Diese können zwar in Ausnahmefällen für bis zu einer Millionen Franken gehandelt werden, jedoch finden



sich auch Stücke, die im dreistelligen Bereich den Besitzer wechseln. «Als regionales Haus sind wir sehr glücklich, dass wir in jeder Preisspanne gute Kunst anbieten können», stellt Markus Schöb klar. Und um die Bezeichnung «gute Kunst» noch zu unterstreichen, ergänzt er: «Wenn uns ein Bild zum Verkauf angeboten wird, dessen Preis ich anhand der Qualität nicht gerechtfertigt finde, lehne ich ab.» So geschehen kürzlich bei einem Bild von Rolf Knie. «Es

hat zwar einen kommerziellen Wert, aber ich möchte es nicht in der Auktion haben. Obwohl ich es sicherlich hätte verkaufen können...»

Prunkstück in der Garage

Unzählig sind auch die Anfragen, Bilder aus privaten Beständen – beispielsweise aus Nachlässen – zu schätzen. Zwei bis drei Kontaktaufnahmen pro Tag sind keine Seltenheit. Gerade in diesem Bereich zeigt

Anzeige

Continuum zum Thema Entwicklung & Wandel:

Es geht ungleich weiter.

Die Frage ist nicht, ob sich Ihr Unternehmen verändern muss. Sondern in welche Richtung und auf welche Weise. Für unternehmerische Veränderung, die strategisch überzeugt und operativ greift: www.continuum.ch

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

 **CONTINUUM**
Zukunft sichern.

sich, über welches Know-how Schöb und seine Mitarbeitenden verfügen müssen. Es wird nicht nur verlangt, das Entstehungsjahr und den Wert eines Werkes ergründen zu können, auch Fälschungen müssen umgehend als solche erkannt werden. Für eine weiterführende Auswertung steht die Galerie in Kontakt mit weltweit anerkannten Experten und professionellen Restauratoren.

Grundsätzlich rät Markus Schöb, sich im Vorfeld nicht allzu grosse Hoffnungen zu machen. Denn nicht jedes Bild mit einem Goldrahmen hat auch einen kommerziellen Wert. Aber klar, Ausnahmen bestätigen die Regel, wie der Galerist anhand einer Anekdote belegt: Vor einigen Jahren wurde er von einer Privatperson gebeten, ein Bild von Ernst Morgenthaler zu schätzen. Die Bilder des Schweizer Künstlers bewegen sich in einer Preisklasse von 2000 bis 3000 Franken. Die Überraschung barg jedoch der Stapel mit weiteren Bildern in der Garage: «Darunter befand sich eine bedeutende Zeichnung von Giovanni Segantini», erinnert sich Schöb. Das Fundstück konnte schliesslich für 150 000 Franken verkauft werden...

«Wenn uns ein Bild zum Verkauf angeboten wird, dessen Preis ich anhand der Qualität nicht gerechtfertigt finde, lehne ich ab.»

Kunst als Investment?

Gerade die Finanzkrise zeigte deutlich, wie schnell der Wert von Aktien in den Keller fallen kann. Schnell einmal richtete sich in der Folge der Fokus auf Kunstwerke, und die Frage kam auf, ob Kunst als Investment die grössere Sicherheit bietet. Für Markus Schöb steht fest: «Das funktioniert nur in den wenigsten Fällen. Denn die Strömungen kann niemand voraussagen. Ein etablierter Maler kann genauso gut in Vergessenheit geraten, wie es ein unbekannter schaffen kann, berühmt und begehrt zu werden.»

Als Beispiel zeigt Schöb auf ein aktuell in der Galerie ausgestelltes Werk von Otto Piene, einem bedeutenden deutschen Maler aus den 1960er Jahren. «Während Jahrzehnten riss sie niemand um ein Werk von ihm. Seit vor rund fünf Jahren die Künstlergruppe Zero, zu denen Piene gehörte, grosse Bekanntheit erlangt hat, will jede grosse internationale Sammlung ein Bild von Piene ihr eigen nennen können.» Dies habe sich auch auf die Preisstruktur ausgewirkt. Während man früher noch zwischen 2000 und 10 000 Franken für Piene-Werke bezahlte, ist es heute im Schnitt mehr als das Zehnfache. Tatsächlich wurde auch das in St. Gallen ausgestellte Gemälde nach dem Interviewtermin bei der Herbstauktion für 165 000 Franken verkauft.

Text: Marcel Baumgartner

Bilder: Stéphanie Engeler

Alles eine Preisfrage?

Fatale Fehler in der Kommunikation. Und wie man sie vermeidet. In dieser Kolumne: Preisaktionen statt Markenführung.



von Axel Thoma

Als Konsument fühlt man sich heute fast das ganze Jahr über wie früher im Winterschlussverkauf. Überall locken Preisnachlässe. Bereits vor der (mit «Europreisen» verbundenen) Aufhebung des Mindestkurses gegenüber dem Euro haben sich Preisaktionen zum fast beliebtesten «P» des 4P-Marketingmixes (Product-Price-Promotion-Place) entwickelt. Ein schnell wirkendes Instrument, um sich im intensiv geführten Wettbewerb die Gunst des Kunden zu sichern.

Doch bringen niedrigere Preise auch nachhaltige Vorteile? Kommen sie bei potentiellen Kunden besser an als andere Werbebotschaften und helfen sie wirklich dabei, neue Kunden zu gewinnen? Oder sind Preisaktionen nicht vielmehr Ausdruck fehlender Produktinnovation und konzeptloser Markenführung?

Studien belegen, dass Preisnachlässe zwar kurzfristig Mehrumsatz bringen, weil sie unregelmässige Käufer reaktivieren. Doch kaufen diese nach Promotionsende nicht im selben Umfang weiter. Eine tatsächliche Änderung des Kaufverhaltens findet also nicht statt. Und in den seltensten Fällen gelingt es, durch Preisaktionen neue, langfristige Käufer zu generieren. Gerade im Hinblick auf die Gefahr, einer Marke in puncto Qualität und Preisgefüge zu schaden, sind regelmässige Preispromotionen also ein Marketinginstrument mit erheblichen Nebenwirkungen. Und ganz sicher kein Stellhebel, der leichtfertig bedient werden sollte.

Überprüfen Sie am besten genau, ob die eigene Markenpositionierung und die daraus abgeleiteten Werbebotschaften nicht wirkungsvoller geschärft werden können als mit permanenten Preisaktionen. Und investieren Sie besser in eine langfristig angelegte Markenkommunikation statt in kurzfristige Preispromotionen, die mehr schaden als nützen.

Mehr dazu hier: <http://insights.ethcom.ch>

Dr. Axel Thoma,

Leiter Strategie der E, T&H Werbeagentur AG

«Ruhe wird nie mehr einkehren»

Die Medienbranche ist im Umbruch. Mit ihren Umstrukturierungen versuchen die Tagblatt Medien seit Jahren, sich den neuen Marktverhältnissen anzupassen. Die Veränderungen sorgen für Unruhe – intern wie auch extern. LEADER traf sich mit Jürg Weber, Leiter Regionalmedien der NZZ-Mediengruppe, und Christine Bolt, Stv. Leitung St.Galler Tagblatt AG, zum Gespräch.

Die Chefetage des Tagblatt-Gebäudes an der Fürstenlandstrasse führt den Besucher rein optisch in die glanzvollen Medienzeiten zurück. Man wähnt sich aufgrund des dunklen Holztäfers in die späten 60er- oder frühen 70er-Jahre zurückversetzt. In diesem Umfeld wird über die mediale Bewirtschaftung der Ostschweiz diskutiert. Und gerade in den vergangenen Jahren fehlte es wohl kaum an Gesprächsstoff. Eine neue Führung, eine neue Struktur, soll den historisch gewachsenen Apparat den neuen Konsumgewohnheiten anpassen. Insbesondere in den letzten eineinhalb Jahren wurde massiv umgebaut. Als entscheidender Startschuss für den neuen Kurs kann der Zugang von Jürg Weber im Spätherbst 2014 bezeichnet werden. Er ersetzte nicht nur Daniel Ehrat, der seit 2011 verantwortlich für alle Medien der St. Galler Tagblatt AG war.

Jürg Weber:

«Würde eine Schraubenfabrik entsprechende Reorganisationen ankündigen, gäbe es deutlich weniger Reaktionen.»

Er führte mit der neu geschaffenen Funktion eines einheitlichen Leiters im Geschäftsbereich Regionalmedien auch die in der NZZ-Gruppe integrierten Regionalmedien der Tagblatt Medien und der Luzerner LZ Medien näher zusammen. Weber pendelt seither zwischen den verschiedenen Standorten in der Zentral- und Ostschweiz. Für das operative Tagesgeschäft der St. Galler Tagblatt AG ist – ebenfalls seit Herbst 2014 – die Stv. Leiterin Christine Bolt zuständig. Beide haben sie sich zum Ziel gesetzt, die Tagblatt Medien gewissermassen zu entstauben und im Medienmarkt Schweiz neu zu positionieren. Hierfür wurde in jüngster Zeit kein Stein auf dem anderen belassen. Insbesondere die Ernennung von Pascal Hollenstein zum Leiter Publizistik der Regionalmedien der NZZ-Mediengruppe – ebenfalls eine neu geschaffene Funktion – zeigt, dass man sich von den alten Strukturen löst. Hollenstein soll den Regionalzeitungsverbund als anspruchsvolle publizistische Stimme in der Zentral- und Ostschweiz positionieren und weiterentwickeln. Ihm unterstellt sind zwei

regionale Chefredaktoren. In der Ostschweiz wird diese Funktion in rund drei Monaten der 38-jährige Stefan Schmid übernehmen.

Jürg Weber, die bisherigen Chefredaktoren Philipp Landmark (St.Galler Tagblatt) und Thomas Bornhauser (Neue Luzerner Zeitung) räumen ihre Chefessel. Sie können offenbar nicht hinter der strategischen Neuausrichtung stehen.

Weber: Das stimmt so nicht. Ihr Stellenprofil hätte sich im Vergleich zu früher verändert. Gewisse Kompetenzen werden den regionalen Chefredaktoren entzogen und dem Leiter Publizistik übertragen. Daher kann ich die Entscheide von Philipp Landmark und Thomas Bornhauser sehr gut nachvollziehen – auch wenn ich sie bedauere.

Welche Kompetenzen werden entzogen? Können Sie das näher erläutern?

Weber: Das Ziel des Regionalzeitungsverbundes ist klar definiert: Wir wollen den überregionalen Bereich stärker harmonisieren. Und hierfür benötigen wir in Form eines publizistischen Leiters eine zentrale Führung – eben Pascal Hollenstein. Die Funktion sollte mit einer neutralen Person besetzt werden und nicht aus der Führungsetage einer der beiden Häuser. Wir wollten verhindern, dass die Philosophie der einen Welt auf die andere gestülpt wird – denn im Grundsatz sind doch beide Unternehmungen mit ihren Produkten noch sehr verschieden. Und das soll auch zu grossen Teilen erhalten bleiben. Der publizistische Leiter hat nun die herausfordernde Aufgabe, im überregionalen Bereich das Beste aus beiden Regionen weiterzuentwickeln und zu fördern. Das bedeutet natürlich im Gegenzug auch, dass die beiden regionalen Chefredaktoren kein so breites Segment mehr zu verantworten haben, wie es früher der Fall war.

Die öffentliche Kritik zur Umstrukturierung liess nicht lange auf sich warten. Die WOZ etwa schrieb vom «Breirezept der NZZ», der LEADER von einer lokalen Entwurzelung in Etappen. Und zwei St.Galler SVP-Politiker kritisieren in einer



*Christine Bolt, Stv. Leitung St.Galler
Tagblatt AG, und Jürg Weber, Leiter
Regionalmedien der NZZ-Mediengruppe:*

**«Es nützt nichts,
illusorisch zu sein.»**

Interpellation des Vorhabens, sprechen von einem «medialen Einheitsbrei».

Weber: Es ist doch gut, wenn wir bewegen. Das bedeutet, dass sich die Öffentlichkeit für unsere Produkte interessieren, dass ihr Herz dafür schlägt. Würde eine Schraubenfabrik entsprechende Reorganisationen ankündigen, gäbe es deutlich weniger Reaktionen. Aber gerade Medien berichten ja sehr gerne über ihre Branchenkollegen. Und nicht selten wird da aus einer Mücke ein Elefant gemacht. Wir nehmen die Kritik der politischen Seite aber ernst. Die Angst, dass das Sprachrohr für regionale Anliegen reduziert wird, ist jedoch unbegründet. Wir meinen: Das Gegenteil ist der Fall. Der regionale Fokus wird sogar gestärkt. In unserem Regionalzeitungsverbund mit insgesamt knapp 600 000 Leserinnen und Lesern können wir gewisse Themen auch einmal breiter streuen. Man darf das Ganze nicht nur einseitig negativ betrachten.

Christine Bolt:

«Allen Kritikern entgegen ich jeweils: Wartet doch zuerst einmal ab, bis das neue Produkt, die neue Struktur steht. Vielleicht werdet ihr ja positiv überrascht.»

Bolt: Hier entsteht der grösste Regionalzeitungsverbund der Schweiz – und die Ostschweiz ist Teil davon. Das birgt sehr viele Chancen – auch für den hiesigen Wirtschaftsstandort. Allen Kritikern entgegen ich jeweils: Wartet doch zuerst einmal ab, bis das neue Produkt, die neue Struktur, steht. Vielleicht werdet ihr ja positiv überrascht. Denn mehr Köpfe sorgen für mehr Kompetenz und eine entsprechende Schwarmintelligenz. Die Frage, ob ein Ostschweizer Thema noch aufgegriffen wird oder nicht, stellt sich doch überhaupt nicht. Es ist höchstens eine Frage, in welcher Form und in welcher Breite. Unsere Aufgabe ist es, Produkte zu machen, die interessieren. Das ist unser Kernbusiness. Und das ist auch das Anliegen der Politik. Wir wollen also alle das Gleiche.

Und dennoch fehlt künftig ein klares Gesicht für die Ostschweiz, eine starke Person, welche die Zeitung gegen aussen vertritt. Muss man sich von den starken Figuren in der Zeitungsbranche verabschieden?

Weber: Überhaupt nicht. Wieso sollte man sich davon verabschieden müssen? Im Gegenteil: Wir werden künftig einfach mehrere starke Persönlichkeiten bieten. Pascal Hollenstein wird dafür sorgen, dass wir überregional ein stärkeres Profil erhalten, dass wir als Stimme in der Schweiz stärker wahrgenommen werden. Und für die Regionen folgt ein Ausbau mit starken Köpfen. Die Kantonsregierungen wünschen von uns einen Ansprechpartner auf Augenhöhe. Das werden wir liefern.

Es gibt bei dieser gesamten Thematik eine unternehmerische und eine publizistische Sichtweise. Das gab es schon immer. Nur war es früher, als der Anzeigenmarkt noch florierte, deutlich einfacher, beiden gerecht zu werden. Seit der Markt förmlich eingebrochen ist und sich sämtliche Medienhäuser darum bemühen, sich in den neuen Verhältnissen ihren Platz zu sichern, werden auch die Büros der Redaktoren stärker als früher mit wirtschaftlichen Fragestellungen konfrontiert. Was früher seine Gültigkeit hatte, muss neu überdacht werden. Man muss sich von alten Denkmustern verabschieden. Das schafft Unsicherheit und Unruhe.

Im Grundsatz unterscheiden sich Medienunternehmen nicht von anderen Unternehmen: Sie müssen Gewinn erzielen. Nur so sichern sie ihre Existenz. Dadurch, dass sie mit ihren Produkten aber das öffentliche Leben mitprägen, werden sie gewissermassen zum Allgemeingut. Das wiederum führt dazu, dass ihre strategischen Entscheide im höchsten Masse mitverfolgt, kommentiert, analysiert und kritisiert werden. Extern wie auch intern.

Die Bekanntmachung der Neuorganisation führte nicht nur öffentlich zu Diskussionen. Auch intern warf sie verständlicherweise hohe Wellen. Wie ist aktuell die Stimmung im Haus?

Weber: Das musst Du beantworten, Christine. Du bist der Empathie-Mensch. Ich muss die Zahlen beurteilen.

Bolt: Ich beurteile die Stimmung grundsätzlich als gut. Sicherlich muss man zwischen den einzelnen Abteilungen unterscheiden: Die Verlagsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter, welche für den Werbe- und Lesermarkt zuständig sind, haben keine Mühe, alte Strukturen hinter sich zu lassen. Sie kennen die Herausforderungen aus den vergangenen Jahren und wissen, wo die Gefahren und wo die Chancen liegen. In den Redaktionen gibt es bei einer einschneidenden Veränderung sicherlich jeweils eine Phase der Unsicherheit. Die kann man aber abfedern, indem man transparent informiert und kommuniziert. Pascal Hollenstein hat bereits unzählige Gespräche geführt. Und ich erhalte sehr gute Rückmeldungen darauf. In diesen Abteilungen würde ich die Stimmung daher als gespannt, aber keinesfalls als schlecht beurteilen.

Nach den unruhigen Monaten dürften sich gerade die Journalisten wieder nach etwas Ruhe sehnen. Wann kehrt diese ein?

Weber: Das ist eine Frage, die mir von Redaktoren in den vergangenen Monaten oft gestellt wurde.

Und die Antwort lautet wohl «nie»?

Weber: Genau. Betrachten wir doch einmal die Marktentwicklungen der vergangenen Jahre: Die Rückgänge im Anzeigenmarkt sind Tatsache – nicht von der Hand zu weisen. Und so lange sich der Markt nicht in eine andere Richtung bewegt, so lange



müssen wir die Rückgänge mit New-Business auffangen und gleichzeitig umstrukturieren, konsolidieren und effizienter werden. Das ist ein Dauerprozess. Die Ruhe wird nie mehr einkehren.

Diese Aussage dürfte für Ernüchterung gesorgt haben...

Weber: Es nützt nichts, illusorisch zu sein. Natürlich arbeiten die meisten Menschen lieber in einem Umfeld, in dem sich nicht laufend grosse Veränderungen abzeichnen. Permanente Veränderungen sorgen für Unruhe. Das ist leider so. Aber wir kommen nicht darum herum. Und wir sind auch nicht die einzige Branche, die damit zu kämpfen hat.

Jürg Weber:

«Betrachten wir doch einmal die Marktentwicklungen der vergangenen Jahre: Die Rückgänge im Anzeigenmarkt sind Tatsache – nicht von der Hand zu weisen.»

Das Stichwort lautet doch aber wohl «Synergien nutzen». Mit anderen Worten: Es werden Stellen abgebaut.

Bolt: Pascal Hollenstein hat immer wieder betont, dass er nicht vorhat, Stellen abzubauen. Er hat grosse Ziele: Er will publizistisch etwas bewegen. Er will aus zwei guten Redaktionen eine noch bessere machen.

Weber: Synergien zu nutzen bedeutet nicht per se, Stellen abzubauen. Es geht darum, vorhandenes Potenzial zu nutzen. Das führte schon in den 1990er-Jahren zu den grossen Fusionen. Anschlie-

ssend hat man in den einzelnen Regionen konsolidiert. Und nun ist man hierbei an die natürlichen Grenzen gestossen. Seit 2001 haben wir die Hälfte des Inseratevolumens verloren. Und diese Marktentwicklung geht weiter. Folglich ist es nur konsequent, wenn man analysiert, in welchen Punkten die beiden Regionen noch effizienter zusammenarbeiten können, ohne dass der Kunde etwas davon spürt. Mit dem gemeinsamen Redaktionssystem über die gesamte Gruppe inklusive NZZ sparen wir beispielsweise massiv Geld. Ein perfektes Beispiel für Synergien.

Unternehmerisch haben die Tagblatt Medien – und das hat auch der LEADER schon entsprechend kommuniziert – einen nachvollziehbaren Kurs eingeschlagen. Publizistisch muss sich die neue Form zuerst noch bewähren. Es bleibt abzuwarten, wie sich die künftige Kompetenzverteilung auf so unterschiedliche Köpfe (und Regionen) aufs Tagesgeschäft auswirkt. Ebenso darf man gespannt sein, wie sich die Ostschweiz am Sonntag (OaS) weiter entwickelt. Entgegen entsprechender Meldungen steht deren Verkauf nicht zur Debatte. Mitte April vermeldeten die Tagblatt Medien, dass in der Ostschweiz der gebürtige Wittenbacher Stefan Schmid künftig als regionaler Chefredaktor amtiert wird. Es bleibt zu hoffen, dass er in seinem Kompetenzfeld entsprechende Akzente setzen kann. Eine weitere Auffrischung täte dem Tagblatt gut. Christine Bolt geht hier mit gutem Beispiel voran: Ihrem Büro verpasste sie einen neuen Anstrich. Eine violette Wand symbolisiert nun gewissermassen den Abschied von den farblosen Zeiten.

Text: Marcel Baumgartner

Bilder: Stéphanie Engeler

Karin Keller-Sutter trat aus Verwaltungsrat zurück

An der Generalversammlung der NZZ-Mediengruppe vom 16. April 2016 lief unter anderem die ordentliche Amtszeit von Karin Keller-Sutter als Verwaltungsrätin der NZZ-Mediengruppe ab.

Die FDP-Ständerätin stellt sich nicht mehr zu Wahl. Karin Keller-Sutter ist 2012 in den Verwaltungsrat der NZZ-Mediengruppe eingetreten. Auf Anfrage des «St.Galler Tagblatt» sagt Keller-Sutter, sie habe diesen Entscheid «Ende November» gefällt und wolle «mehr Spielraum für andere Aufgaben». Vermutungen, ihr Rücktritt hänge zusammen mit den Umstrukturierungen der NZZ-Regionalmedien (Synergieprojekte zwischen St.Galler Tagblatt und Neuer Luzerner Zeitung, Einsetzung eines Leiters Publizistik der Regionalmedien usw.), wollte Keller-Sutter im «Tagblatt» nicht kommentieren.

IT St.Gallen rockt: Konkurrenten ziehen am selben Strick

St.Gallen ist der zweitgrösste IT-Standort der Schweiz. Über 40 IT-Firmen haben sich dem Verein «IT St.Gallen rockt» angeschlossen und wollen mit verschiedenen Kampagnen Fachkräfte in die Region locken. Zwei Jahre nach der Gründung zeigen sich erste Erfolge.

89 Stellen bei 24 Firmen offen: Informatiker können sich ihren Job in St.Gallen aussuchen. Die Fachkräfte sind sehr gesucht, denn die Gallusstadt ist im Verhältnis zur Einwohnerzahl nach Zürich der zweitgrösste IT-Standort der Schweiz. Das ist vielen nicht bekannt, auch Informatiker suchen ihre Stellen eher im Raum Zürich als in der Ostschweiz. Um das zu ändern, haben sich vor zwei Jahren 26 Unternehmen aus der IT-Branche zusammengeschlossen und den Verein «IT St.Gallen rockt» gegründet. Heute sind es bereits 42 Unternehmen, die sich dem Verein angeschlossen haben. Das sind noch längst nicht alle Unternehmen der Region: Insgesamt 10 000 Arbeitsplätze bei rund 400 Firmen bietet die Wirtschaftsregion St.Gallen im IKT-Bereich.

«Eigentlich sind wir IT-Firmen ja Konkurrenten, wir suchen die gleichen Leute.»

Mehr Stellenbesetzungen dank Portal

Hermann Arnold ist Präsident des Vereins und Verwaltungsrat des IT-Unternehmens Haufe-umantis in St.Gallen. Er hat den Verein «IT St.Gallen rockt» mitgegründet. «Wenn ein Informatiker einen Job sucht, denkt er in erster Linie an Zürich», sagt Arnold. Um das zu ändern, lancierte der Verein vor zwei Jahren eine breit angelegte Kampagne mit einer Beilage im St.Galler Tagblatt und einer Plakataktion entlang der wichtigsten Pendlerlinien. Wichtigstes Instrument des Vereins ist aber die Onlineplattform www.itrockt.ch, auf der alle beteiligten Firmen aufgeführt und alle offenen IT-Stellen dieser Unternehmen zu finden sind. Die Kampagne trägt Früchte: «Wir verzeichnen immer mehr Besucher auf der Website. Mittlerweile sind es rund 30 000 Seitenaufrufe pro Monat. Eine Firma mit 50 Mitarbeitern konnte dieses Jahr bereits alle vier offenen Stellen über unser Portal besetzen», sagt Arnold.

Trotzdem ruht sich der Verein nicht auf den Lorbeeren aus. Im Moment läuft bereits eine neue Kampagne, mit der gezielt Informatiker angesprochen

werden sollen. «Wir möchten dort Werbung machen, wo sie die richtigen Leute sehen. Auf Plattformen, bei denen sich Informatiker austauschen und auf speziellen Jobplattformen mit IT-Stellen sowie in sozialen Netzwerken», erklärt Hermann Arnold. Ausserdem soll die Plattform von «IT St.Gallen rockt» noch besser ausgearbeitet werden. Ziel ist etwa, dass man als Stellensuchender seinen Lebenslauf ablegen kann und dann von den geeigneten Unternehmen gefunden wird. Informatiker können auch einen speziell auf ihr Fachgebiet zugeschnittenen Job-Newsletter abonnieren.

Viele Firmen entstanden während Studium

Dass St.Gallen der zweitgrösste IT-Standort der Schweiz ist, hat laut Hermann Arnold verschiedene Gründe. Eine Erklärung ist, dass die Universität St.Gallen einige Gründer von IT-Firmen hervorgebracht hat. «Mein eigenes Beispiel zeigt das: Ich habe hier studiert und wollte danach eigentlich wieder in meine Heimat Österreich zurückkehren», erzählt Arnold. Doch dann habe er schon während des Studiums mit Studienkollegen seine Firma umantis gegründet, Mitarbeiter eingestellt – und plötzlich war er an St.Gallen gebunden. Genauso seien beispielsweise Abacus und Namics entstanden.

In der Bevölkerung wird St.Gallen noch nicht als IT-Standort wahrgenommen. «Das liegt daran, dass die meisten dieser Firmen im Hintergrund tätig und für die Bevölkerung nicht sichtbar sind», ist Arnold überzeugt. Viele Unternehmen bieten Lösungen für andere Firmen und sind deshalb wenig bekannt. Die Firma Abacus etwa sei Marktführer bei Software für die Lohnbuchhaltung, Haufe-umantis ist der führende Anbieter von Talent-Management-Software aus Europa.

Hochschulen zum Ausbilden animieren

«Eigentlich sind wir IT-Firmen ja Konkurrenten, wir suchen die gleichen Leute», erläutert Arnold. «Trotzdem haben wir uns zusammengeschlossen, das bringt uns mehr. Die Kräfte, die wir so haben, könnte eine einzelne Firma gar nicht aufbringen.»



«IT St.Gallen rockt» wurde mittels breit angelegter Marketingmassnahmen beworben.

IT-Unternehmen profitieren also von einer Mitgliedschaft im Verein «IT St.Gallen rockt». «Kleineren Unternehmen bieten wir eine Plattform, auf der sie gefunden werden, und grosse Unternehmen können sich in der Region insgesamt bekannter machen für Bewerber.»

Wichtigstes Instrument des Vereins ist die Onlineplattform www.itrockt.ch, auf der alle Firmen aufgeführt und deren offene IT-Stellen zu finden sind.

Dass im Moment so viele Stellen offen sind, liegt einerseits daran, dass der Standort noch bekannter gemacht werden muss, andererseits am grossen Wachstum der IT-Branche. Die Fluktuation in der Branche schätzt Hermann Arnold je nach Unternehmen auf fünf bis 15 Prozent.

Um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, sind die Gründer des Vereins auch mit Hochschulen im Gespräch. «Es gibt noch zu wenig Möglichkeiten, Informatik zu studieren. Wir ermuntern die

Hochschulen, solche Ausbildungen anzubieten.» Konkret sei man mit dem Institut für Wirtschaftsinformatik an der HSG im Gespräch, um gemeinsam neue Kurse zu entwickeln. Ziel wäre eine Mischung aus Informatik und Geschäftswissen, damit die Informatiker ihre eigenen Start-ups gründen können. Eine andere Ausbildungsmöglichkeit ist die berufliche Grundbildung, die Lehre. «St.Gallen ist auf diesem Gebiet sehr aktiv. Aufgrund der Kapazitäten können wir aber nicht viel mehr Jugendliche ausbilden als bisher», sagt Hermann Arnold. Auf die Initiative von Namics ist jedoch eine neue Grundbildung entstanden: der Interactive Media Designer EFZ, der Oberflächengestaltungen für Softwares entwickelt. Hermann Arnold ist erfreut, dass die IT-Branche in St.Gallen stetig wächst und die Firmen weniger nach Zürich abwandern. «So können wir neue Arbeitsplätze schaffen für die Region.» Arnold ist überzeugt: St.Gallen habe zwar eine grosse Vergangenheit mit der Textilindustrie – aber eine noch grössere Zukunft mit der IT-Branche.

Text: Mirjam Bächtold

Bilder: Stéphanie Engeler, zVg.



*Hermann Arnold, Gründer des Vereins
«IT St.Gallen rockt»:*

**«Es gibt noch zu wenig
Möglichkeiten,
Informatik zu studieren.»**



Susanne Sutter, Leiterin
Human Resources VRSG

«Als grosses IT-Unternehmen in St.Gallen waren wir von Anfang an bei der Initiative dabei. Gemeinsam mit anderen IT-Firmen und der Standortförderung St.Gallen haben wir mit verschiedenen Aktivitäten auf uns aufmerksam gemacht. Der Beitritt zum Verein war für uns klar: Er bringt unserem Unternehmen Bekanntheit und Aufmerksamkeit. Ausserdem profitieren wir von der Vernetzung mit den anderen Unternehmen. Ausserdem werden potenzielle neue Mitarbeitende direkt angesprochen.»



Andreas Fischler,
CEO Frontify

«Wir sind überzeugt, dass die Ostschweiz ein sehr guter IT-Standort ist, die Region aber insgesamt nicht zu den lautesten in Sachen Kommunikation gehört. Die Initiative ‚IT St.Gallen rockt‘ hilft der Ostschweiz, als Sprachrohr etwas lauter und bekannter zu werden. Der Beitritt bringt uns lokale und schweizweite Visibilität. Auch wenn Frontify ein globalisiertes Arbeitsmodell verfolgt, braucht es eine starke lokale Verankerung als Fundament. Die Initiative ‚IT St.Gallen rockt‘ macht die Ostschweiz als Standort für IT-Firmen insgesamt spannender, was uns in Zukunft auch helfen wird, gute Mitarbeiter zu finden.»



Karin Lettner,
Abteilungsleiterin Schule
für Gestaltung GBS

«Wir sind Bildungspartner bei ‚IT St.Gallen rockt‘. Für uns als Schule für Gestaltung St.Gallen am Gewerblichen Berufs- und Weiterbildungszentrum sind die Marktnähe und der Praxisbezug unabdingbar. In der Region Ostschweiz einmalig bilden wir seit zwei Jahren EFZ Interactive Media Designer aus. Über das Netzwerk der circa 50 Partner von ‚IT St.Gallen rockt‘ sind wir an einer wichtigen Schnittstelle und können so gemeinsam viel erreichen. Neu, und auch wieder für die Region Ostschweiz einmalig, begann im August 2015 der HF Interactive Media Designer, eine massgeschneiderte berufsbegleitende Weiterbildung von drei Jahren. Wir tragen unseren Teil zur Vernetzung und zur Stärkung des IT-Standes durch zukunftsorientierte Aus- und Weiterbildung gerne bei.»



Jürg Stuker, CEO und
Partner bei der Namics

«Als führender Full-Service-Webdienstleister betreiben wir heute Büros an sechs Standorten im In- und Ausland und beschäftigen nahezu 500 Mitarbeiter, wovon nach wie vor ein grosser Teil in St.Gallen tätig ist. Da war es ganz klar, dass wir bei ‚IT St.Gallen rockt‘ mitmachen und uns so aktiv für den Wirtschaftsstandort St.Gallen einsetzen. Die Stadt erhält als Arbeitsort für IT-Spezialisten durch verschiedene nationale Aktivitäten eine stärkere Aufmerksamkeit. Ausserdem legen wir grossen Wert auf den Austausch mit HR-Verantwortlichen der Partnerunternehmen. IT St.Gallen rockt ist eine wirkungsvolle, flankierende Massnahme in unserem Personalmarketingportfolio. Wir haben schon zahlreiche Bewerbungen über die Plattform erhalten.»

Mehr als die Wurst

1893 gründete Julius Ospelt eine Metzgerei in Vaduz. Aus dem kleinen Dorfladen wurde ein Unternehmen, das eine Spezialitätenmetzger, Feinkost und mehrere Restaurants betreibt sowie als Caterer tätig ist. Wie das möglich ist, erklärt der Urenkel des Gründers.

Ein Fleischtiger sei er, erzählt Albert Ospelt. Deshalb war für den Liechtensteiner schon immer klar gewesen, dass er in den Familienbetrieb einsteigen wird. Sein Urgrossvater gründete Ende des 19. Jahrhundert eine Metzgerei und legte den Grundstein der heutigen Ospelt AG. «Ich fühle mich mit dieser über 120-jährigen Tradition sehr verbunden, aber ohne die Freude am täglichen Tun wäre nichts möglich», erzählt Ospelt. Aus der ehemaligen Dorfmetzgerei wurde ein anerkanntes Unternehmen: «Wir sind in das Catering-Eventgeschäft eingestiegen, bieten Gemeinschaftsverpflegungen an und arbeiten mit der Gastronomie zusammen. Auch haben wir in Schaan einen Genussmarkt realisiert.» Dieser ist 500 Quadratmeter gross und wurde vor sechs Jahren eröffnet. Er bietet neben Fleisch auch ein Angebot an Frischfisch, Käsetheke sowie Backwaren und andere hochstehende Lebensmittel.

Weg von der Anonymität

«Wir wollen mit persönlicher Beratung und gelebter Regionalität einen Mehrwert gegenüber den vielen anonymen Lebensmittelketten anbieten.» Knapp ein Jahr später eröffnete das Unternehmen zwei Gaststätten: Das Restaurant Pur sowie das Restaurant La Kantina. Letzteres entstand aus einer Kooperation mit dem OC Oerlikon. An dessen Standort interne Businessanlässe durchgeführt sowie täglich 250 Mitarbeiter verpflegt. Er steht jedoch auch für private Veranstaltungen mit bis zu 200 Personen offen. Das Restaurant Pur hingegen liegt im Ländle. Ospelt fragt begeistert: «Was würde nicht besser zu uns passen, als wenn wir das PUR vor unserer Haustüre, nebst trendiger Gastronomie, mit den besten Steaks versorgen?» Angeboten werden jedoch auch verschiedene Burger-Kreationen, sowie asiatische und traditionelle

Mittagsmenüs sowie am Abend verschiedene Fleischvariationen aus der hauseigenen Metzgerei.

Ergänzendes Angebot

Eine wichtige Zusammenarbeit ist jene mit Spar Gourmet. Als ungebundener Partner kann die Ospelt AG aus einem Warenkorb von 2000 Lebensmitteln zu kaufen und so ein gutes Grundsortiment preisattraktiv anbieten. «Mit unserem eigenen Einkauf von über 1000 hochstehenden Lebensmittelspezialitäten, die von Klein- und Bio-Produzenten stammen, sehe ich das als ideale Ergänzung», erzählt Ospelt. Ein weiteres wichtiges Standbein ist das Catering. Die Ospelt AG wird bei Hochzeiten, Firmenfeiern, Geburtstagen und Geschäftsessen gebucht. Bis zu 10000 Gästen können täglich an solchen Anlässen verköstigt werden. Ospelt kümmert sich nicht nur um das Kulinarische, sondern auch auf Wunsch komplementär mit Dekorationen, Show- und Musikprogramm.

Expansion in die Schweiz

Das Unternehmen ist stark in Lichtenstein verwurzelt, expandierte aber vor knapp zwanzig Jahren in die Schweiz. «Wir sind seit 1996 in St. Gallen und seit 2010 in Landquart tätig», so Ospelt. »Diese Niederlassungen dienen als zusätzliches Standbein. Sie ermöglichen auch eine breitere Marktabdeckung für Catering-Grossanlässe und Fleischlieferungen in unserer definierten Marktregion zwischen Chur, Rheintal, St.Gallen und Fürstenturm Liechtenstein.» Wie sieht die Zukunft aus? Ospelt hat genaue Vorstellungen: Das Unternehmen soll weiterhin ein Garant für innovative und hochqualitative Lebensmittel sein.

Text: Eva Hediger

Bild: Stéphanie Engeler

Albert Ospelt:

**«Mit Regionalität
einen Mehrwert
schaffen.»**



Die Welt als Insel?

Hatte man vor Jahresende noch angenommen, dass die amerikanische Notenbank Fed angesichts einigermaßen zuversichtlich stimmender Wachstums- und Arbeitslosenzahlen jenseits des Atlantiks nunmehr zu einer vorsichtig restriktiveren Geldpolitik umschwenken würde, sieht man sich zu Frühjahrsbeginn eines Besseren belehrt.

Die Zinsen wollen weltweit nicht steigen. Im Gegenteil. Wir erleben ein Déjà-vu des Déjà-vu des Déjà-vu. Ostinat Wiederholung ein und desselben Musters: Aufwallung an den Finanzmärkten, Aufregung alenthalben bis hin zur Infragestellung der Systemstabilität, kleinere oder grössere Verwerfungen in Teilssegmenten wie zum Beispiel den Währungsmärkten, Inaussichtstellung sedierender Gegenmassnahmen auf geldpolitischer Seite – und dann erfolgt die Beruhigung an der Zinsfront, die Erholung an den Aktienbörsen und der Übergang zu einem Verhalten, als wäre nichts gewesen und als würde man in der normalsten aller Welten leben. Seit der Finanzkrise erleben wir dieses Muster in regelmässiger Abfolge.

«Unter welchen endogenen oder exogenen Bedingungen droht der Übungsabbruch?»

Weltweites Niedrigzinsumfeld

Das bestimmende Element bei diesem sich wiederholenden Muster, die Zinsen, sind mittlerweile auf einem Niveau angelangt, das weitere solche Schritte immer schwerer vorstellbar macht. Eine zehnjährige Anleihe der Bundesrepublik Deutschland «rentiert» derzeit gerade einmal etwas mehr als null Prozent, für Anleihen der Schweizerischen Eidgenossenschaft muss man sich auf eine Laufzeit von 20 Jahren verpflichten, damit man für seine Hingabe von Mitteln an den Staat nicht Negativzinsen in Kauf nehmen muss. Die Risikoaufschläge für wackligere Schuldner wie zum Beispiel Frankreich oder Italien sind minimal; selbst Länder mit höchst fragwürdiger Finanzsituation wie Griechenland und Brasilien können sich zu deutlich weniger als

10 Prozent verschulden. Das Phänomen tiefer und immer tieferer Zinsen sowie praktisch fehlender Risikoprämien ist somit ein weltweites.

Verschiedene Fragen sind naheliegend und werden mit jeder Drehung an der Zinsschraube immer drängender: Kann das «ewig» so weitergehen? Unter welchen endogenen oder exogenen Bedingungen droht der Übungsabbruch? Was sind die langfristigen Folgen der so normal gewordenen ausserordentlichen Geld- und Fiskalpolitik? Könnte es sein, dass die Vorwegnahme solcher Folgen bereits die endogenen oder exogenen Bedingungen verändert – oder anders gesagt: Existiert ein Feedback-Mechanismus zwischen den Auswirkungen der gegenwärtig betriebenen Geld- und Fiskalpolitik und den Voraussetzungen, auf denen sie beruhen? Was, wenn die Stabilität eine angebliche, eine illusionäre wäre?

Sehr lang andauernder Sonnenuntergang

Doch der Reihe nach: Kann es «ewig» so weitergehen? Nein, selbstverständlich nicht. Aber es kann sehr lange dauern, bis sich eine Veränderung einstellt. Dies zeigt das Beispiel von Japan, dem Land der aufgehenden Sonne. Seit 1995 haben die von der Notenbank Bank of Japan (BoJ) gesteuerten Zinsen im Yen die Marke von 1 Prozent nicht mehr überschritten; die Staatsanleihen (zehnjährige Papiere) notierten seit dem Jahr 2000 nie mehr über 2 Prozent, lange lagen sie nahe beim Nullpunkt, heute werfen sie eine negative Rendite ab. Zur Abwehr einer Aufwertung des Yens musste die BoJ, ähnlich wie die Schweizerische Nationalbank (SNB), zum Mittel der Negativzinsen greifen. Die BoJ verfolgt im übrigen aber eine ungleich aktivere Währungspolitik mit dem Ziel, den für Japan so wichtigen Export durch

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



«bergsicht»

Dies ist ein Auszug aus der aktuellen Ausgabe 18 der «bergsicht» mit dem Titel «Stability for our Time». «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.

gezielte Abwertungen zu stimulieren (was allerdings regelmässig misslingt).

Japan zeigt nicht nur bei den Zinsen und mithin der Geldpolitik, sondern auch in Bezug auf die Wirtschafts- und Fiskalpolitik auf, dass es, wenn zwar nicht «ewig», aber doch sehr, sehr lange so weitergehen kann. «So» will bedeuten: mit der Zunahme der Staatsverschuldung und mit minimalem Wirtschaftswachstum.

«Solche insularen Eigenschaften kann man auf den ersten Blick dem Rest der Welt nicht nachsagen. Oder doch?»

Analoge Entwicklungen dies- und jenseits des Pazifiks

Aber was kümmert uns die wirtschaftlich zwar nach wie vor gewichtige, im übrigen aber kleine Inselnation im nördlichen Pazifik? Was hat das mit uns, dem Rest der Welt zu tun? Meines Erachtens mehr, als man auf den ersten Blick meinen könnte. Denn die Beschreibung der japanischen Geld-, Wirtschafts- und Fiskalpolitik über die letzten 25 Jahre fällt erstaunlich konvergent aus im Vergleich zu dem, was wir seit der Finanzkrise im grossen Rest der industrialisierten Welt erleben. Fortgesetzte wiederkehrende geldpolitische Lockerung bis hin zum aggressiven Quantitative Easing. Rezession da, Austerität dort, Treten an Ort fast überall in Europa, exportgetriebener Aufschwung einzig in Deutschland, zaghafte Erholung in den USA – aber nirgends eine Rückkehr zu den satten Wachstumsraten der Weltwirtschaft von fünf, sechs Prozent wie vor der grossen Finanzkrise. Staatsverschuldung: Analoge, wenngleich moderatere Zunahme wie in Japan. (Unter den grossen Industrienationen konnte einzig Deutschland im letzten Fiskaljahr die Zunahme der Gesamtverschuldung etwas bremsen.) Ein wesentlicher Teil der staatlich bedingten oder generierten Ausstände ist in besagtem Zeitraum in die Bilanzen der Notenbanken gewandert. Diese Verschuldung weist tautologische Züge auf.

Rein phänomenologisch ergeben sich sowohl punkto Geldpolitik, Wirtschaftsverlauf als auch Verzicht auf Schuldensanierung beziehungsweise Verschiebung der Ausstände in die Notenbankbilanzen deutliche Ähnlichkeiten zwischen den 25 Jahren stabilisierender Stagnation Japans und den letzten fünf bis sieben Jahren in den restlichen Industrienationen.

Insulare Eigenschaften oder globales Phänomen?

Japan verfügte und verfügt über einige als typisch «insular» zu bezeichnende Merkmale, so die fast ausschliessliche Eigenfinanzierung der Schulden, die riesigen Guthaben in aller Welt, die hohe Kohäsion der Gesellschaft, die erfolgreiche Abschottung der eigenen Unternehmungen gegenüber ausländischen Investoren und anderes mehr. Solche insularen Eigenschaften kann man auf den ersten Blick dem Rest der Welt nicht nachsagen. Oder doch?

Denn: Hat sich durch das faktische Währungsmonopol, das der US-Dollar über die letzten Jahrzehnte in der ganzen Welt erlangt hat, durch den dieses Monopol untermauernden Clearingzwang sozusagen sämtlicher Transaktionen über amerikanisches Territorium und somit in den Bereich des amerikanischen Rechtssystems hinein sowie durch die enge Verknüpfung der amerikanischen Absatzmärkte mit Produktionsländern wie China oder Indien eine Art globaler Insularität ergeben, aus der es praktisch kein Ausbrechen gibt? Lassen faktische Abhängigkeiten zwischen Schuldner und Gläubiger die Grenze zwischen Innen- und Aussenschulden verwischen? Schafft die pax americana eine globale Stabilität? Ermöglicht der deflationär wirkende Angebotsschock ein globales «Race-to-the-bottom» der Zinssätze? Wird die Folge sehr ähnlicher Zinssätze für so unterschiedliche Länder wie Deutschland, die USA, Italien, die Schweiz, Japan, Mexiko und Finnland mit ihren so unterschiedlichen Produktionsvoraussetzungen konsistent erklärbar? Fragen für ein Gedankenexperiment, dass sich lohnen könnte.

Text: Konrad Hummler

Bild: zVg.

Das Auge isst mit

Es sind wenige Sekunden, welche am Verkaufspunkt über Erfolg oder Misserfolg von Produkten entscheiden. Einer der wichtigsten Entscheidungsfaktoren beim Kauf von Esswaren ist die Optik und damit die Verpackung des Produktes.

Wenn es um Etiketten oder Folien auf Lebensmittelverpackungen geht, verlassen sich renommierte Schweizer und internationale Unternehmen seit vielen Jahren auf die Dienstleistungen der Permapack in Rorschach. Die Permapack entwickelt und produziert unter anderem Verpackungslösungen für den anspruchsvollen Nahrungsmittelmarkt und stellt ihren Kunden innovative Gesamtlösungen für das Kennzeichnen, Verpacken, Transportieren und Präsentieren von Lebensmitteln zur Verfügung.

«Sich permanent wandelnde Rahmenbedingungen und individuelle Kundenbedürfnisse verlangen nach kontinuierlichen Innovationen.»

Die individuellen Bedürfnisse der Kunden sowie die spezifischen gesetzlichen Anforderungen an Lebensmittelverpackungen bilden die Grundlage stetiger Investitionen und Innovationen. Dadurch ist Permapack in der Lage, höchste Druckanforderungen zu erfüllen und die Funktionalität der Verpackungslösungen zu gewährleisten.

Innovative Lösungen sind gefragt

Hochwertige Produkte verlangen nach erstklassigen Verpackungen – dies betrifft sowohl das Design als auch die Qualität der Etikette. Die Verpackung sorgt im gesättigten Lebensmittelmarkt für die Einzigartigkeit eines Produktes und lässt dieses aus der Masse hervortreten.

Die Permapack stellt sich den aussergewöhnlichsten Herausforderungen. So wurde etwa in Zusammenarbeit mit einem Verpackungshersteller eine optimierte Lösung bei der Stanzung von Etiketten mit Löffelfassflasche entwickelt, welche Risse im Trägermaterial verhindert und dadurch die Produktivität und Effizienz steigert sowie die Produktionskosten senkt. Der verbesserte Produktionsprozess hat sich bewährt und wurde mittlerweile auch auf weitere Produkte adaptiert. Ein Erfolg auf ganzer Linie.

Attraktiv und kundenfreundlich

Die Permapack arbeitet eng mit innovativen Unternehmen der Nahrungsmittelindustrie zusammen. Dies ermöglicht eine stetige Optimierung beste-



Etiketten mit Zusatzfunktion verlangen nach innovativen Produktionsprozessen.

hender Prozesse sowie die Neuentwicklung von immer noch besseren Lösungen. So konnte auch mit einem führenden Schweizer Guetzli-Hersteller eine neuartige Folien-/Etikettenlösung ausgearbeitet werden, welche optimal auf die Bedürfnisse des Verbrauchers ausgerichtet ist. Die mit einer Aufreisslasche versehene Verpackung ist sehr praktisch und konsumentenfreundlich und der Inhalt bleibt durch die Wiederverschliessbarkeit länger frisch. Da bei der Produktion dieser Verpackungslösung auch noch Kosten eingespart werden, profitieren von dieser Neuentwicklung sowohl die Kunden, als auch der Produzent optimal.



Einfach zu öffnen und bei Bedarf
wiederverschliessbar –
Funktionalität wird von den
Kunden geschätzt.

An Herausforderungen gewachsen

Die Permapack verfügt über ein vielseitiges Angebot. Von Folien mit besonderen Barriere-Schichten bis hin zu speziellen Tiefkühletiketten wird für jedes Bedürfnis das passende Produkt gefunden oder neu entwickelt.

Das Zusammenspiel von Etiketten und Folien gehört im Bereich Food zu den täglichen Herausforderungen. Sei es im Obst- und Gemüsebereich, bei Tiefkühlprodukten oder Schokoladenverpackungen – das Gesamtergebnis muss überzeugen. Durch die jahrelange Erfahrung der Permapack werden die Kunden optimal unterstützt und beraten.

Um den Anforderungen in diesem extrem heterogenen und sich stets wandelnden Markt gerecht zu werden, hat die Permapack auch erfolgreich in die digitale Drucktechnologie investiert und produziert in diesem Bereich qualitativ hochstehende Ergebnisse in flexiblen Losgrößen.

Autor

Pascal Baumgartner
ist Market Unit Manager Food
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 Marktsegment Food überzeugt Permapack mit Lösungen für das Kennzeichnen, Verpacken, Schützen, Transportieren, Präsentieren und Optimieren.

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/Food

«Wir kennen unser Land und unser Volk»

Seit 1899 ist die Appenzeller Kantonalbank «die» Bank in Appenzell Innerrhoden. Nach dem Verschwinden der Appenzell-Ausserrhodischen Kantonalbank stärkte sie ihre Position im gesamten Appenzellerland noch weiter. Ueli Manser, Direktor der Appenzeller Kantonalbank, im Gespräch über Chancen und Herausforderungen im Finanzsektor, die Auswirkungen der Digitalisierung und die Vorteile eines KMU in einer Branche, die von Grossen geprägt ist.

Ueli Manser, eine ganz einfache Frage zum Einstieg: Wie geht es Ihrer Bank?

Die Appenzeller Kantonalbank steht sehr gut und gesund da. Mit 91 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sind wir in der Finanzbranche mit ihren vielen sehr grossen Unternehmen ein KMU – und das ist bei den Kundinnen und Kunden mehr denn je wieder gefragt. Unsere überschaubaren Strukturen und die Tatsache, dass wir Land und Volk kennen und hier verankert sind, wirken sich positiv aus.

«Wir sind auch dann ein verlässlicher Partner, wenn ein Sturm aufzieht.»

Auch als KMU dürften Sie aber mit denselben Herausforderungen konfrontiert sein wie grosse Banken – Stichwörter Tiefzinsen und Regulierung. Natürlich sind die vielen und sehr engmaschigen Regulierungen auch für uns eine Herausforderung. Wir profitieren aber davon, dass wir sehr schlank aufgestellt sind. Zudem haben wir grundsätzlich gute Karten, weil wir uns sowohl geografisch wie thematisch klar fokussieren. Unser Hauptmarktgebiet besteht aus Appenzell Innerrhoden und Ausserrhoden, dazu kommen zahlreiche «Fans», wie ich sie nenne, aus den umliegenden Ostschweizer Kantonen. Wir schränken uns hier bewusst ein und können dadurch unser Angebot auf die Kunden aus der eigenen Region zuschneiden. Dadurch sind wir ein idealer Partner für sie.

Gleichzeitig ist so das potenzielle Wachstum beschränkt, und als Finanzdienstleister braucht man heute doch angesichts der immer komplexeren Fragen eine gewisse Grösse.

Die Frage nach der kritischen Grösse ist durchaus berechtigt. Mit unseren rund 20 000 Kunden, einer Bilanzsumme von fast drei Milliarden Franken und

einem gut ausgestatteten Eigenkapital von 260 Millionen Franken haben wir aber das, was wir brauchen, um erfolgreich im Markt tätig zu sein. Dabei hat uns natürlich auch der technologische Fortschritt im IT-Bereich geholfen. Wenn ich zehn Jahre zurückblicke, stelle ich fest, dass wir heute mit etwa gleich vielen Mitarbeitenden rund eine Milliarde Franken Bilanzsumme mehr verwalten können. Gewisse Prozesse wurden dank der IT einfach noch effizienter.

Davon profitieren auch Ihre Mitbewerber. Kommen wir zu dem, was die Appenzeller Kantonalbank von anderen Banken unterscheidet: Wo liegen Ihre Vorteile?

Wir haben den Hauptsitz in Appenzell, eine sehr gut laufende Niederlassung in Obereggen mit sieben Mitarbeitenden und je eine Kleinstagentur in Haslen und Weissbad. So haben wir das meiste in Appenzell unter einem Dach und dadurch sehr kurze Entscheidungswege. Damit können wir auch unsere Führungsstruktur schlank halten. Wir haben zwar beispielsweise einen Leiter Marketing, der Mediensprecher bin ich aber selber. Mit weniger als 100 Mitarbeitenden bin ich auch der Personalchef. So bin ich bei jeder Neuanstellung zusammen mit dem Direktvorgesetzten involviert, und wir können schnell und einfach entscheiden. Natürlich werde ich aber auch hier unterstützt: Meine Sekretärin macht die Personaladministration sowie die Lohnbuchhaltung, und eine Mitarbeiterin ist für die Lehrlinge und die Personalentwicklung zuständig.

Das betrifft interne Prozesse. Inwiefern profitieren die Kundinnen und Kunden der Appenzeller Kantonalbank davon?

Solche Strukturen führen zu einem schnellen Abwicklungsprozess, was Kunden natürlich schätzen. Ein Beispiel dafür ist der Finanzierungsbereich: Bei uns gibt es keinen sogenannten Credit Officer und



Ueli Manser, aufgewachsen als Bauernsohn in Brülisau, wohnt in Appenzell.

keine grosse Abteilung für die Kreditprüfung. Unsere Kreditkundenberaterinnen und -berater haben noch eigene Kompetenzen. Wenn es sich um grössere Finanzierungsanfragen handelt, ist nebst dem Kreditkundenberater auch der Bereichsleiter Kreditkunden am Kundengespräch anwesend oder sicher nachher im Kreditentscheid involviert. Je nach Höhe der Kreditanfrage liegt die Kreditkompetenz beim

und Volk. Wenn ich in Appenzell unterwegs bin, treffe ich auf Schritt und Tritt Freunde und Bekannte. Viele von ihnen sind natürlich auch Kunden, aber das ist für mich nicht entscheidend: Durch die enge Verbindung zwischen der Bank und der Region entsteht eine Vertrauensbasis. Die Kantonalbank tritt immer wieder als Sponsor von Veranstaltungen rund um Kultur und Sport auf. Wenn ich solche Anlässe besuche, dann nicht etwa, weil ich mich verpflichtet fühle, sondern weil es mir ein Anliegen ist und ich mich auch ehrlich dafür begeistere.

«Wir haben geografisch und thematisch einen klaren Fokus auf das Appenzellerland.»

Kreditberater, beim Kreditchef, bei mir, der Bankkommission oder beim Bankrat. Natürlich geschieht alles im Vieraugenprinzip. Entscheidend ist: Wir wickeln Kreditbegehren nicht über ein Regionalzentrum ab, sondern fällen Entscheide direkt hier in Appenzell. Dies ermöglicht uns eine noch persönlichere Kundenbetreuung. Das Stichwort Nähe ist entsprechend nicht nur geografisch zu verstehen.

Sondern?

95 Prozent unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wohnen im Appenzellerland. Wir kennen Land

Das alles macht den Charme Ihrer Bank aus. Andererseits ist es mit dieser Grösse doch kaum möglich, alles unter einem Dach selbst zu machen. Wie lösen Sie dieses Problem?

Indem wir gezielt gewisse Leistungen von Dritten beziehen. Den Zahlungsverkehr zum Beispiel führen wir nach wie vor selbst. Im Anlagebereich hingegen bauen wir die Produkte nicht selbst und führen keine eigenen Anlagefonds. Unsere acht Anlageberater konzentrieren sich voll und ganz auf die Kundenbedürfnisse. Als unabhängige Beraterbank können wir dadurch jene Produkte oder Direktanlagen dem Kunden empfehlen oder für sie kaufen, die aus Rendite- und Kostenüberlegungen für ihn am sinnvollsten

Anzeige

Sepp Fässler AG

faessler-garage.ch



Freude am Fahren



FRÜHLINGSBOTEN.

Ob mit geschlossenem oder offenem Hardtop – die vier dynamischen Multitalente BMW Z4, BMW 4er Cabrio, BMW 6er Cabrio und BMW 2er Cabrio strahlen bei jedem Wetter. Überzeugen Sie sich selbst bei einer Probefahrt: Informationen und Anmeldung unter www.faessler-garage.ch

DIE BMW CABRIOS.

Sepp Fässler AG
Feldstrasse 11
9050 Appenzell
Tel. 071 788 30 60
www.faessler-garage.ch

Sepp Fässler (Wil) AG
Toggenburgerstrasse 78
9500 Wil
Tel. 071 913 99 33
www.faessler-garage.ch



Zur Person

Ueli Manser (*1964) hat bereits die Banklehre bei der Appenzeller Kantonalbank absolviert. Er war danach 20 Jahre lang in der Treuhandbranche tätig und hat sich zum diplomierten Treuhandexperten weitergebildet. 2007 kehrte er als Direktor zur Appenzeller Kantonalbank zurück.

sind. Im IT-Bereich kaufen wir die Leistungen voll und ganz extern ein. Lediglich ein Mitarbeiter mit Stellvertretung ist vor Ort für die IT-Arbeitsplätze zuständig und stellt das Funktionieren der Verbindungen und die Zusammenarbeit mit unseren IT-Kooperationspartnern sicher.

Sprechen wir über den Firmenkundenbereich: Das Appenzellerland wird von immer mehr Firmen als Standort entdeckt. Wie können Sie davon profitieren und aus den Unternehmen Kunden machen?

Auch in diesem Segment sprechen sicher die kurzen Wege für uns. Wenn ein Unternehmer, der sich hier ansiedeln will, ein Gespräch mit uns wünscht, erhält er mit Garantie einen Termin innerhalb von zwei Tagen. Je nach Grössenordnung des Begehrens nimmt dort auch gleich der Bereichsleiter teil – und bei Bedarf setze auch ich mich schon beim ersten Treffen

«Wenn ein Unternehmer, der sich hier ansiedeln will, ein Gespräch mit uns wünscht, erhält er mit Garantie einen Termin innerhalb von zwei Tagen.»

mit an den Tisch. So erhält der Unternehmer sehr schnell eine erste Übersicht und damit eine Entscheidungsgrundlage. Aber auch wir müssen Anfragen natürlich objektiv prüfen und abwägen. Die zentrale Frage bei Finanzierungsanfragen, ob in einer Startphase oder bei Investitionen, lautet: Können wir dieses Projekt begleiten – und wie stark? Dabei denken wir langfristig. Wir wollen nicht nur in guten Zeiten ein verlässlicher Partner sein, sondern auch dann, wenn ein Sturm aufzieht. So wächst man zusammen.

Apropos wachsen: Ist aufgrund des Erfolgs eine Expansion geplant, beispielsweise mit weiteren Geschäftsstellen?

Nein, physisch bleiben wir nur im Kanton Appenzell Innerrhoden präsent. Eine Ausnahme ist der Bancomat in Hundwil (lacht). Würden wir weitere Geschäftsstellen eröffnen, würde dies nebst Zusatzkosten vor allem auch unsere Führungsstruktur sowie die schlanken Entscheidungsprozesse infrage stel-

len. Nach einer persönlichen Eröffnung der Kundenbeziehung bei uns vor Ort erfolgt die Kundenbetreuung häufig via Telefon, Email oder e-Banking. Und wenn ein persönliches Gespräch nötig oder sinnvoll ist, ist dies ja jederzeit eine Reise zur Appenzeller Kantonalbank oder eben nach Appenzell wert.

Gerade die physische Präsenz von Banken wird aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung immer wieder infrage gestellt. Ist das auch für die Appenzeller Kantonalbank ein Thema?

Ja und nein. Wir haben einen einfachen Grundsatz: Digitaler Anbahnungsprozess, persönlicher Abschluss. Wir haben unsere Onlinerechner erneuert und werden diese anfangs Mai live schalten. Damit kann zu Hause auf dem Tablet oder PC zu den Themen Wohnen, Sparen, Vorsorge und Steuern mit einem modernen Tool geprübelt werden. Zum Beispiel lässt sich für die Eigenheimfinanzierung die Tragbarkeit mit einfachen Mausclicks errechnen sowie eine Offerte erstellen. Wenn der Kunde dann aufgrund der eigenen Berechnung eine verbindliche Offerte von uns will, kann er uns seine Berechnung digital übermitteln, und wir können seine eigenen Angaben bei uns im Intranet weiterbearbeiten und ergänzen. Somit sind unsere neuen Onlinerechner nicht nur ein Instrument für den Kunden, wir wenden diese als Beratungs- und Offerttool ebenfalls an. Aber den persönlichen Austausch ersetzt das alles nicht.

Wie sieht es aus mit sozialen Medien wie beispielsweise Facebook?

Das sind durchaus spannende Möglichkeiten, gegen aussen sichtbar zu machen, was wir tun, beispielsweise, wenn wir uns als Sponsor engagieren. Um den persönlichen Dialog zu unseren Kunden auch auf diesem Weg vertiefen zu können, werden wir ab Anfang Mai 2016 auf dieser Plattform präsent sein. Unabhängig von der Wahl des Kanals ist es uns aber einfach ein Wunsch, dass unsere Kundinnen und Kunden uns gerne und aktiv weiterempfehlen. Wenn uns das gelingt, bleiben wir erfolgreich.

Interview: Stefan Millius

Bilder: Stéphanie Engeler

Peder Koch, Direktor der Berit Paracelsus-Klinik:

**«Es war eine Punktlandung
in allen Bereichen.»**



Quantensprung am neuen Standort

Erfolgreich war die Klinik schon an ihrem alten Standort in Teufen. Mit dem Neubau in Speicher ist der Berit Paracelsus-Klinik aber als Kompetenzzentrum für Orthopädie und Wirbelsäulen Chirurgie endgültig der Sprung in die Topliga der Schweiz gelungen. Anfang März öffnete die neue Klinik auf der Vögelinsegg ihre Türen. Direktor Peder Koch im Gespräch über die Entwicklung der Klinik, die Erwartungen an den neuen Standort und die aktuellen Herausforderungen im Gesundheitswesen.

Peder Koch, wenn Sie nach wenigen Wochen am neuen Standort Ihrer Klinik in Speicher darüber nachdenken, wie sich alles entwickelt hat, was fällt Ihnen da spontan ein?

Ich denke, am eindrucklichsten zeigt sich unsere Entwicklung anhand von Zahlen: Als ich 2008 meine Aufgabe, damals noch in Teufen, angetreten habe, führten wir pro Jahr 500 Operationen durch. In den Jahren danach haben wir diese Zahl sukzessive auf 3000 gesteigert; am neuen Standort werden es 6000 Operationen jährlich sein. Unsere neue Klinik war am vierten Tag nach der Eröffnung voll belegt. Und in den ersten zwei Tagen haben wir mehr Operationen durchgeführt als 2008 innerhalb von einem Monat. Das alles zeigt auf, was sich in den letzten rund acht Jahren getan hat.

«Wir haben immer gesagt, dass wir eine Klinik sein wollen, in der man sich viel eher wie in einem Hotel fühlt als wie in einem Spital.»

Vollbelegung nach vier Tagen: War da schon alles bereit, um mit dieser Belastung fertig zu werden?

Der gesamte Umzug und die Vorbereitungen für den Startschuss waren natürlich harte Arbeit, und alle Beteiligten mussten Ausserordentliches leisten. Aber der Anspruch war klar: Die Klinik musste grundsätzlich vom ersten Tag an lückenlos funktionieren. Selbstverständlich entdeckt man in der Startphase immer wieder kleine Details, die man optimieren und Prozesse, die man verfeinern muss. Aber unsere eigentliche Aufgabe haben wir ohne jeden Unterbruch am neuen Ort fortgesetzt.

Worauf führen Sie das zurück?

In erster Linie auf das Team. Ich bin stolz auf das Geleistete. Aber wir mussten auch viel an Planung leisten dafür. Um wirklich sofort bereit zu sein nach dem Umzug, haben wir schon am alten Standort zusätzliches Personal angestellt und eingearbeitet. Wir

hatten insofern eine Zeit lang eine personelle Überbesetzung, aber nur so konnten wir den reibungslosen Übergang gewährleisten. Im Übrigen war nicht nur der Umzug eine logistische Herausforderung, sondern natürlich vor allem der Neubau an sich.

Welche Bilanz ziehen Sie denn mit Blick auf das Bauprojekt?

Es war eine Punktlandung in allen Bereichen. Beim Zeitplan und bei den Kosten wurden alle Vorgaben eingehalten. Um das zu schaffen, mussten alle Beteiligten am gleichen Strick ziehen. Unser Architekt und Generalplaner, die direco mit ihrem Inhaber Jürg Keel an der Spitze, hat hervorragende Arbeit geleistet, ebenso die HRS und unser Bauherrenvertreter. Es ging nicht nur darum, die Vorgaben genau zu erfüllen, sondern vor allem auch, vorausschauend zu arbeiten und auf jede Entwicklung richtig zu reagieren. Die Bauzeit war sehr kurz, und es ist alles andere als selbstverständlich, sie bei so hoher Qualität einzuhalten. Besonderes Lob gebührt aber auch unserer Standortgemeinde: Wir haben von der Gemeinde Speicher sehr grosse Unterstützung erfahren, vor allem in der Person von Gemeindepräsident Peter Langenauer. Er hat unsere Arbeit stets kritisch, aber zielorientiert begleitet. Man muss sehen: Wir haben hier an einem sehr exponierten, neuralgischen Ort gebaut; da gilt es, vieles zu beachten. Ich bin aber überzeugt, dass sich das auch für die Gemeinde und die ganze Region gelohnt hat. Hier sind 150 neue Arbeitsplätze entstanden, und ein grosser Teil des gesamten Bauvolumens unseres Campus von rund 100 Millionen Franken ist in Wertschöpfung in der Region geflossen.

Nun sind Sie im wahrsten Sinn des Wortes «angekommen». Können Sie bereits bilanzieren, welche Ihrer Erwartungen an den Neubau erfüllt werden?

Wir haben vom ersten Tag an klar gesehen, dass sich hier dank dem massgeschneiderten Neubau alle Abläufe optimieren lassen, dass die Wege einfacher und schneller sind. Ganz massiv verbessert haben wir

uns, was die Qualität und Sicherheit für die Patienten angeht. Wir setzen hier auf den höchsten Stand der Technologie und haben so einen Quantensprung erreicht. Ob im Operationsaal oder dem Überwachungstrakt: Das Befinden unserer Patienten wird ständig zu 100 Prozent erfasst, Fachpersonal ist rund um die Uhr vor Ort, eine Beatmungsstation sorgt für zusätzliche Sicherheit. Auch im Bereich Medizintechnik weisen wir in der neuen Klinik höchste Standards auf. Allerdings war es mir persönlich immer wichtig, dass wir trotz aller Verbesserungen das bewahren, was uns ausmacht.

«Ein grosser Teil des gesamten Bauvolumens unseres Campus von rund 100 Millionen Franken ist in Wertschöpfung in der Region geflossen.»

Und was zählen Sie zu diesen bewahrenswerten Eigenschaften?

Den familiären Charakter und die Nähe zu unseren Patienten und zum Personal. Wir sind inzwischen ein Unternehmen mit über 200 Mitarbeitenden und einer grossen Zahl von Belegärzten, aber wir sind ein überschaubarer Betrieb geblieben, in dem man sich gegenseitig persönlich kennt und schätzt. Das zeigt sich Tag für Tag im respektvollen Umgang miteinander, ob unter dem Personal oder gegenüber den Kundinnen und Kunden. Diese Philosophie zahlt sich auch aus: Wir haben das zusätzliche Personal, das wir benötigt haben, ohne Stelleninserate gefunden, allein durch Ausschreibung auf unserer Webseite. Es spricht sich in unserer Branche schnell herum, wenn an einer Klinik ein gutes Betriebsklima herrscht und die Arbeitsbedingungen gut sind. Qualifiziertes Pflegepersonal zu finden, ist eine Herausforderung, und deshalb ist die Personalführung so wichtig.

Eine familiäre Atmosphäre wird sicherlich geschätzt, aber letztlich sind harte Kriterien bei der

Wahl der Klinik doch sicherlich auch ausschlaggebend, beispielsweise die Kosten. Wo steht Ihre Klinik da?

Wir müssen in erster Linie konkurrenzfähig sein, und das bedeutet für mich: Hohe Qualität zu einem guten Preis. In den vergangenen Jahren konnten wir mit tieferen Preisen als viele Mitbewerber auftrumpfen. Am neuen Standort haben wir unsere Preise den verbesserten Leistungen angepasst, aber das hat nichts geändert an unserem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Unsere Klinik weist nun in vielen Bereichen einen klaren Vorsprung zu anderen auf. Konkurrenzfähigkeit bedeutet für mich auch, dass wir stets in die Qualität und den Patientennutzen investiert haben und in der Administration immer schlank geblieben sind.

Wenn wir alles summieren, was durch den Neubau der Klinik ausgebaut und optimiert wurde, wie würden Sie dann Ihre Position in der Schweizer Gesundheitslandschaft charakterisieren?

Wir gehören in unseren Kompetenzfeldern Orthopädie und Wirbelsäulenchirurgie gemessen an der Anzahl Hüft- und Knieprothesen heute zu den drei führenden Kliniken in der Schweiz, mit anderen Worten: Wir haben eine Spitzenposition erreicht, wir werden nun wirklich wahrgenommen und gehören zu den Meinungsbildnern. Das freut mich persönlich umso mehr, als ich das stets als Zielsetzung genannt habe, auch wenn uns das damals ganz wenige zugebraut haben. Es fügt sich also alles so, wie wir es angepeilt haben. Ich führe das auf unseren klaren Fokus auf die beschlossene Strategie zurück: Es geht darum, den eingeschlagenen Weg ohne Wenn und Aber zu gehen. Der Schlüssel zum Erfolg liegt in der Spezialisierung auf wenige Disziplinen. Nur so ist die Qualität möglich, die heute verlangt wird. Es gibt gerade im Gesundheitswesen viele Beteiligte, die eine negative Stimmung verbreiten und vor allem die hohen Kosten beklagen. Ich bin überzeugt: Man kann in jeder Branche erfolgreich sein, wenn man es richtig macht und mit Begeisterung vorausgeht.

Anzeige

CILANDER
TEXTILVEREDLUNG

Wir veredeln hochwertige Gewebe zu modischen und technischen Textilien.

ANZIEHEND FUNKTIONAL NACHHALTIG

AG CILANDER
CH-9101 Herisau
Tel. +41 71 353 32 11
www.cilander.ch



Erfolg durch bewusste Reduktion gewissermassen? Das heisst, dass Sie auch in Zukunft das medizinische Angebot nicht ausbauen werden?

Wir müssen selbstverständlich unsere Angebote und unsere Leistungen laufend an die aktuellen Verhältnisse und Bedürfnisse anpassen. An der Strategie der Spezialisierung werden wir aber ganz klar festhalten. Nur ein Beispiel: Wenige Minuten von hier befindet sich das Kantonsspital St.Gallen, eine wichtige

«Wir müssen in erster Linie konkurrenzfähig sein, und das bedeutet für mich: Hohe Qualität zu einem guten Preis.»

Institution im Gesundheitswesen. Wir arbeiten dort mit dem Kantonsspital zusammen, wo es nicht unser Kerngeschäft betrifft. Das alte Sprichwort «Schuster, bleib bei deinem Leisten» trifft es auch heute noch sehr genau: Wir tun das, was wir am besten können und überlassen den Rest andern. Dass wir uns nicht verzetteln, ermöglicht uns Spitzenleistung zu

höchster Qualität. Würden wir beliebig diversifizieren, wären wir auf vielen Gebieten aktiv, aber nirgends wirklich herausragend. Von den Ärzten bis zum Pflegepersonal stellt es nun einmal völlig unterschiedliche Anforderungen, ob ein Blinddarm, das Herz oder eine Hüfte operiert wird.

Ein Alleinstellungsmerkmal der neuen Klinik ist sicherlich auch die malerische Lage mit der Panoramaaussicht. Welche Bedeutung messen Sie solchen Qualitäten zu?

Wir haben immer gesagt, dass wir eine Klinik sein wollen, in der man sich viel eher wie in einem Hotel fühlt als wie in einem Spital. Wir wollen und müssen medizinisch hochstehend arbeiten, gleichzeitig aber auch ein Erlebnis und eine Wohlfühlumgebung kreieren für unsere Gäste. Darauf haben wir beim Neubau geachtet, die ganze Materialisierung ist darauf ausgerichtet. Und die einmalige Lage ist natürlich ein wunderschönes Geschenk. Bereits am ersten Wochenende in den neuen Räumlichkeiten war unser Restaurant voll bis auf den letzten Platz. Dass aus einer Klinik ein Ort wird, den man gerne aufsucht, das ist eine Seltenheit – und unser erklärtes Ziel.

Ein stolzer Neubau mit modernster Technologie und höchsten Qualitätsstandards: Da könnte der Eindruck der Exklusivität entstehen. Ist Ihre Klinik ein Fall für die «oberen Zehntausend»?

Ganz im Gegenteil: Wir haben einen öffentlichen Leistungsauftrag. Bei uns können sich Patientinnen und Patienten aus allen Versicherungsklassen behandeln lassen, also auch Allgemeinpatienten.

Interview: Stefan Millius

Bilder: Stéphanie Engeler, zVg.

Anzeige

Wir drucken ökologisch.
Sie auch?

DRUCKEREI
Lutz

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

ISO 9001 / ISO 14001

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

Die moderne Appenzeller Kräuterfee

Anfang 2014 wurde die Geschäftsleitung der Dropa Drogerie in Appenzell in neue Hände gelegt: Mit Nadja Speck hat eine langjährige Mitarbeiterin das Unternehmen von Martin Breitenmoser übernommen. Die Drogistin und Naturheilpraktikerin hat den Seitenwechsel von der Angestellten zur Chefin mit Bravour gemeistert und den Betrieb inzwischen mit einer Naturheilpraxis erweitert.

Lange vor der Lancierung des Appenzeller Alpenbitters wussten vor allem die Frauen im Appenzellerland um die heilende Wirkung von Kräutern und Pflanzen. Nadja Speck, ihres Zeichens Appenzellerin, Drogistin und diplomierte Naturheilpraktikerin, scheint eine Reinkarnation eben dieser Appenzeller Kräuterfrauen zu sein: Die 38-Jährige ist nach eigener Aussage eine Tüftlerin. Kein Tag vergeht, an dem sich die Gedanken der neuen Inhaberin der Dropa Drogerie Appenzell nicht um Pflanzen und deren heilende Wirkstoffe drehen. Kein Wunder also, wird die hauseigene Produktlinie «Appenzeller Naturheilmittel» ständig in den bestehenden Rezepturen optimiert oder durch weitere neue Naturheilmittel ergänzt. «Mein persönliches Ziel ist es, irgendwann jedem menschlichen Leiden mittels pflanzlicher Essenz entgegenzuwirken», so die ambitionierten Absichten der Naturheilpraktikerin.

Nachdem lokale Banken Nadja Speck Absagen erteilten, fand sie bei einer Grossbank die nötige finanzielle Unterstützung.

Herzstück erhalten

Die Drogistin steht seit zwanzig Jahren im Dienste der Dropa Drogerie Appenzell. Nicht zuletzt dank ihrem Lehrmeister Martin Breitenmoser wurde Specks Leidenschaft für die Pflanzenheilkunde entfacht. Er war es denn auch, der sie bereits vor drei Jahren anfragte, ob sie sich eine Betriebsübernahme vorstellen könnte. «Im ersten Moment war meine Antwort ein klares Nein. Doch mit der Zeit und nach diversen Gesprächen mit meinem engsten Umfeld, entschloss ich mich schliesslich, diesen grossen Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen», resümiert Nadja Speck. Ausschlaggebend war für sie mitunter die Ungewissheit, ob bei einer Übernahme durch Andere das Herzstück der Drogerie, die Hausspezialitäten, nicht aussortiert würden. «Das hätte mir in der Seele wehgetan und mir wurde bewusst, wie stark ich mit der Dropa inzwischen verwurzelt bin.» Dennoch galt es

für die Mutter zweier Töchter im Alter von 16 und 11 Jahren, verschiedene Aspekte abzuwägen. Zur Hauptsache waren dies der Faktor Zeit und nicht zuletzt die Finanzierung. Schliesslich ist der Kauf einer Drogerie dieser Grösse kein Pappenstiel.

Starthilfe für Jungunternehmer

Nachdem lokale Banken Nadja Speck Absagen erteilten, fand sie bei einer Grossbank die nötige finanzielle Unterstützung. Zusätzlich bot die Dropa-Gruppe mit ihrem internen Franchisingssystem Hand. Dropa-Franchisingpartner erhalten mitunter Unterstützung von der Budgetierung bis zum Controlling oder beispielsweise durch pfannenfertige Arbeitsverträge für die Mitarbeiter. «Dieses Franchisingssystem ist für mich eine wertvolle Starthilfe. Ich bin eine eigenständige Unternehmerin kann mich aber gerade in der Anfangsphase auf die Erfahrung und das Know-how der Dropa-Gruppe abstützen», hält Speck fest.

Dabei profitiert sie vom gesamten Werbeauftritt der grössten Schweizer Drogeriekette inklusive monatlicher Dropa-Zeitung und erhält zum Teil Produkte zu attraktiveren Konditionen. Im Gegenzug wird erwartet, dass der firmeneigene Knigge eingehalten wird. Dieser schreibt beispielsweise vor, wie die Ladengestaltung auszusehen hat oder wie sich die Mitarbeiter zu kleiden haben. «Die Leistungen, von denen ich profitieren kann, übertreffen die kleinen Eingeständnisse, zu denen man sich verpflichtet, um ein Vielfaches», so Nadja Speck.

Mittlerweile fühlt sich die Appenzellerin in ihrer neuen beruflichen Position pudelwohl, und aus der Dropa Drogerie Appenzell ist ein Familienbetrieb geworden: Nadja Specks Lebenspartner arbeitet genauso im Betrieb mit wie ihre Mutter und die Töchter, welche im Unternehmen ihr Taschengeld aufbessern.

Prüfungsstress vor Übernahme

Der Start in die Selbstständigkeit wurde Nadja Speck durch die Tatsache erleichtert, dass sie das eingespielte dreizehnköpfige Team von ihrem Vorgänger übernehmen konnte. «Von Anfang an fühlte ich mich von meinen Mitarbeiterinnen in meinem Entschluss

Nadja Speck, Inhaberin der Droga Drogerie Appenzell:

**«Im ersten Moment
war meine Antwort
ein klares Nein.»**



guet bonde
ischt halbe
gfare*



*mit guter Vorbereitung kommt man weiter

Thomas Kast, Vizedirektor, Bereichsleiter Anlagekunden

Tragen Sie Sorge zu Ihrem wertvollen Fuder. Das beginnt mit einer fundierten Vorbereitung und der richtigen Strategie. Genau wie bei der Anlageberatung.

bestärkt und getragen. Auch wenn sich der Seitenwechsel von der Angestellten zur Chefin zu Beginn etwas eigenartig anfühlte.» Viel Zeit, ihren Entschluss sacken zu lassen, hatte die Jungunternehmerin nicht: Einen Tag vor der öffentlichen Bekanntgabe des Geschäftsführerwechsels im Mai 2014, musste Speck nach fünfjähriger Ausbildung die letzten Prüfungen zur diplomierten Naturheilpraktikerin der traditionellen europäischen Naturheilkunde (TEN) ablegen.

Damit dieses angeeignete Wissen nicht einfach vor sich hin schlummert, hat die Appenzellerin im Oktober 2014 ihren Betrieb mit einer Naturheilpraxis erweitert. Praktischerweise befindet sich diese Praxis gleich ein Stockwerk über der Droga, ebenfalls im

Im Gegenzug wird erwartet, dass der firmeneigene Knigge eingehalten wird.

Coop-Gebäude. In den Beratungsgesprächen in der Drogerie hat Nadja Speck immer mehr festgestellt, dass bei vielen geschilderten Krankheitsbildern eine umfassende Beratung und Behandlung zielführend wäre. Dem wird sie nun mit der Praxis und dem damit zusätzlichen geschaffenen Therapiespektrum gerecht. Ganz im Sinne einer ganzheitlichen Beratung und Behandlung mit heilenden Wirkstoffen aus der Natur, wie es sich für eine Appenzeller Kräuterei gehört.

Text: Rosalie Manser

Bilder: Stéphanie Engeler

Zum Unternehmen

Die Droga Appenzell ist die grösste Drogerie in Appenzell Innerrhoden. Martin Breitenmoser, der 1976 eine Filiale der Zürcher Droga-Kette in Appenzell eröffnete, bediente seine Kundschaft bis 2004 in einem kleinen Ladenlokal am Kronengarten 1 in Appenzell. Dann erfolgte der Standortwechsel in das Coop-Gebäude an der Zielstrasse. In den Anfängen beschäftigte der Drogist vier Mitarbeiterinnen. In den vergangenen zehn Jahren wurde das herkömmliche Drogerie-Sortiment mit Appenzeller Naturheilmitteln ergänzt. Diese Tradition führt Nadja Speck, seit Januar 2014 neue Besitzerin der Droga-Drogerie Appenzell, weiter. In der Zwischenzeit wurden die Hausspezialitäten mit zusätzlichen Produkten auf natürlicher Basis erweitert. Im Oktober 2014 eröffnete Nadja Speck im 1. Stock des Coop-Gebäudes in Appenzell ergänzend zur Drogerie die «Appenzeller Naturheilpraxis». Aktuell umfasst ihr Team 13 Mitarbeiter, davon drei Lehrlinge.

50+ auf Stellensuche: Fokus und Relevanz

«Jetzt habe ich, weiss Gott, schon über 100 Bewerbungen abgeschickt und keine Firma will mich!» Solche und ähnliche Aussagen höre ich fast täglich von über 50jährigen, die aufgrund von Reorganisationen ihren Job verloren haben.

von Paul Beerli



Was bei diesen Bewerbungen fehlt, ist der Fokus und die Relevanz im Lebenslauf. Die Beschreibung des Leistungsausweises sollte nur auf die Jobausschreibung bezogene relevante Aussagen enthalten und sich auf die gefragten Skills fokussieren. Zu viele Bewerber zielen auf alles, was sich im Arbeitsmarkt bewegt. Das ist kontraproduktiv. Erstens bedeuten zu viele Bewerbungen einen Akt der Verzweiflung und zeugen nicht von einem gesunden Selbstvertrauen. Zweitens bewirken im Gegenzug die vielen Absagen eine negative Stimmung und verstärken das Argument, dass über 50jährige keine Chancen am Arbeitsmarkt haben. Lebensläufe werden zu oft nicht an die ausgeschriebene Stelle angepasst und verpuffen so in ihrer Wirkung.

Dass es auch anders geht, hat Herbert Strasser, ein 52jähriger Verkaufsleiter, bewiesen. Mit der Unterstützung der Berater von Grass & Partner AG hat er innerhalb von fünf Monaten wieder eine neue berufliche Herausforderung als Teamleiter bei der St.Galler Kantonalbank gefunden. Auf der Basis der Vorgehensmethodik des Qualifikationsspiegels® hatte er sich auf die öffentlich ausgeschriebene Stelle beworben.

Zuerst durchlief Herbert Strasser eine Standortbestimmung, um sein berufliches Umfeld neu zu definieren. Strasser fragte sich: «Habe ich überhaupt eine Chance nach 24 Jahren in der Krankenkassenbranche? Was sind meine realistischen Optionen? Kann ich einen Branchenwechsel wagen? Insgesamt hatte sich Herbert Strasser in fünf Monaten nur gerade auf drei Stellen beworben. Fokus und Relevanz im Lebenslauf verbunden mit einem Branchenwechsel waren von Erfolg gekrönt. Die Bewerbungszeit nutzte er nebenbei erfolgreich für eine Weiterbildung.

Paul Beerli ist VR-Präsident von Grass & Partner AG.

Mächler wirbt mit Statisten



Dass Wahlkampfwerbung lustig sein kann, hat Esther Friedlis Kampagnenleitung jüngst mit dem «Toni-Bunner-Video» bewiesen. Eher unfreiwillig komisch war hingegen das Wahlplakat von FDP-Kandidat Marc Mächler. Wie das «Regionaljournal» von SRF herausfand, waren im Hintergrund keine echten Mächler-Fans abgebildet – es handelte sich um ein Agenturbild. Mit diesem wurde unter anderem schon für einen Diätshake oder das Glaubenszentrum St.Margrethen geworben.



IHK vergoldet sich

Zur Feier des 550-Jahre-Jubiläums der IHK St.Gallen-Appenzell erhält der Geschäftssitz des Ostschweizer Wirtschaftsverbandes ein «Festkleid». Ein vom St.Galler Stoffdesigner Martin Leuthold entworfenes Stickereimuster zierte für ein Jahr die Fassade des klassizistischen Gebäudes im Klostersviertel der Stadt St.Gallen.

Trendcommerce mit neuen Partnern

Ein Kreis von Investoren rund um die Herisauer Investnet AG übernimmt ein substanzielles Aktienpaket der Trendcommerce. Die beiden Gründer und bisherigen Alleininhaber Oliver P. Künzler und Filippo Zanchi halten weiterhin eine massgebliche Beteiligung und werden das Unternehmen weiter aktiv begleiten.

Klanghotel soll Klanghaus ersetzen

In Wildhaus soll ein neues Gästehaus mit 70 Zimmern und 200 Betten entstehen. Konzipiert vor allem für Familien und Vereine, wird das «Klanghotel» voraussichtlich 2019 seinen Betrieb aufnehmen. Betrieben wird das Drei-Sterne-Haus, das in der Nähe der Talstation der Sesselbahn Wildhaus-Oberdorf gebaut werden soll, von der österreichischen Jufa.

Nutzloses Hearing



Die Frauenzentrale St.Gallen und das Frauennetz Gossau luden SVP-Regierungsratskandidatin Esther Friedli (Bild) zu einem Hearing ein. Ziemlich unnützlich, wenn man danach von Jacqueline Schneider von der Frauenzentrale zu hören bekommt, dass sie sich immer nur zu Wiederkandidierenden, nicht aber zu Neukandidierenden äussern und folglich keine Wahlempfehlung abgeben würden. Da fragt man sich, wieso Friedli überhaupt zum Hearing eingeladen wurde...

Massanzug fürs Studenten-Budget

Probody, St.Galler Spezialist für massgeschneiderte Bekleidung, legt ein Angebot für Studenten und Auszubildende bis 24 Jahre vor: Für sie gibt es ein massgeschneidertes Business-Outfit ab 500 Franken. Zu diesem Preis gibt es einen Massanzug und sechs Masshemden, alles inklusive Monogramm. www.probody.ch

«rhein.thal.arena» auf Kurs

Das neue Einkaufs- und Dienstleistungszentrum «rhein.thal.arena» zeigt sein Gesicht: Nach dem Abriss der ehemalige Diskothek Arena in Thal im Herbst 2015 präsentiert Bauherrin ZIMA die ersten Konturen in Form von Fassaden- und Aussenraumgestaltung. Die Arbeiten zur Fertigstellung im Oktober 2016 laufen planmässig.



Stadt finanziert Chaos-Magazin

Vier St.Galler planen ein neues Magazin unter dem Titel «Entropie». Es soll eine Plattform für Texte, Comics und Fotografien aller Art werden – einfach eine Publikation für Kreative. **Das ist das ganze Konzept. Scheinbar genügt das, um von der Stadt St.Gallen finanziell unterstützt zu werden.** Die Höhe des Betrags wurde von den Machern nicht kommuniziert.



Taxi Herold feiert 100-Jahre-Jubiläum

Vom idyllischen Pferdegespann zum modernen Taxiunternehmen mit über 50 Fahrzeugen sind 100 Jahre vergangen. **Die Herold Taxi AG mit Sitz in St.Gallen hat ihren Ursprung im Jahr 1916.** Damals gründete Karl Herold die Firma mit drei Mitarbeitern, einem Pic-Pic und einem Packard.

Artikel schafft es zweimal auf die Front

Die «Ostschweiz am Sonntag» (OaS) will mit spannenden Artikeln Leserschaft gewinnen. Löblich. Nur scheinen gewisse Geschichten so spektakulär zu sein, dass man sie keinem Tagblatt-Abonnenten vorenthalten möchte. Was tut man also? **Man bringt die gleiche Thematik einfach am Montag nochmals – in der regulären Ausgabe.** Und am besten gleich auch wieder auf der Front.



in kürze

LEADER

- › **Caroline Inauen**
Per 1. April übernahm Caroline Inauen die Stelle als Leiterin Beschaffung der Hälg Building Services Group.
- › **Martin Schaffner**
Martin Schaffner, Mitinhaber des Gartenmöbel-Herstellers Schaffner AG aus Müllheim, konnte in Frankfurt den «German Design Award» für den Schalenstuhl Lamello entgegennehmen.
- › **Roger Koch**
«Heimat Hell» und «Heimat Dunkel»: Der Thurgauer Unternehmer Roger Koch brachte kürzlich eine rein schweizerische Zigarette auf den Markt.
- › **Zur Rose**
Der Gewinn der Steckborner Online-apotheke Zur Rose ist im vergangenen Jahr um mehr als die Hälfte eingebrochen. Unter dem Strich blieb ein Plus von 3,4 Millionen Franken.
- › **Subway**
Die Jungunternehmer Philipp und Pascal Luder eröffneten Ende März am Broderbrunnen das erste Subway-Restaurant in St.Gallen.
- › **Stadler Rail**
Die Stadler Rail Group erhielt Ende April in Luzern den Grossen Preis der Berufsbildung der Hans-Huber-Stiftung.
- › **Noventa**
Das Dusch-WC «LaPreva P2» der Diepoldsauer Noventa AG wurde mit dem Red Dot prämiert, der internationalen Auszeichnung für hohe Designqualität.
- › **Ka Boom**
Die vor 25 Jahren von Marcel F. Bischof gegründete BPR Werbeagentur AG in St.Gallen hat sich in Ka Boom umbenannt.
- › **Hilti**
Der Schaaner Hilti-Konzern hat 2015 wegen eines höheren Steueraufwands weniger verdient. Der Reingewinn lag vier Prozent unter dem Vorjahresstand auf 410 Millionen Franken.
- › **Looser**
Die Arboner Industriegruppe Looser erwirtschaftete 2015 einen Nettoumsatz von 436.4 Millionen Franken (Vorjahr: 487.4 Millionen).

Zanotta AG: Akten- und Datenvernichtung – Top Secret

Rund 2000 Tonnen Akten werden jedes Jahr bei der Zanotta AG geschreddert. Das Unternehmen mit Sitz in St.Gallen vernichtet Akten und elektronische Datenträger aus der ganzen Ostschweiz und legt dabei grössten Wert auf Sicherheit und Verschwiegenheit.

Bei der Aktenvernichtung vertrauen viele Ostschweizer Firmen auf die Zanotta AG. Das Akten- und Datenvernichtungsunternehmen aus St.Gallen vernichtet monatlich über 170 Tonnen Akten und über 800 Kilogramm elektronische Datenträger. Dabei befolgt es die höchsten Sicherheitsstandards. Das beginnt bereits bei der Entsorgung in den verschiedenen Unternehmen: Zanotta stellt diesen zugriffssichere Behälter zur Verfügung, die sich von Unbefugten nicht unbemerkt öffnen lassen. Auf Abruf oder nach festgelegten Terminen kommen die Mitarbeiter der Zanotta AG diese Sicherheitsbehälter abholen.

«Unsere geschulten Mitarbeiter unterstehen der

strikten Schweige- und Geheimhaltungspflicht. Im Zanotta-Team sind nur zuverlässige Mitarbeiter mit einem ausgezeichneten Leumund», sagt Peter Zanotta, Mitglied der Geschäftsleitung. Auf Wunsch ist auch eine zusätzliche Überwachung durch einen Sicherheitsbeauftragten des Kunden oder eine externe Organisation möglich.

Sicherer Transport

Der Abtransport der Akten und elektronischen Datenträgern erfolgt mit geschlossenem und gesichertem LKW. In Kombination mit GPRS-Kontrolle, Fahrzeugortung über Mobilfunk via Satellit und der RFID

*Mit Sicherheit Zanotta.
Otto, Peter und
Stefan Zanotta.*





Die gepressten Papierballen werden an Verarbeitungswerke geliefert, die daraus Hygiene- und Zeitungspapier herstellen.

(Radiofrequenz-Identifikationstechnologie) wird der Transportweg der Sicherheitsbehälter minutiös verfolgt und überwacht. Bei einer Fehlmanipulation am Fahrzeug oder an der Ladung wird sofort ein Alarm ausgelöst.

In der Schweiz ist die Zanotta AG das erste Unternehmen in der Daten- und Aktenvernichtungsbranche, welche die speziellen Sicherheitsbehälter mittels RFID überwacht und verwaltet. Dank der zeitnahen Überwachung wird bei falscher Prozessabwicklung der Sicherheitsverantwortliche sofort informiert, und kann auf den weiteren Ablauf direkt Einfluss nehmen. Auf Wunsch wird der Transportverlauf zusätzlich protokolliert.

Entsorgungs- und Recyclingketten. Akten und Datenpapiere sind zudem hochwertige Celluloselieferanten, die bei Einhaltung aller Sicherheitsaspekte wieder sinnvoll und kostengerecht in den ökologischen Kreislauf eingebracht werden können und somit nicht verbrannt werden müssen.

Die rund 600 Kilogramm schweren, gepressten Papierballen werden an Verarbeitungswerke geliefert, die daraus Hygiene- und Zeitungspapier herstellen. Elektronische Datenträger werden ebenfalls nach den verschiedenen Materialien getrennt und recycelt. «Wo wir entsorgen, tun wir dies fachgerecht und umweltschonend», sagt Peter Zanotta.

Der Zanotta AG ist nicht nur die Sicherheit ein Anliegen, sondern auch die Ökologie.

Sicherer Entsorgungsprozess

Der ganze Aktenvernichtungsprozess wird mit Sicherheitskameras überwacht. Beim Aktenvernichter angekommen, wird das Papier zweifach geschreddert und fünffach umgewälzt. Die daraus resultierenden Schnipsel entsprechen der DIN-Norm 66399-1 Sicherheitsstufe 3-4 und sind somit bankenkonform.

Elektronische Datenträger wie Harddisks, USB-Sticks, CDs, Filme, Röntgenbilder usw. werden im Security Bag oder in einem speziellen Sicherheitsbehälter gesammelt, anschliessend durch einen Hochleistungsschredder vollständig und irreparabel zerstört und unlesbar gemacht. «Damit erfüllen wir bei der Entsorgung sämtliche internationale Standards», sagt Peter Zanotta.

Ökologie lohnt sich!

Der Zanotta AG ist nicht nur die Sicherheit ein Anliegen, sondern auch die Ökologie: Durch eine regionale Aufbereitung entfallen lange und unökologische

Von der Einzelfirma zur Aktiengesellschaft

Die Aktiengesellschaft Zanotta AG befindet sich zu 100 Prozent im Familienbesitz. Die Firma Zanotta wurde 1952 von Hilda und Otto Zanotta gegründet. Sie legten den Grundstein zum heutigen Unternehmen. Nach dem Tod von Otto Zanotta übernahm Hilda Zanotta die Leitung des noch bescheidenen Unternehmens. Unterstützt wurde sie dabei von ihren Söhnen Otto, Peter und Stefan. Die Verarbeitung von einst 15 Tonnen Altpapier pro Monat wurde über die Jahre sukzessive gesteigert.

1991 wurde die hochmoderne Aktenvernichtungsanlage in Betrieb genommen, die höchste Sicherheitsnormen erfüllt und über eine Kapazität von 1500 kg pro Stunde verfügt.

1997 erfolgte die Umwandlung des Einzelunternehmens in die Zanotta AG. Das Unternehmen beschäftigt heute elf Mitarbeitende und verfügt über einen modernen Fahrzeugpark. Verarbeitet werden rund 500 Tonnen Altpapier monatlich, davon sind rund 170 Tonnen Akten.

www.zanotta.ch



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



Schwander eröffnet Filiale

Der Master of Wine ist jetzt auch in St.Gallen präsent: Philipp Schwander eröffnete am 19. März 2016 am Burgraben 24 die St.Galler Filiale seiner Weinhandlung «Selection Schwander» mit einem grossen Stelldichein hiesiger Prominenz. Schwander, der aus St.Gallen stammt, wurde anfangs Februar zum «Ehren-Födlebürger» 2016 ernannt – für seine Verdienste als weithin bekannter Botschafter der Gallsstadt.

Weitere Bilder unter [facebook.com/leadermagazin](https://www.facebook.com/leadermagazin)



«Ich und meine Zukunft – wer führt mein Lebenswerk weiter?»

Unter diesem Titel führte Grass & Partner in der Ostschweiz zusammen mit der Fachhochschule St.Gallen an vier regionalen Standorten Lunch-Events mit rund 60 Firmeninhabern, Verwaltungsräten und CEOs durch. Fazit: Unabdingbar sind Fingerspitzengefühl und Geduld.

Die technische Abwicklung einer Unternehmensnachfolge ist kein unlösbares Problem. Überaus schwieriger gestaltet sich der emotionale Loslöseprozess: Der Respekt vor diesem Schritt stellt eine der grössten Herausforderungen für die Unternehmer

Auch die Persönlichkeitseigenschaften und Charaktermerkmale sind in Bezug auf eine Selbstständigkeit auf Herz und Nieren zu prüfen.

der Babyboomer-Generation dar. Studien kommen zum Schluss, dass der durchschnittliche Nachfolgeprozess rund fünf Jahre dauert. Denn erst, nachdem innerhalb der Familie klare Verhältnisse geschaffen wurden, wird es für einen oder mehrere Nachfolger innerhalb der Unternehmung überhaupt möglich, sich auf einen Management-Buy-out einzulassen.

Risiken vermeiden

Gerade bei der firmeninternen Nachfolgeregelung ist äusserstes Fingerspitzengefühl notwendig: Schon kleinste Fehler in der Kommunikation und in der Verhandlung können da zu Gefühlsschwankungen führen. Die Risiken sind frustrierte Kader und Leistungsträger, die für den Fortbestand der Unternehmung essenziell sind.

Die externe Suche nach dem geeigneten Nachfolger ist dann die letzte Stufe: Hier läuft vieles verdeckt und über das persönliche Netzwerk des Inhabers oder Verwaltungsrates. Erst, wenn auch das nicht gelingt, werden dann – meistens – auf Plattformen von Banken, Treuhändern und Maklern Nachfolgelösungen gesucht. Hier ist der Markt allerdings atomisiert und für die Beteiligten oft unübersichtlich. Entsprechend lange kann die Suche dauern, bis der Richtige gefunden ist.

Standort bestimmen

Damit der Übergeber loslassen kann, braucht er eine Vorstellung davon, was er danach machen will. Hier hilft eine persönliche Standortbestimmung: Zusammen mit einem externen Coach oder auch mit einem Verwaltungsratsmitglied, der diese Rolle übernimmt, sollen neue Ideen und Optionen für die Zeit danach entwickelt werden.

Eine klare Standortbestimmung ist aber auch für den Übernehmer eine lohnenswerte Investition. Denn diese Entscheidung ist so schnell nicht rückgängig zu machen: Danach kann nicht einfach der Job gewechselt werden. Somit muss ich mir ganz sicher sein, dass das zu kaufende Unternehmen, dessen Produkte und Dienstleistungen, die Kunden und Mitarbeiter wirklich zu mir und meiner Lebensvision passen. Auch die Persönlichkeitseigenschaften und Charaktermerkmale sind in Bezug auf eine Selbstständigkeit auf Herz und Nieren zu prüfen. Das Umfeld mit Familie, Partnerin und Kindern ist eng zu involvieren. Erst, wenn alle voll und ganz hinter dem Projekt stehen und sich der Chancen, aber auch der Konsequenzen bewusst sind, sollte dieser Schritt vollzogen werden.



Christian Bartheolet,
Grass & Partner

Masshalten in der Gesetzgebung

Es gibt bald keinen Lebensbereich mehr, der nicht staatlich geregelt ist. Die persönliche Freiheit wird dabei zunehmend eingeschränkt.



von Walter Locher

Der Staat nimmt den Bürgern die Entscheidung über immer mehr Dinge ab. Dabei weiss man es eigentlich: Der marktwirtschaftliche Wettbewerb und der gesunde Menschenverstand führen in aller Regel zu besseren Lösungen als eine Unzahl von Gesetzen und Verordnungen – auch wenn damit einzelne Missbräuche in Kauf genommen werden müssen.

Neuestes Beispiel für ein weiteres Regulierungsfeuerwerk ist das im Februar vorgestellte Projekt «Strategie Nachhaltige Entwicklung» (SNE) des Bundesrates. Von der Aktienrechtsreform bis zu Steuerung der Essensgewohnheiten der Bevölkerung, von der Raumplanung über die industrielle Produktion bis zum Finanzplatz werden neue Vorschriften vorgeschlagen. Mit gegen hundert zusätzlichen Massnahmen will man unter dem Titel der nachhaltigen Entwicklung die Wirtschaft weiter regulieren und ihr sowie der Bevölkerung noch enger vorschreiben, wie sie sich zu verhalten haben.

Eine Revision des Gleichstellungsgesetzes soll zum Beispiel den Arbeitgeber gesetzlich dazu verpflichten, in seinem Unternehmen Lohnanalysen durch externe Kontrollstellen durchzuführen und anschliessend die Mitarbeitenden über das Ergebnis dieser Kontrolle zu informieren. Verstösse werden in einer öffentlich zugänglichen Liste eingetragen – eine Art neuzeitlicher Pranger also.

Gerade die Unternehmen werden in unserem Land schon viel zu lange mit viel zu vielen Regulierung und entsprechenden Folgekosten geplagt. Das Parlament in Bern hat daher richtigerweise entschieden, vorhandene Regulierungskosten abzubauen. Noch wichtiger ist es aber, Regulierungskosten überhaupt nicht entstehen zu lassen: Verantwortungsvolle Politik setzt nicht auf Regulierung, sondern vor allem wieder vermehrt auf Vertrauen. Das ist zwar weniger spektakulär, aber nachhaltiger.

Walter Locher ist FDP-Kantonsrat des Kantons St. Gallen

Denn die Work-Life-Balance steht für die Generation Y hoch im Kurs: Sie sucht Sinn und Erfüllung, aber auch berufliche Unabhängigkeit. Die Werte und Ziele dieser neuen Unternehmergegeneration lassen sich jedoch eher ergänzen, als dass sie im Widerspruch zu den abtretenden Babyboomern stünden. Die zukünftige hohe Arbeitsbelastung und der Anspruch, seinen Teil auch für die Familie zu leisten und folglich zu wenig Zeit für die Freunde zu haben, ist einer der Zielkonflikte und Ängste dieser jüngeren Generation.

Absicht erklären

Der Schritt ins Unternehmertum wie auch das Loslassen und das Übergeben des Lebenswerks ist also keine nüchterne M&A-Transaktion, sondern ein hoch emotionaler Akt für alle Beteiligten – für die meisten auch einmalig im Leben. Deshalb ist es entscheidend, dass sich Übergeber und Übernehmer nicht nur finanziell und strategisch einig sind. Zuerst sollte immer gemeinsam eine schriftliche Absichtserklärung (LOI) erarbeitet werden – einfach formuliert im Sinne von «Was will ich?» und «Was willst du?».

«Die Work-Life-Balance steht für die Generation Y hoch im Kurs: Sie sucht Sinn und Erfüllung, aber auch berufliche Unabhängigkeit.»

Es kann deshalb für beide Parteien von grossem Nutzen sein, sich nebst den notwendigen Spezialisten aus dem Rechts- und Finanzbereich frühzeitig auch von einem externen Coach und Berater auf diesem Weg begleiten zu lassen.

Die Hürden können hoch und die Fallen tief sein – wer es jedoch schafft, loszulassen und geordnet zu übergeben oder sich neu unternehmerisch zu engagieren, kann hoch zufrieden und erfreut einen neuen, erfüllenden Lebensabschnitt in Angriff nehmen.

Text: Christian Bartholet

Bild: zVg.

Zur Person

Christian Bartholet ist Senior Berater/Partner beim führenden Outplacement Anbieter Grass & Partner in St.Gallen. Er begleitet und coacht C-Level-Kader, Führungs- und Fachkräfte bei Standortbestimmungen und in der persönlichen Neuorientierung. Zudem berät er Unternehmen bei Restrukturierungen, Reorganisationen und bei Trennungen von Mitarbeitenden im Allgemeinen.

«Die Ansicht, grössere Gefässe seien effizienter, ist trügerisch»

«Denken in Kooperationen: gemeinsam effizient und doch eigenständig? Welche Grösse ist richtig?» Unter diesem Motto steht das 4. Public-Forum von PwC am 26. Mai im Hotel Einstein Congress in St.Gallen. Ob und wie man diese Fragen beantworten kann, erklärt Roland Schegg, Leiter Consulting Ostschweiz und Liechtenstein bei PwC.

Roland Schegg, kleinere Gemeinden können schon längst nicht mehr alle Aufgaben selbstständig lösen. Hinzu kommt, dass es immer schwieriger wird, Personen für öffentliche Ämter – bspw. im Gemeinde- oder Schulrat – zu begeistern. Das alles spricht für grössere Gebilde. Ab welcher Einwohnerzahl kann eine Gemeinde selbstständig funktionieren?

Aufgaben und Probleme möglichst vor Ort zu lösen, hat in der Schweiz eine lange Tradition. Kann eine Leistung lokal nicht gescheit erbracht werden, so die Grundidee, wird die Lösung in der nächstübergeordneten Ebene angestrebt. Früh haben sich daher verschiedene Weiler in gemeinsame Gemeinden

giefekte effektiv realisiert. Da mit der steigenden Grösse die Komplexität in Führung, Koordination und Überwachung teils massiv ansteigt, müssen negative Synergieeffekte unbedingt mitbeurteilt werden. Gerade der persönliche Bezug zu einem Gemeinwesen geht in der Anonymität grosser Gefässe häufig verloren. Entsprechend muss es gelingen, sowohl den Grössenvorteil als auch das «Lösen vor Ort» zu gewährleisten. Föderale Führung mit zentraler Koordination könnte dazu eine Antwort sein.

Die Schweiz mit ihren Landesteilen und Gemeinden ist ein Erfolgsmodell. Wie kann dieses bewahrt werden? Liegt der Schlüssel eher in Kooperationen statt in Fusionen?

Das Kooperieren ist sicherlich der erste Schritt. Unsere Gemeinden tun dies seit vielen Jahren erfolgreich in den verschiedensten Bereichen. Zudem haben sich auch Kooperationen zwischen Gemeinden und Kantonen erfolgreich entwickelt. Selbstverständlich kann irgendwann der Moment kommen, bei dem eine Fusion effizienter ist. Aber auch diese ist letztlich eine Kooperationsform – und zwar die engste. Ein Vergleich: Wenn sich Paare kennenlernen, ziehen sie häufig erst nach Monaten oder Jahren zusammen. Entsprechend wird die Kooperation schrittweise erhöht. Die Heirat – Fusion – folgt dann häufig nochmals später. Wann für welchen Schritt der Zeitpunkt richtig ist, hängt sehr vom individuellen Fall ab. Grundlage dafür ist aber immer der gemeinsame Wille. Bei Fusionen von Gemeinden gilt dies genau gleich: In freien Gesellschaften muss ein solcher Schritt demokratisch legitimiert sein. Der Preis dieser Freiheit ist es aber auch, die Verantwortung dafür zu tragen.

Wir sind es uns gewohnt, dass wir praktisch in jeder Gemeinde alle wesentlichen Dienstleistungen beziehen können. Haben wir uns damit ein Luxusmodell geschaffen, das längerfristig nicht finanzierbar ist?

«Betriebswirtschaft und Effizienzthemen gelten in Verwaltungen und Unternehmen.»

bzw. Gemeinden wiederum in Bezirken und Kantonen organisiert. Unser föderales Staatswesen basiert heute in drei Grundstufen auf diesem pragmatischen Ansatz. So haben wir zum Beispiel bei der Verkehrsinfrastruktur Gemeinde-, Kantons- und Bundesstrassen. Hauptvorteile dieses föderalen Systems: hohe Flexibilität, minimal nötiger Koordinationsaufwand und lediglich Einsatz der spezifisch nötigen Ressourcen. Zudem können dank dem Milizeinsatz der örtlichen Bürgerschaft gerade in Gemeinden die Kosten häufig tief gehalten werden.

Was bedeutet dies nun hinsichtlich der optimalen Grösse?

Die Frage der Mindestgrösse für eine Gemeinde lässt sich nicht pauschal beantworten, da diese stark von den lokalen Gegebenheiten abhängt. Insbesondere ist die Ansicht trügerisch, dass grössere Verwaltungsgefässe effizienter seien. Dies zeigt sich seit Jahren beispielsweise auch in der Privatwirtschaft: Bei Fusionen wird am Ende häufig nur ein Teil der zuvor umfangreich geschätzten Syner-



Roland Schegg,
Leiter Consulting
Ostschweiz und
Liechtenstein bei PwC.

Von welchen Dienstleistungen sprechen wir? Soziale Dienste? Grundbucheintragungen oder die Prüfung der Steuererklärung? Gerade das Beispiel Steuern zeigt, dass mit guten e-Government-Lösungen die Verwaltungsprozesse deutlich effizienter werden können. In verschiedenen weiteren Bereichen wie Grundbuch, Geodaten oder Energieversorgung sind gute Lösungen auch bereits absehbar. Entsprechend bekomme ich diese Lösungen sogar direkt auf meinem Bildschirm – unabhängig von meinem Standort. Entscheidend ist, dass die Gemeinwesen lokal so verankert bleiben, dass sie die vorhandenen Gegebenheiten und Bedürfnisse kennen. In der Privatwirtschaft würde man von Kundennähe sprechen. Eine interessante Antwort dazu gibt es bereits heute in einigen Rathäusern: Ist ein Frontdesk eingerichtet, kann ich dort alle wesentlichen Geschäfte erledigen, ohne im ganzen Gebäude herumirren zu müssen. Dies wäre nach meinem Ermessen ein Service Public, der weiter lokal präsent sein sollte. Alles Weitere hängt vom Fall und Reifegrad des Kooperationswillens in den Gemeinden ab.

Steigende Grösse – gerade auch bei Gemeinden – führt häufig zu überproportional wachsender Komplexität. Und über kurz oder lang steigen sowohl Administrationsaufwand als auch Kosten. Müssen Gemeinden wie Unternehmen geführt werden?

Betriebswirtschaft und Effizienzthemen gelten in Verwaltungen und Unternehmen. Dabei liegt der Schlüssel in der angemessen föderalen Führung, damit die Bürgerschaft den persönlichen Bezug zum Gemeinwesen behält. Es darf nicht passieren, dass wir in der Anonymität von Personen- oder Dossiernummern bzw. dem Internet versinken. Menschen funktionieren über Emotionen. Können sich Bürgerschaft oder Verwaltung nicht mehr mit einem Gemeinwesen identifizieren, geht die Leidenschaft für eine gemeinsame Sache oder für unsere Regionen verloren. Der Verlust unserer Heimatverbundenheit wäre ein absehbares Ergebnis.

Kleinere Gemeinden können quasi durch die Bürger selber überwacht werden. In grösseren Strukturen ist es schwierig, den Überblick zu behalten. Zudem sorgen eigene Kommunikationsabteilungen dafür, dass ein geschöntes Bild an die Öffentlichkeit dringt. Verlieren wir durch vermehrte Fusionen auch die Kontrolle?

Wie Kunden von Unternehmen erkennt auch die Bürgerschaft sofort ehrlich gemeinte, persönlich adressierte Kommunikation. Solange dies glaubhaft und authentisch umgesetzt wird, kann eine Kommunikationsabteilung viel bewirken. Es ist aber wie bei Unternehmen unabdingbar, starke, glaubhafte Führungspersonen wahrnehmen zu können. Nur dann fühlen sich sowohl Bürgerschaft wie Verwaltung persönlich «abgeholt».

In der jüngsten Vergangenheit sind in der Schweiz einige Gemeinden durch Fusionen verschwunden. Wird diese Entwicklung weitergehen?

Voraussichtlich wird der Fusionsdruck weiter zunehmen. Insbesondere steigen die Anforderungen zur Dienstleistungserbringung und zur Bewältigung von Herausforderungen stetig. Trotzdem: Wir müssen für den lokalen Bezug stark eintreten – gerade anonymisierte Gesellschaften sind heute mit sehr hohen Kosten und Herausforderungen konfrontiert. In grösseren Städten sowohl im In- und Ausland ist das leider gut zu beobachten. Beispiele wie London zeigen aber auch das Gegenteil: Dort gelingt es in Teilen der Stadt, das Quartierleben der ursprünglichen Dörfer weiter zu pflegen. Es sind dann meist diese Quartiere, die eine hohe Lebensqualität bieten. Föderale Autonomie ist dazu ein wichtiger Anreiz.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg.

4. Public-Forum

Das 4. Public-Forum findet am 26. Mai 2016 im Hotel Einstein Congress in St.Gallen statt. Beginn ist um 16 Uhr. Der Anlass schliesst um circa 17.45 Uhr mit einer Podiumsdiskussion und anschliessendem Apéro. Ausgewiesene Referenten gewähren den Gästen einen Einblick in ihre jeweilige Sichtweise. Es sind dies: Hanspeter Trütsch, Bundeshausredaktor SRF; Kurt Weigelt, Direktor IHK St.Gallen-Appenzell; Markus Ritter, Präsident Schweizer Bauernverband und Nationalrat; Eugen Arpagaus, Leiter Amt für Wirtschaft und Tourismus Kanton Graubünden. Die Begrüssung erfolgt durch Roland Schegg, Leiter Consulting Ostschweiz und Liechtenstein bei PwC. Weitere Infos zum Anlass sind unter www.pwc.ch/public zu finden. Eine Anmeldung ist bis spätestens 18. Mai möglich. Die Teilnahme ist kostenlos.

Einfach nur Rückenwind



konturmedia.ch

IVECO ISUZU



DAF



NATER
Staad | Gossau | Müllheim

5. Ostschweizer Grass**FORUM** 2016

«Pferd mit neuem Reiter» CEO neu – Unternehmen neu? Was geschieht bei einem CEO-Wechsel wirklich?

Informationen für Verwaltungsräte, Firmeninhaber und CEOs

Donnerstag, 2. Juni 2016, ab 18.00 Uhr
Einstein Congress, Berneggstrasse 2, 9000 St.Gallen

Anmeldung: stgallen@grassgroup.ch

LEADER-Spezialpreis: CHF 125.–
inkl. Parkticket und Apéro riche

Anmeldeschluss: 10. Mai 2016
(max. 100 Gäste möglich)

Gesprächspartner:

Patrik Gisel CEO Raiffeisen Schweiz

Albert M. Baehny VR-Präsident Geberit

Stefan Scheiber CEO Bühler

Markus Fuchs ehem. Internationaler Springreiter

sowie Gastgeber

Paul Beerli VR-Präsident Grass & Partner

GRASS

Outplacement – Bestplacement

Forumpartner

LEADER



Als CSIO-Club-Mitglied näher dran

Heuer findet der Longines CSIO Schweiz in St.Gallen vom 2. bis 5. Juni statt. Als Mitglied im CSIO-Club profitieren Sie von vielen Highlights: Sie lernen nicht nur die weltbesten Reiternationen und deren Spitzenreiter von nah kennen, sondern erhalten Einladungen zu gesellschaftlichen Anlässen während des Jahres und weitere VIP-Angebote.



Tauchen Sie vom 2. bis 5. Juni in die faszinierende Welt des Springsports ein.

Wer beim CSIO-Club Mitglied ist, ist ein wahrer Freund des Springsportes: Mit Ihrem jährlichen Beitrag von CHF 1000.– tragen Sie dazu bei, dass der Longines CSIO Schweiz in St.Gallen weiterhin zu einem der bedeutendsten Outdoor-Pferdesport-Anlässe der Schweiz und Europas zählt. Streichen Sie sich jetzt schon das erste Juni-Wochenende in Ihrem Kalender an – wir freuen uns, Sie im CSIO-Club willkommen zu heissen und Sie persönlich begrüssen zu dürfen.

Mit einem jährlichen Beitrag von CHF 1000.– helfen Sie mit, dass

- der CSIO Schweiz finanzielle Unterstützung erhält
- der bedeutendste Outdoor-Pferdesport-Event der Schweiz weiterhin in der obersten Klasse bestehen kann
- unsere Kinder die Gelegenheit haben, nicht nur von ihren Sport-Idolen zu träumen, sondern sie auch live zu erleben.

Als Mitglied des CSIO-Clubs profitieren Sie von folgenden Leistungen:

- laufend News aus der Welt des grossen Springsports per Mail
- Neujahrs-Apéro

Gäste verwöhnen

Wenn Sie den CSIO St.Gallen nutzen möchten, um in einem gediegenen, naturverbundenen und sportlichen Umfeld Kunden oder Freunde einladen und kulinarisch zu verwöhnen, dann haben Sie im schön hergerichteten Reitstadion Gründenmoos verschiedene attraktive Möglichkeiten zur Auswahl: Egal ob im eigenen Pagodenzelt als Partner-Corner oder Business-Lounge, in einer Sky-Box auf der Haupttribüne oder in der VIP-Lounge bzw. der VIP-Bar im grossen VIP-Zelt – Ihre Gäste werden begeistert sein. Informieren Sie sich unverbindlich auf csio.ch (Hospitality) oder per Telefon auf 071 274 66 99.

- Einladung zu Pressekonferenzen
- Dauereintritt auf Haupttribüne inkl. einem Mittagessen
- Gratis-Parking während des CSIO
- Teilnahme am Sponsoren-Schlussabend mit der Gelegenheit, neue gesellschaftliche und geschäftliche Kontakte zu knüpfen.

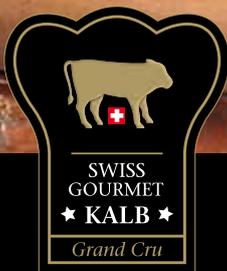
Anmeldung auf csio.ch oder per Post mit Angabe von Name/Vorname, Privat- und Firmenadresse, Telefonnummer(n), Email und ob Privat- oder Firmenmitgliedschaft gewünscht ist an:

CSIO St.Gallen AG
Fürstenlandstrasse 35, CH-9001 St.Gallen

Vater-Tochter-Tag

Für CHF 100 kann heuer zum ersten Mal ein Vater-Tochter-Ticket erworben werden: Es bietet einen Eintritt in die CSIO-VIP-Lounge für einen Erwachsenen und ein Kind bis 16 Jahre, ein reguläres und ein Kinder-Menü sowie einen spektakulär guten Blick aufs Geschehen. Natürlich beschränkt sich die Aktion nicht nur auf Töchter: Auch Söhne sowie Göttkinder sind herzlich willkommen.

Erst nach der Endkontrolle des Reifegrads, der Zartheit und dem Zuschnitt gibt Joël Suter, Metzgermeister Mérat Martigny, die Grand Cru Stücke für den Versand frei.



Leidenschaftliche Gaumenfreunden

Höchster Fleischgenuss für Ihre Gäste

In der Schweiz exklusiv bei:
www.merat.ch

merat
VIANDES & COMESTIBLES

EIN MITGLIED VON **SAVIVA**
Swiss Food Services

Schöne neue Arbeitswelt

Am 9. Juni 2016 findet in der Olma-Halle 9.1.2. in St.Gallen der 12. Ostschweizer Personaltag statt. Das diesjährige Thema: «Die neue Arbeitswelt und deren Auswirkungen auf das HR-Personalmanagement im digitalen Zeitalter».



Referentin
Sibylle Olbert-Bock

Den Auftakt zur Referentenrunde macht Petra Schmidhalter, Swisscom AG. Als Co-Leader von Future Work Experience und WorkSmart Coach beschäftigt sie sich bei der Swisscom mit dem Arbeitsplatz und der Zusammenarbeit von morgen. Der Zweite im Bunde ist Jörg Buckmann. Sein Referat zum Thema HR und Marketing verspricht kontroverse und provokative Aussagen, die zum Denken anregen.

Eine weitere Referentin kennt man vor allem auch von ihrem Bestseller: Anja Förster. Die selbstständige Unternehmensberaterin und Autorin hat zahlreiche Bücher geschrieben, unter anderem das Werk «Hört auf zu arbeiten!» Sibylle Olbert-Bock, Leiterin Kompetenzzentrum für Leadership und Personalmanagement der FHSG spricht darüber, wohin die Wege im digitalen Zeitalter des Personalmanagements noch führen können. Und der Deutsch-Amerikaner Patrick D. Cowden hat viel erlebt und war in zahl-

reichen führenden Positionen. Cowden lernte aber auch die Schattenseiten in der kapitalistisch orientierten Wirtschaft kennen. Inzwischen hat er die Seiten gewechselt und setzt sich für mehr Menschlichkeit in der Wirtschaft ein. Moderiert wird der Anlass von Marco Fritsche.

Der Anlass beginnt um 12 Uhr mit einem Stehlunch und «Themen-Inseln». Um 13.30 Uhr erfolgen dann die Begrüssung und der Auftakt durch Karin Egle, Leiterin Human Resources Kantonspolizei St.Gallen und Präsidentin Freie Erfa-Gruppe Personal Ostschweiz FEP. Nach dem letzten Referenten wird Sebastian Wörwag, Rektor der Fachhochschule St.Gallen, um 17.40 Uhr die Verabschiedung vornehmen. Anschliessend findet der HR-Today Networking-Apéro statt.

Weitere Infos und Anmeldung unter www.personaltag.ch



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

Klamauk statt Wahlen

Der amerikanische Wahlkampf trägt spezielle Blüten: Donald Trump sorgt dafür, dass täglich neue Schlagzeilen produziert werden.

Aufgrund der sozialen Medien verbreiten sich diese in Windeseile. Egal, wie unbedarft, kurios oder wirklichkeitsfremd die Aussagen sind, die ganze Welt kann sie kurz danach auf dem Handy lesen.

News, News, News...

Präsent zu sein ist alles, egal mit welchem Inhalt: Saubere Analyse und Diskussionen zu den Argumenten und Ideen der Kandidaten sind fast nicht mehr möglich. Die digitale Informationsfülle überfordert nicht nur besonnene User, sondern auch die Redaktionen. Der Rhythmus der News ist einfach zu hoch geworden.

Castingshows für Bundespräsidenten

Ähnlich sieht es derzeit in Österreich aus: Dort wird ein neues Staatsoberhaupt gewählt. Die Kandidaten müssen sich, wie die NZZ berichtet, vor laufender Kamera Tests stellen, die Castingshows gleichkommen. Ich habe nichts dagegen, dass die klügste, kompetenteste und eloquenteste Person gefunden wer-

den soll. Wenn die Tests aber darin bestehen, spontan einen Witz vorzutragen, äthiopische Fladenbrote korrekt zu essen oder Handyhüllen im Sinne eines Bastelwettbewerbs kreativ zu verzieren, zielt das Selektionsverfahren wohl am Ziel vorbei: Hier geht es mehr um Spiele und Klamauk statt um Wahlen.

Filmchen statt Profile

Doch auch bei uns werden Wahlkämpfe immer mehr auf medialen Nebenschauplätzen ausgetragen: Kurzweilige Filmchen eines überforderten Hausmanns sind wichtiger als Biografien und Profile zukünftiger Amts- und Würdenträger. Unterhaltsam sind solche Bilder alleweil, doch tragen sie zur Meinungsbildung bei, wer im Land die richtige Person für ein öffentliches Amt ist?

Wahl der Besten?

Zu bedenken gilt auch, dass es immer schwieriger werden dürfte, qualifizierte und erfolgreiche Personen für öffentliche Ämter zu gewinnen. Je mehr diese unsachlich kritisiert, unflätig beschimpft oder sogar bedroht werden, umso weniger werden sich solche zur Verfügung stellen.

Keiner kann ohne den anderen

Niemand kann so schön jammern wie Künstler – jedenfalls dann, wenn es darum geht, die viel zu niedrigen Subventionen vom Staat zu beklagen. Dabei ist es schon erstaunlich, warum Kunst überhaupt subventioniert werden muss.

von Stephan Ziegler

Künstler unterhalten sich gerne über Geld. Und besonders gerne darüber, wie man davon mehr bekommen könnte – also nicht vom ignoranten Markt, sondern vom fürsorgerischen Staat.

Dabei ist der Tenor meist derselbe: Kunst würde viel zu wenig gefördert, was die Künstler an ausreichender Kunstproduktion hindere, was natürlich eine Schande fürs Land und überhaupt ein Synonym für diese verfluchte neoliberale Profitorientierung sei. Darüber zu wehklagen, wie sehr der Staat seine Künstler am Bettelstab halte, gehört in diesem Milieu zum guten Ton.

Der österreichische Autor Christian Ortner stellt die berechtigten Fragen: Bringen denn höhere Subventionen tatsächlich mehr oder bessere Kunst zustande? Oder lähmen sie nicht eher die Kunstproduktion, weil sie die Beglückten satt und abhängig machen? Etwa wie wir es vom Sozialstaat oder aus der Entwicklungshilfe kennen: Schädigt am Ende eine Apanage durch den Staat die Kreativität des Künstlers so, wie Geldgeschenke aus dem Norden die Produktivität im Süden hemmen? Oder wie grosszügige Sozialhilfen den Arbeitswillen untergraben?

Diese Fragen müssen auch hierzulande erlaubt sein, weil ja jeder Franken Subvention an einen Künstler vorher einem anderen Bürger aus der Tasche gezogen werden muss. Vernünftige Politik sollte also strenge Massstäbe daran anlegen, wann eine derartige Umverteilung gerechtfertigt ist – und ob sie überhaupt notwendig ist. Wir sprechen hier nur von hochwertiger Kunst, die viele zu erfreuen vermag; Kunst zur Selbstverwirklichung gehört ohnehin in

den Privatbereich und hat an den Subventionströgen nichts verloren.

Ortner fragt sich etwa, warum jemand einen Roman schreibe. Es gebe darauf nur zwei Antworten: Entweder folgt der Autor einem inneren Drang, oder aber er schreibt, um Geld zu verdienen. Im ersten, therapeutischen Fall gibt es keinen Grund, diesen Prozess mit anderer Leute Geld zu fördern. Im zweiten erst recht nicht: Wer wegen des Geldes schreibt, muss halt so marktfähig schreiben, dass sein Einkommen seinen Erwartungen entspricht.

Warum soll diese Logik nicht auch für die Produktion von Musik, Theaterstücken, Gemälden gültig sein? Der Staat ist nicht dazu da, Kunst um des Künstlers Willen zu fördern. Der deutsche Maler Markus Lüpertz soll dies etwas drastisch so ausgedrückt haben: «90 Prozent der Scheisskunst, die uns umgibt, gibt es nur, weil sie gefördert wird.» Wer diesen erfrischenden Standpunkt vertritt – oder nicht laut genug niederschreit –, verfällt allerdings der sozialen Ächtung durch das Milieu der Wohlmeinenden.

Ein Grund dafür, dass Kritik an der staatlichen Umverteilung des Steuergeldes vom diesbezüglich mässig interessierten Bützer hin zum selbstverwirklichenden Nachwuchspoeten als anstössig gilt, liegt an dem einflussreichen Apparat, der sich in den letzten Jahrzehnten zur Verwaltung dieser Mechanismen aufgebläht hat. Die Behörde auf der einen Seite, Künstler auf der anderen: Sie bedingen sich gegenseitig, sind deshalb darauf bedacht, dem Gegenpart nicht ans Bein zu pinkeln und tun alles, um das herrschende System zu verteidigen. Keiner kann ohne den anderen.



LEADER 5/2016

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, Michael Götte, Dario Aemisegger, Axel Thoma, Konrad Hummler, Mirjam Bächtold, Eva Hediger, Rosalie Manser, Paul Beerli, Christian Barholet, Walter Locher, Sven Bradke
- Fotografie:** Stéphanie Engeler, Bodo Rüedi, Nick Lobek
- 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

12. OSTSCHWEIZER PERSONALTAG DO, 09. JUNI 2016

Olma Halle 9.1.2, 13.30 Uhr
www.personaltag.ch

Vorzugspreise für
Mitglieder FEP,
kauf. Verband Ost
und ZGP



Petra Schmidhalter



Jörg Buckmann



Anja Förster



Sibylle Olbert-Bock



Patrick D. Cowden



Marco Fritsche
Moderation

PERSONALMANAGEMENT IM DIGITALEN ZEITALTER

Details und Online-Anmeldung
www.personaltag.ch

Patronat



Hauptsponsor



Mediensponsor



ostschweizer

personaltag



KONVENTIONEN STILVOLL BRECHEN



CADILLAC CTS



CADILLAC SRX



CADILLAC ATS



Cadillac

CADILLAC JETZT IN DER LIGA ST.GALLEN

CADILLAC ATS SEDAN 2,0 l Turbo, 1998 cm³, 203 kW/276 PS, 353 Nm. Offizieller Treibstoffverbrauch (l/100 km): 8,2 l bis 8,6 l; offizielle spezifische CO₂-Emission (g/km): 190 g bis 199 g. Effizienzklasse: G, CADILLAC CTS SEDAN 2,0 l Turbo, 1998 cm³, 203 kW/276 PS, 400 Nm. Offizieller Treibstoffverbrauch (l/100 km): 8,5 l bis 9,1 l; offizielle spezifische CO₂-Emission (g/km): 198 g bis 212 g. Effizienzklasse: G, CADILLAC SRX 3,6 l, 3564 cm³, 234 kW/318 PS, 360 Nm. Offizieller Treibstoffverbrauch (l/100 km): 10,8 l; offizielle spezifische CO₂-Emission (g/km): 252 g. Effizienzklasse: G. Durchschnittliche CO₂-Emission aller in der Schweiz verkauften Neuwagen: 148 g/km.