

ZANOTTA AG Ökologie lohnt sich.

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



Kantonsratspräsident Markus Straub:

«Der Staat ist
nicht zu bremsen»

Seite 44

In dieser Ausgabe:

Remo Daguati, Philipp Schwander,
Karl Müller, Roger Bechtiger,
Anja Förster, Claude Longchamp

Schwerpunkt Innovationen

Wer Innovationen schaffen will, muss nicht das Rad neu erfinden, sondern darüber nachdenken, wie man auf der Grundlage des Rades etwas Neues kreieren kann. Kann dies der Ostschweiz gelingen?

Ab Seite 10

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 Masstab.

kaboom.ch



Zwischen Hurratriotismus und Visionslosigkeit

Rund um die geplante Expo2027 in der Ostschweiz ist ein heftiger Grabenkampf entstanden. Auffällig dabei ist, dass dieser Krieg nicht entlang der bekannten politischen Linien rechts und links verläuft. Im Gegenteil: Gerade in liberalen Kreisen herrscht eine grosse Uneinigkeit. Während viele «alte Haudegen» der FDP geradezu euphorisch auf die Idee einer Landesausstellung reagieren, ist es eine Reihe von jungen Liberalen, die sich zögernd bis klar ablehnend verhalten. Die Frage aller Fragen dabei ist: Bringt eine Expo, die ja unwidersprochen viel Geld kostet, wirklich einen so grossen Nutzen für unsere Region? Oder dient sie nur der finanziellen Sättigung ansässiger Konzepter und Eventplaner und der Selbstdarstellung der regionalen Politiker?

Theoretisch könnte man diese Frage ganz nüchtern und wissenschaftlich angehen und beantworten. Und zwar, indem man die Region der Expo02 unter die Lupe nimmt und schaut, wie sie sich in den doch rund 14 Jahren seither entwickelt hat. Und da bleibt festzustellen, dass die Expo-Befürworter den Beweis bisher schuldig geblieben sind, dass eine solche Ausstellung der nationalen Superlative einen nachhaltigen Boom in einer Region auszulösen vermag. Im Gegenteil: Die wenigen bekannten relevanten Kennzahlen sprechen nicht für einen bleibenden Effekt. Andererseits kann man auch sagen: Die Ostschweiz hat es ja in der Hand, es besser zu machen als die Ausrichter der letzten Expo. Oder ist eine Landesausstellung vielleicht wirklich, wie aus einigen Kreisen konstatiert, ganz grundsätzlich eine Präsentationsform der Vergangenheit, die heute keinen Platz mehr hat?

Als «Hurratriotismus» wurde in sozialen Medien das Engagement verdienter Politiker für eine Expo2027 bezeichnet. Visionslosigkeit wurde umgekehrt den ablehnenden Stimmen vorgeworfen. Der LEADER gibt in dieser Ausgabe einem Expo-Kritiker das Wort, der Fakten und Zahlen liefert. Wir verstehen das als längst fälligen konkreten Beitrag, der den Startschuss zu einer echten Debatte bildet – über Schlagworte hinaus.

Natal Schnetzer
Verleger

Anzeige

Oper
Le Cid, Jules Massenet
Klosterhof

Tanz
Rosenkranz, Cathy Marston
Kathedrale

Konzert
El Cids Iberia

11. St. Galler
Festspiele
24. Juni
bis 8. Juli 2016
www.stgaller-festspiele.ch
Tickets 071 242 06 06

Presenting Partner
CREDIT SUISSE

Hauptsponsoren
helvetia Audi

Medienpartner
TAGBLATTMEDIEN Neue Zürcher Zeitung LEADER

Ticketing Partner
staricket

Zufriedenheit ist inbegriffen bei
unseren Komplettlösungen mit Service.

Drucklösungen nach Mass
Dokumenten Management
Service und Finanzierung

Erleben Sie's selbst.
Unser Bündner und Engadiner Team
ist für Sie da:

Malans 081 307 30 30
Scuol 081 850 23 00



WIR NEHMEN QUALITÄT PERSÖNLICH.



Sky-Frame ist Gewinner des S-GE Swiss Export Award 2016

Der Export Award 2016 vom Switzerland Global Enterprise (S-GE) ging an Sky-Frame für ihr Exportprojekt in den USA. Das Unternehmen eröffnete 2014 seine US-Filiale mit eigenem Showroom. Für diesen Markteintritt vergab die unabhängige Jury aus Wirtschafts-, Wissenschafts- und Medienvertretern den Export Award in der Kategorie «Step In». Verliehen wurden die Preise von Ruth Metzler-Arnold, Verwaltungsratspräsidentin von Switzerland Global Enterprise, im Rahmen des alljährlichen Aussenwirtschaftsforums.



- 08 Roland Rino Büchel**
Helvetische Wohlstandsverwahrlosung
- 10 Die Ostschweiz unter Druck**
Innovation bedeutet nicht
«mehr vom Gleichen»
- 12 Innovationsstandort im Überblick**
Die wichtigsten Akteure der Region
- 14 Berater Remo Daguati**
«Man kann mit dem letzten Platz zufrieden
sein, aber...»
- 17 Axel Thoma**
Welche Medien dürfen es sein?
- 20 Weinexperte Philipp Schwander**
«Es gibt zu viele Amateure in unserer Branche»
- 27 Regierungsrat Martin Klöti**
Der feinsinnige Freisinnige

- 28 Otto Keller AG**
Aus Ackermännern werden Klimamacher
- 29 Conny Burgermeister**
Mit Outsourcing Freiräume schaffen
- 31 Expo 2027**
Warum sie schlecht für die Ostschweiz wäre
- 34 Auf göttliche Tore**
AFG Arena wird zum kybunpark
- 37 kybun AG**
Die Bewegungs-Hungersnot
- 40 Architekt Roger Bechtiger**
Hinter der Fassade
- 42 Kongressstandort**
Zusammenspannen, um zu überleben
- 44 Kantonsratspräsident Markus Straub**
«Ein Schlag in die Magengrube»



20



27



60



34

- 49 Unternehmensberaterin Anja Förster**
«Es gibt entweder schnelle oder tote Firmen»
- 52 Gemeinsam rekrutieren**
Initiative «Arbeitsplatzstandort: Gemeinsam stärker!»
- 56 Gesundheitswesen als Wirtschaftsfaktor**
Der Markt der Zukunft
- 60 Fabrina Cerf, Forum BGM**
«Massnahmen müssen nicht teuer sein»
- 63 Kantonsrat Walter Locher**
Falsche Annahmen und reale Auswirkungen
- 63 Paul Beerli, Grass & Partner AG**
Mehr Substanz und Spass
- 78 Politikwissenschaftler Claude Longchamp**
Das Chaotische der öffentlichen Kommunikation
- 82 Schlusspunkt**
Die Kleinen hängt man...

Markt/Publireportagen

- 02 Ka Boom
- 04 Cofox
- 18 Permapack AG
- 24 WILHELM
- 30 Jungunternehmerforum
- 38 Emil Frey AG
- 50 Ostschweizer Personaltag
- 54 Klinik Schloss Mammern
- 58 Oberwaid AG
- 62 Bildungszentrum Wirtschaft Weinfelden
- 68 Cosmopolitan Vermögensverwaltungs AG
- 72 WIFI Vorarlberg
- 74 BBZ Arenenberg
- 76 Convention Partner Vorarlberg
- 83 Nacht des Ostschweizer Fussballs
- 84 Wirtschaftsforum Thurgau

Lichter aus für die AFG



Oehlers Arena wird zu Müllers Park. Eine starke Marketinggeschichte findet damit ihre konsequente Fortsetzung.

von Marcel Baumgartner

Das hat sich Edgar Oehler wohl in seinen kühnsten Träumen nie vorgestellt, dass aus «seiner» Arena dereinst ein Park wird. Der Patron setzte sich vor mehr als zehn Jahren selber ein Denkmal, indem er als damaliger CEO der Arbonia-Forster-Gruppe entschied, die Namensrechte des neuen Fussballstadions in St. Gallen für zehn Jahre zu erwerben. Natürlich wollte er damit die drei Buchstaben AFG bekannter machen. Natürlich war es eine Geschichte wie aus einem Marketinglehrbuch. Aber wer Oehler kennt, der weiss auch, dass er damit selber ein Zeichen für die rasante Entwicklung des Unternehmens unter seiner Führung setzen wollte – die Leuchtschrift war gewissermassen sein permanentes Rampenlicht. Doch nun erlöschen die Lichter der AFG in der Stadt St. Gallen – und das vor der vereinbarten Vertragsdauer (siehe Artikel in dieser Ausgabe).

Um Edgar Oehler ist es mittlerweile ruhiger geworden. Die AFG durchlebte – unter anderer Führung – äusserst turbulente Zeiten. Es wurde umgebaut, abgestossen und konzentriert. Und es war kein Geheimnis, dass mit dem Abgang von Oehler auch die Zukunft der drei Buchstaben auf der St. Galler Arena zu bröckeln begannen. Konkrete Zahlen wurden nie genannt, aber die Werbemassnahme dürfte die Firmengruppe jährlich rund eine Million Franken gekostet haben. Zu viel Geld, wenn man sowohl intern wie auch extern Sparmassnahmen und Umstrukturierungen verkünden und vertreten muss.

Es passt zum Image des quiriligen MBT-Erfinders Karl Müller, dass er nicht nur den Begriff «AFG» entfernen lässt, sondern gleich auch noch die «Arena». Und es ist ein geschickter Schachzug des Thurgauers: Wenn schon viel Geld in eine solche Partnerschaft gepumpt wird, dann soll bitte schön auch alles Alte dem Neuen weichen. Und irgendwie werden wir zurückhaltenden Ostschweizer, die selten protzen und sich nie vordrängen, unserem Bild einmal mehr gerecht: Wo sonst würde man nach zehn Jahren ein Bauwerk dieser Grössenordnung von einer Arena zu einem Park zurückstufen?

Marcel Baumgartner ist LEADER-Chefredaktor

Helvetische Wohlstandsverwahrlosung

Die Wohlstandsverwahrlosung schreitet zügig voran. Das zeigen die Aussagen der Urheber der Initiative für ein «bedingungsloses Grundeinkommen». Gut, dass das irrwitzige Thema auf dem Tisch ist. Schade, dass die Diskussion nicht intensiver ist.

von Roland Rino Büchel

«Jede Frucht muss faulen, ehe sie mithilfe ihres Keimes wieder neu reifen kann. Die Faulheit ist nicht Sünde, sondern einer der Gründe, dass das Neue in die Welt kommt.» Das schreiben die Befürworter in ihrem Buch. Das Prinzip würde auch für Menschen gelten.

In der Schweiz soll jeder Erwachsene, ohne einen Finger zu krümmen, monatlich 2500 Franken und jedes Kind 625 Franken erhalten. Ein konkretes Beispiel dazu: Ein Familienhaushalt mit drei Kindern (eines minderjährig, zwei erwachsen) bekäme von Papa Staat 10 625 Franken. Jeden Monat, einfach so. Eine eigentliche Völkerwanderung ins vermeintliche Paradies wäre sicher. Abgesehen davon ist es schwierig festzustellen, was alles auf uns zukäme.

Faul, fauler, am faulsten

Faule Äpfel, mehr davon! Ein derartiger Unsinn kann sich nur in den Köpfen der Jungsozialisten entwickeln – könnte man meinen. Doch die Väter der Idee sind nicht Rote, die noch grün hinter den Ohren sind. Es sind andere, nämlich gestandene «Intellektuelle»: Dr. Oswald Sigg ist der bekannteste Mann im Initiativkomitee. Er amtierte während 29 Jahren als Informationschef von vier Bundesräten und Sprecher des Gesamtbundesrats. In Bern begegne ich dem ehemaligen Vizekanzler dann und wann. Der Altlinke wohnt in dem Quartier, wo auch ich eine kleine Bleibe habe.

Sigg & Co. würden mit ihrer Illusion Kosten von über 200 Milliarden Franken verursachen. Jährlich, notabene. Dies entspricht drei Mal dem gesamten Bundesbudget und ist sogar den Jusos zu viel. Sie haben die Nein-Parole gefasst. Ihr Gegenprojekt ist auch nicht ohne: Sie wollen nicht gar nichts tun, sondern nur wenig. Und die Wochenarbeitszeit auf 25 Stunden reduzieren. Halbfauler Äpfel sind für sie das Ei des Kolumbus.

Arbeit statt Müssiggang

Eine florierende Wirtschaft basiert nicht auf Müssiggang. Faule Äpfel muss man aussortieren – und nicht heranzüchten! Anders als Jungsozialisten und pensionierte Chefbeamte wissen wir Ostschweizer, dass der Wohlstand einer Gesellschaft auf der Arbeitskraft und dem Einsatz jedes Einzelnen beruht. Ich freue mich schon darauf, mit Sigg & Co. auf das Resultat anzustossen. Ich werde ein paar «Büezer-Bier» von der Rheintaler Sonnenbräu mitnehmen. Den kühlen Schluck gibt es aber erst nach getaner Arbeit. Denn ein bedingungsloses Freibier schmeckt nicht so gut wie ein redlich verdientes.

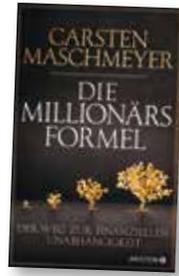
Wir trinken das Feierabendbier jedoch nicht erst Ende Woche. Sondern, aus Rücksicht, schon am Mittwochabend. Für die 25-Stunden-Jusos ist die Wochenarbeit dann bereits erledigt. Prost!

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



Buchtipp:

Traditionelle Geldanlagen funktionieren nicht mehr. In der Nullzinswelt haben die alten Gesetze des Vermögensaufbaus ihre Gültigkeit verloren. Noch nie war es so schwierig, sein Geld anzulegen und zu vermehren. Und trotzdem: Jeder kann die finanzielle Unabhängigkeit erreichen. Dieser Meinung ist zumindest Carsten Maschmeyer in seinem Buch «Die Millionärsformel: Der Weg zur finanziellen Unabhängigkeit». Maschmeyer ist einer der bekanntesten deutschen Finanzprofis: Er baute die Finanzvertriebsgesellschaft AWD auf.

**Zitat des Monats:**

«Zwei weitere Wochen Wahlkampf – und Esther hätte es geschafft.»

Toni Brunner über die knappe Wahlniederlage seiner Partnerin Esther Friedli. Die 38-Jährige konnte sich im Kampf um den St.Galler Regierungsratssitz nicht gegen den FDP-Kandidaten Marc Mächler durchsetzen.

Weintipp:

Sauvignon Blanc Sottomonte 2013
Weisswein, Pinot Grigio, Italien. Sehr schwierig im An- und Ausbau, gerade deshalb eine grosse Herausforderung und Genugtuung: vollmundig, buttrig, weich und ausgewogen. Alkohol und Säure sind trotz viel Druck und Lebhaftigkeit unaufdringlich, die zarten aromatischen Sauvignon Noten kommen nicht zu kurz. Einzelflasche erhältlich für CHF 27 unter anderem bei vogelsangerweine.ch.



330 Projektideen...

...sind für den Ideenwettbewerb für das 150-Jahre-Jubiläum der St.Galler Kantonalbank eingegangen. Die Öffentlichkeit kann nun auf www.150jahre.ch bis zum 12. Juni über ihr Lieblingsprojekt abstimmen. Parallel dazu setzt sich die Jury zusammen, um die 30 besten Projekte zu erküren. Ende Juni fällt der definitive Entscheid, welche das Rennen machen und die Unterstützungsfinanzierung der SGK von bis zu 100 000 Franken gewinnen.

**Chefsessel:**

Die Delegierten der SVP St.Gallen wählten an ihrer Hauptversammlung Mitte Mai einen neuen Präsidenten. Herbert Huser gab dieses Amt nach vier Jahren ab. Zur Auswahl standen drei Kandidaten. Gewählt wurde im 2. Wahlgang Kantonsrat Walter Gartmann aus Mels. Er wird sein Amt per 1. Juni 2016 antreten. Der neue Kantonalpräsident ist Sarganserländer, 47 Jahre alt, verheiratet und Vater von vier Kindern. Gartmann ist bereits seit

1997 Mitglied der SVP und ist seit 2004 mit Unterbrüchen Fraktionsmitglied. Seit 2015 ist der selbstständige Unternehmer Mitglied der Finanzkommission im Parlament. Gartmann will sich für die Beibehaltung und Umsetzung einer konsequenten SVP-Haltung einsetzen. Neben seiner politischen Arbeit stehen für ihn die aktive Zusammenarbeit und Unterstützung der Ort- und Kreisparteien im Zentrum seiner zukünftigen Aufgabe. Er wünscht sich eine lebendige und aktive SVP im Kanton St.Gallen – ein Vorhaben, das er in den letzten Wahlkämpfen bereits erfolgreich umsetzen konnte.

Kopf des Monats:

Andreas Hartmann, KGV-Präsident

Zum 127. Mal trafen sich die Delegierten des Kantonalen Gewerbeverbandes St.Gallen (KGV) Anfang Mai zur ordentlichen Delegiertenversammlung. Andreas Hartmann aus Rorschach wurde zum neuen Präsidenten gewählt. Sein Vorgänger Hans M. Richle prägte während zehn Jahren als Präsident den grössten Arbeitgeber- und Wirtschaftsverband des Kantons St.Gallen mit über 8700 Mitgliedern. Aufgrund der Amtszeitbegrenzung trat er an der 127. Delegiertenversammlung in Buchs zurück. Einkaufstourismus, Minderinitiative, Euromindestkurs sind nur einige der Ereignisse während Richles Amtszeit, die niemand beeinflussen konnte – und doch halten die Folgen davon das Gewerbe noch heute in Trab. «Wir sind dazu aufgefordert, als Menschen, aber auch als Unternehmer stets gewappnet zu sein, umzudenken, innovativ und mutig zu handeln», konkludierte der Präsident in seiner letzten Begrüssungsrede.

Mit Kantonsrat Andreas Hartmann geht das Präsidium des Gewerbeverbandes zum ersten Mal in die Hände eines Arztes. Die Ziele für sein Präsidialamt steckt Hartmann hoch: «Der Staat muss dem Gewerbe weit gesteckte Rahmenbedingungen vorgeben. Dazwischen soll möglichst viel kreativer Handlungsfreiraum mit Platz für Eigeninitiative des Gewerbes entstehen. Steuern sollen faire Nachfolgeregelungen zulassen, die Verkehrsinfrastruktur schnelle Transportwege – und die Berufsbildung wichtiger Garant für zukunftsorientiertes Gewerbe bleiben. Für diese Punkte werde ich mich gemeinsam mit meinem Vorstand starkmachen». Nach 19 Jahren im Vorstand des KGV, zehn davon als Vizepräsident, trat Armin Eugster ebenfalls zurück. Des Weiteren traten Beat Jud und Hanspeter von Rotz aus dem Vorstand zurück. Martin Gämperle aus Lichtensteig, Paul Scheiwiler aus Waldkirch und Yvonne Suter aus Rapperswil-Jona wurden zu ihren Nachfolgern gewählt.



Innovation bedeutet nicht «mehr vom Gleichen»

Wer Innovationen schaffen will, muss nicht das Rad neu erfinden, sondern darüber nachdenken, wie man auf der Grundlage des Rades etwas Neues kreieren kann. Die Ostschweiz ist heute zu beschäftigt damit, atemlos zuzuschauen, was erfolgreiche Wirtschaftsstandorte tun. Die Besinnung auf die eigenen Qualitäten und die bewusste Reduktion auf das, was wirklich möglich ist, eröffnen mehr Chancen als eine «Wir auch»-Strategie.

Keine Frage: Ein Standort, der im grossen Stil zusätzliche Arbeitsplätze schaffen will, braucht die entsprechenden Strukturen. Das fängt beim Raumangebot an und geht über die Verkehrsanbindung bis hin zur Vernetzung mit bestehenden «Mitspielern» in Forschung und Entwicklung. Der ausgewiesene Standortspezialist Remo Daguati führt diese Zusammenhänge im Interview in dieser Ausgabe sehr schön aus. All das, was es braucht, um für internationale Unternehmen attraktiv zu sein, entsteht nicht über Nacht: Einem klaren Bekenntnis und einer ausgefeilten Strategie folgt Knochenarbeit über Monate und Jahre.

Wie wird man unersetzlich? Indem das, was man anbietet, einzigartig ist. Was macht einen Standort einzigartig? Die Antwort ist denkbar einfach.

Kaum nachhaltig

Allerdings hat ein Standort, der diese «Hausaufgaben» gemacht hat, erst eine Hülle. Sie mit Leben zu füllen, vor allem aber sie nachhaltig mit Leben zu füllen, ist nicht weniger schwierig. Kurzfristig Erfolge erzielen ist mit weniger Aufwand möglich. Als Beispiel kann Irland dienen: Zu Beginn der 2000er Jahre entstanden vor allem im Umland der grösseren Städte moderne Geschäftsbauten, in denen sich Konzerne aus aller Welt einnisteten, darunter sehr klangvolle Namen. Von hier aus betrieben sie Dienstleistungszentren wie beispielsweise Call Centers. Angelockt wurden sie mit Angeboten wie «keine oder kaum Steuern in den ersten fünf Jahren» und Bewilligungsverfahren für Bauten, die diesen Namen kaum verdienten.

Die Unternehmen, die kamen, zeigten sich überaus dankbar – zunächst. Inzwischen sind viele von ihnen nicht mehr auf der grünen Insel. Warum auch? Ein internationales Call Center kann man von über-

all auf der Welt aus betreiben. Nach dem Ablauf der Steuerparadies-Frist war es für so manchen Konzern günstiger, den Glaspalast im Vorort von Dublin einfach zu verlassen und in Osteuropa ein neues Gebäude hochzuziehen, als zu bleiben. Das war beileibe nicht das einzige Problem des damals hochgelobten «Celtic Tiger», der danach nah am Ruin war – aber eines davon.

Sich unersetzlich machen

Der Denkfehler damals war, es reiche, das zu günstigeren Konditionen anzubieten, was alle andern auch anbieten können. Wer das tut, muss sich bewusst sein, dass er über Nacht unterboten werden kann. Der LEADER hat – und wird es auch weiterhin tun – stets der steuerlichen Attraktivität für Unternehmen das Wort gesprochen: Standorte, die Firmen über Gebühr schröpfen, haben es verdient, wenn man ihnen den Rücken kehrt. Aber wer das als einzigen Trumpf spielt, baut auf einem wackligen Fundament. Für Standorte gilt, was Unternehmen auch wissen: Für den Erfolg muss man sich selbst unersetzlich machen.

Wie wird man unersetzlich? Indem das, was man anbietet, einzigartig ist. Was macht einen Standort einzigartig? Die Antwort ist denkbar einfach: Jeder Standort für sich IST bereits einzigartig, es gibt ihn ein einziges Mal. Es ist keine erfolgsversprechende Strategie, zu schauen, wie es «die andern» machen und dann zu versuchen, das Modell zu übernehmen. Zum einen reiht man sich so einfach in die Liste vieler Standorte, die gleich ticken, zum andern ist das Ergebnis selten authentisch und damit schlecht vermarktbar. Natürlich könnte die Ostschweiz, um ein fiktives Beispiel zu nennen, aus dem neidvollen Blick nach Basel heraus schon morgen verkünden, nun zum Pharma-Cluster zu werden. Allerdings fehlt der Region jede Grundlage dafür, und die Absicht lässt sich auch nicht sinnvoll «verkaufen», weil die Ostschweiz keine entsprechende Historie hat.



Als Beispiel kann Irland dienen.

Zukunft vs. Wurzeln

Es sind wohl genau diese Überlegungen, die umgekehrt dazu führen, dass man als Standort an der Tradition festhalten will. St.Gallen, das einstige globale Textil-Mekka, suhlt sich gern im Glanz vergangener Zeiten. Nur lässt sich leider mit der klassischen Textilindustrie heute nicht mehr viel Staat machen. Also haben wir einerseits Zukunftsfelder, in denen St.Gallen nicht verankert ist, und andererseits starke Wurzeln, die heute aber nicht mehr gefragt sind. Eine Lose-lose-Situation gewissermassen.

Könnte aus der Verbindung von textiler Tradition und Hightech etwas ganz Neues entstehen?

Oder eben auch eine Gelegenheit, wenn man sich nicht nur fragt, was man mitbringt, sondern wie das in die heutige Zeit passt. In St.Gallen werden nie wieder Textilien für die breite Masse produziert, und auch der weltweite Handel mit Textilien wird nie wieder von hier aus gesteuert. Aber wir tragen weiterhin Kleidung. Diese wird zunehmend neue oder zusätzliche Funktionen übernehmen. Es gibt heute Socken mit Chips, damit sich der gestresste Businessmann nicht mehr überlegen muss, welche zwei Socken zusammengehören. Es gibt Sportbekleidung, die ebenfalls per Chips mit Fitness-Apps verbunden ist oder die den Pulsmesser bereits beinhaltet. Warum sind eigentlich Armee-Uniformen heute noch so «dumm» und nicht mit Informationstechnologie vollgestopft? Wie sieht es mit Berufsbekleidungen aus, könnte sie allenfalls mehr «können», als nur vor der Witterung oder giftigen Materialien schützen? Mit anderen

Worten: Könnte aus der Verbindung von textiler Tradition und Hightech etwas ganz Neues entstehen?

Storytelling

Natürlich sind das Gedanken, die sich nicht in erster Linie die Verantwortlichen des Wirtschaftsstandortes machen müssen, sondern Unternehmen. Sie sind es, die Bedürfnisse und Nischen erkennen und auf der Grundlage von Forschung und Entwicklung mit Produkten reagieren. Aber wie viele Unternehmen sind heute weltweit auf der Suche nach einem neuen Standort? Wie viele Standorte bieten sich umgekehrt an? Es macht gerade für eine Region, die nicht zwingend zuoberst auf der Liste der Unternehmen steht, wenig Sinn, sich überall offensiv anzubieten. Das bindet Kräfte, und der Streuverlust ist riesig.

Viel chancenreicher ist es, sich Unternehmen, die in der beschriebenen Schnittstelle tätig sind, mit geschicktem Storytelling rund um Textilien im Zeitalter des Hightech zu präsentieren. Noch einmal: Das Marketing ersetzt die Hausaufgaben nicht. Ohne geeignete Areale, ohne einen «Innovationspark», wie auch immer dieser aussehen mag, ohne den Einbezug bestehender Anbieter, von der Universität bis zum Kantonsspital, wird es schwierig bis unmöglich, wirklich grosse Ansiedlungserfolge zu erzielen. Aber selbst wenn diese Checkliste abgearbeitet ist, bleibt die grosse Frage: Wer sind wir, und wie verkaufen wir, was wir sind?

Auf diese Fragen gibt es Antworten. Es muss sie nur jemand angehen.

Text: Stefan Millius

Bild: Archiv

Innovationsstandort Ostschweiz

Die Ostschweiz ist durchaus innovativ. Nur ist sie es oftmals im Verdeckten. Vermehrt sollen Netzwerke dazu beitragen, dass die entsprechenden Innovationen auch das Tageslicht erblicken und entsprechend gefördert werden. Nachfolgend eine Übersicht über die wichtigsten Akteure im Forschungs-, Bildungs- und Förderbereich.



Bereich	Nr.	Organisation/Programm	Trägerschaft					Öffentl. Finanzierung durch			
			Privatwirtschaftlich	Gemeinden / Regionen	Kantonal	Bund	International	Gemeinden / Regionen	Kantone	Bund	International
Grundlagenforschung	1	Universität St.Gallen			✓		✓ (einz. Labs)		✓	✓	
	2	Forschungszentrum Kantonsspital St.Gallen			✓					✓	
	3	Empa, Materials Science & Technology				✓				✓	
Förderprogramme Grundlagenforschung		Schweizerischer Nationalfonds (SNF)				✓				✓	
		Horizon2020					✓			✓	✓
Angewandte Forschung & Entwicklung	4	FHS St.Gallen [interkantonal]			✓				✓	✓	
	5	HSR Rapperswil [interkantonal]			✓				✓	✓	
	6	NTB Buchs [interkantonal]			✓				✓	✓	
	7	HTW Chur [interkantonal]			✓				✓	✓	
	8	RhySearch			✓		✓ (FL)		✓	✓	✓ (FL)
	9	Inspire-IRPD				✓			✓	✓	
	10	Internationale Bodensee-Hochschule IBH					✓		✓	✓	✓
Förderprogramme F&E		Kommission für Technologie und Innovation KTI				✓				✓	
		Horizon2020					✓			✓	✓
Wissens- und Technologie-Plattformen		National Thematische Netzwerke NTN (Innovative Oberflächen, SwissPhotonics uam)				✓				✓	
	10	Internationale Bodensee-Hochschule IBH					✓		✓	✓	✓
		Innovationszellen (Kunststofftechnik, Textil uam) [interkantonal]			✓				✓		
	11	Verein Mikro- und Nanotechnologie Euregio Bodensee MNCB [interkantonal]	✓								
Innovations- und Technologiezentren	12	STARTFELD Innovationszentrum	✓	✓				✓			
Start-ups/KMU	12	STARTFELD [interkantonal] für Kantone AI, AR, SG	✓		✓			✓	✓	✓	
	13	Jungunternehmerzentren Flawil, Gossau, Wattwil, Wil für Region Fürstenland/ Toggenburg		✓				✓	✓		
	14	Startnetzwerk Thurgau für Kanton Thurgau			✓				✓		

(nicht in der Ostschweiz örtlich darstellbare Programme u.ä. ohne Nummer)

Remo Daguti:

*«Es ist nicht zufriedenstellend.
Aber es ist eine Frage
der Erwartungshaltung.»*



«Man kann mit dem letzten Platz zufrieden sein, aber...»

Seit über zehn Jahren ist es die Mission von Remo Daguati, Wirtschaftsstandorte zu «verkaufen». Seit einigen Monaten tut er das auf eigene Rechnung: Mit seiner Firma LOC Consulting berät er Standortorganisationen, Non-Profit-Organisationen und Eigentümer von Entwicklungsflächen. Der Ostschweiz räumt der Standortspezialist Potenzial für die Zukunft ein – aber nur, wenn sie sich entschieden für eine Wachstumsstrategie entscheidet.

Remo Daguati, beginnen wir mit den positiven Seiten. Wenn Sie auf Ihre Jahre im St.Galler Amt für Wirtschaft zurückblicken: Was lief hier gut?

Es gibt einen Bereich, in dem St.Gallen damals klar eine Pionierrolle eingenommen hat: bei der Aufbereitung wirtschaftlicher Schwerpunktgebiete. Da waren wir neben dem Kanton Bern führend, und das wird auch heute noch zur Kenntnis genommen. Wir haben uns sehr gezielt um unsere Produkte wie bestimmte Immobilien gekümmert, wir haben Grundstücke mit grossen Nutzungsreserven bereitgehalten, sodass wir bei der Abwicklung von Ansiedlungsverfahren schnell waren. Damit haben wir einige unserer Standortnachteile überkompensiert, und das war damals der Schlüssel für einige grosse Ansiedlungen.

«Die Ostschweiz taucht auf Rang 5 auf. Das klingt zunächst gar nicht so schlecht. Allerdings gibt es leider nur fünf Plätze.»

2011 haben Sie zur damaligen Osec, der heutigen Switzerland Global Enterprise (S-GE), gewechselt und haben dort den Ausbau der nationalen Standortpromotion betraut. Ihre eigene Heimatstadt war damit plötzlich nicht mehr Ihre Aufgabe.

Stadt und Kanton St.Gallen wurden durch diesen Wechsel sozusagen zu meinen Kunden. Aber entscheidend war vor allem, wie sich meine Perspektive verändert hat: Wir haben bei S-GE jeden Tag ein internationales Investitionsprojekt, bei dem Interesse an der Schweiz bestand, an die Verantwortlichen in den fünf Wirtschaftsregionen und den 26 kantonalen Standortförderungsorganisationen weitergeleitet. Ich habe in dieser Position den Blick aufs grosse Ganze erhalten und musste zusehen, wie die Zahl der möglichen Ansiedlungsprojekte laufend zurückging. In den vergangenen zehn Jahren ist sie um etwa die Hälfte geschrumpft; die Zahl der Arbeitsplätze, die mit solchen

Projekten verbunden ist, sank gar um 80 Prozent. 2015 konnte der negative Trend endlich gestoppt werden, es werden aber insgesamt kleinere Brötchen gebacken.

Das sind keine Zufallswerte, das ist eine klare Abwärtsentwicklung. Welches sind die Gründe?

Die Finanzkrise 2008 hat Europa schwer getroffen. Man muss sich vor Augen führen: Ein Investor auf der Suche nach einem Standort schaut sich an, wie eine Region heute da steht, er interessiert sich aber auch für Ihre Zukunftsaussichten. Mit Blick auf Europa hiess das damals: eine massive Verschuldung und eine Bevölkerungspyramide mit einer starken Überalterung. Damit war unser Kontinent einfach nicht mehr «the place to be». Umso wichtiger ist es bei diesen Voraussetzungen, dass man als Standort das mitbringt, was ein Investor von einem verlangt. Und das ist nicht mehr dasselbe wie einst.

Was hat sich denn verändert?

Zunächst einmal hat man heute bei einer Anfrage eines Interessierten nicht mehr wie früher zwei bis drei Wochen Zeit für eine Reaktion, heute muss man in vier bis 48 Stunden alle relevanten Informationen in unterschiedlichsten Weltsprachen liefern können. Das fordert ein Umdenken und eine Anpassung der Prozesse bei allen Akteuren. Dann verlagert sich alles immer stärker in den Bereich Hightech; hier wird die grösste Wertschöpfung erzielt. Ein Standort muss also aufzeigen, dass er in den Technologieschwerpunkten wie Life Science, IT und auch MEM über Forschungsnetzwerke, Innovationshubs und qualifizierte Leute verfügt. So ist man im Rennen. Das ist aber auch der Grund dafür, dass mit Blick auf die Schweiz die Musik heute klar in der Region Genf-Lausanne spielt.

Was hat die Region am Genfersee den anderen voraus?

Der Schlüssel zum Erfolg ist die EPFL, die technischnaturwissenschaftliche Universität in Lausanne: Sie



Zur Person

Remo Daguati (*1975) hat von 2004 bis 2007 das Standortmanagement des Kantons St.Gallen geleitet. Danach stand er bis 2011 an der Spitze des Amtes für Wirtschaft. Bis Ende 2015 war Daguati Leiter der Auslandpromotion und Mitglied der Geschäftsführung bei Switzerland Global Enterprise. Seit diesem Jahr ist er als Berater mit seinem eigenen Unternehmen LOC Consulting tätig. Im Mandatsverhältnis ist er zudem Geschäftsführer des kantonalen und städtischen Hauseigentümergebietes St.Gallen.

verfolgt keine zentralisierte Strategie, sondern hat überall Ableger gebildet, eigentliche Satelliten. Die Westschweiz ist gewissermassen durchwoben mit Forschern und wissenschaftlichen Netzwerken. Unternehmen aus ICT oder Biotech zieht es dorthin, wo bereits Wissen aus ihrem Bereich angesiedelt ist, das eine führt zum andern.

«Ich bin ein Liberaler und stehe für einen zurückhaltenden Staat ein. Aber hier funktioniert das leider nicht.»

Die Westschweiz als Vorbild – wie steht es mit den anderen Schweizer Regionen, allen voran natürlich der Ostschweiz?

Wenn wir die Chronologie nach Erfolgen ordnen, stösst man zuerst auf die Region Zug, die entgegen vielen Vorurteilen eben kein reiner Finanzplatz ist, sondern gerade auch in den Bereichen Med- und Biotech viele interessante Unternehmen aufweist. Zürich ist und bleibt ein starker Standort. Basel profitiert davon, dass Novartis und Roche am Laufmeter Spin-offs auslagern, die danach eigenständig funktionieren. Zudem existiert dort ein Mäzenatentum, das so manche Finanzierung ermöglicht – reiche Basler stellen Unternehmen mal schnell einen Gebäudekomplex zur Verfügung.

Und die Ostschweiz...

...taucht auf Rang 5 auf. Das klingt zunächst gar nicht so schlecht. Allerdings gibt es leider nur fünf Plätze.

Wir liegen also am Ende der Rangliste. Das muss beunruhigen – vor allem einen Standortspezialisten, der selbst in der Ostschweiz wohnt, so wie Sie. Nicht unbedingt. Man kann sich auch mit dem fünften Rang zufriedengeben.

Das meinen Sie nicht ernst.

Wenn Sie mich persönlich fragen, dann ist klar: Es ist nicht zufriedenstellend. Aber es ist eine Frage der Erwartungshaltung. Die Ostschweizer sind ja mit einer grossen Portion Bescheidenheit gesegnet, und das ist zunächst keine schlechte Eigenschaft. Man kann sich durchaus auch auf den Standpunkt stellen, dass Wachstum nicht um jeden Preis nötig ist, dass unsere Binnendynamik gut ist, dass man vor allem den schon hier ansässigen Unternehmen Sorge tragen soll. Wer das findet, der ist auch nicht beunruhigt vom fünften Platz unter fünf Wirtschaftsregionen. Es ist allerdings sehr wahrscheinlich, dass uns eine solche Haltung früher oder später vor massive Probleme stellt, weil sie nicht mehr reicht.

Was hat sich denn verändert – beziehungsweise: Auf was läuft die Entwicklung hinaus?

Die Ostschweiz ist in der MEM-Industrie Weltklasse. Wir haben hier unzählige Firmen, auf die wir stolz sein können. Aber durch die Frankenstärke sind im mittleren Wertschöpfungsbereich viele Arbeitsplätze verloren gegangen, Betriebe wurden geschlossen oder verlagert, beispielsweise nach Osteuropa oder Deutschland, das übrigens als Standort stark aufgeholt hat. So bricht im mittleren Segment die Dynamik weg und wird durch nichts Neues ersetzt. Das heisst: Nur schon, um den Status quo zu halten, müssen wir wachsen. Eine Möglichkeit ist, auf die Gründerszene zu setzen und Start-ups zu fördern.

Sie klingen nicht begeistert.

Ich bin sehr für Gründerförderung, aber man muss realistisch sein: Ein klassisches Einmann-Start-up schafft innerhalb von fünf oder sechs Jahren vielleicht drei bis vier neue Arbeitsplätze – wenn es überlebt. Die Wertschöpfung ist also sehr überschaubar. Wenn eine internationale Ansiedlung gelingt, entstehen im Schnitt nach drei Jahren 14 Arbeitsplätze, danach folgt schnell ein Wachstum auf 30 bis 40 Stellen. Und es ist

nicht nur das, internationale Firmen bringen auch neue Impulse in Form von Technologien und Wissen in einen Wirtschaftsstandort. Ich sage stets: Den Körper kann man nicht ersetzen, aber solche Unternehmen sind wie eine Frischzellenkur für einen Standort.

Ansiedlungen lassen sich nicht erzwingen. Im Fall der Ostschweiz heisst es oft, wir seien ein attraktiver Standort, aber das sei zu wenig bekannt draussen in der Welt. Stimmt das so?

Nehmen wir St.Gallen: Die Stadt ist zu Recht stolz auf ihre spannende Geschichte als Textilzentrum. Das Problem ist nur: Genau so positioniert sie sich auch noch heute. Ich kann mich aber nicht erinnern, dass ich in den letzten fünf Jahren jemals eine Anfrage für eine Ansiedlung im Textilsektor hatte. St.Gallen muss sich neu erfinden, den Schalter gewissermassen umlegen. Man muss ja nicht die Herkunft verleugnen, aber die Story anders erzählen. Im Zentrum müssten heute Themen wie Hightech, Präzision und ICT stehen. Es gibt erfolgsversprechende Initiativen wie «IT St.Gallen rockt». Die meisten Mitglieder dieses Vereins erstellen aber Applikationen für betriebswirtschaftliche Anwendungen oder Softwaretools für Verwaltungen und Ähnliches. Gerade in der ICT müsste man weitere kluge Nischenplayer für St.Gallen gewinnen, beispielsweise in der Programmierung von komplexen Steuerungen, wie sie in der Industrie 4.0 immer wichtiger werden. Ein Brückenschlag zur hiesigen MEM-Industrie würde zusätzliche Früchte einbringen.

«Ich bin sehr für Gründerförderung, aber man muss realistisch sein...»

Solche Bedürfnisse und Chancen zu erkennen, ist Sache der Privatwirtschaft. Bei Ansiedlungsthemen spielt der Staat eine führende Rolle. Warum?

Ich bin ein Liberaler und stehe für einen zurückhaltenden Staat ein. Aber hier funktioniert das leider nicht: Standort- und Innovationspolitik entstehen im Zusammenspiel zwischen Wirtschaft und öffentlicher Hand. Man muss beispielsweise für die Schaffung eines Innovationsparks grosse Mittel einsetzen, um einen Standort auf Konkurrenzfähigkeit zu trimmen, und es ist keineswegs sicher, ob die Rechnung aufgeht – und wie schnell. Welche Unternehmen investieren in einen solchen Hochrisikobereich? Es ist aber auch nicht die Aufgabe des Kantons oder irgendwelcher Amtsstuben, die Zukunftsthemen zu finden und die entsprechenden Konzepte zu entwickeln. Gerade die Grössen der regionalen Wirtschaft sollten sich hier mitengagieren. Es braucht im Innovationsbereich ein Zusammenspiel von Staat und Privaten. Liberalismus pur funktioniert hier nicht.

Interview: Stefan Millius

Bilder: Stéphanie Engeler

Welche Medien dürfen es sein?

Fatale Fehler in der Kommunikation. Und wie man sie vermeidet. In dieser Kolumne: Falsche Medienwahl.



von Axel Thoma

TV. Radio. Print. Facebook. Analog. Digital. Die immer extremere Fragmentierung der Medienlandschaft wird nicht nur zur «Qual der Wahl» bei der Frage, auf welchen Kanälen eine Botschaft am besten die Zielgruppe erreicht. Sondern sie birgt auch noch das Risiko, das Budget nach dem Giesskannenprinzip zu streuen oder ganz auf das falsche Medienpferd zu setzen. Klar: Bauchentscheide sind nicht immer schlecht. Aber bei der Medienwahl ist dies eine gefährliche Vorgehensweise. Weil man das eigene Kommunikationsverhalten oft unbewusst als repräsentativ für die Zielgruppe ansieht. Denn was man nicht kennt oder nicht selbst nutzt, das beäugt man besonders kritisch. Oder man verfällt euphorisch den Verheissungen neuer Möglichkeiten, wie das bei digitalen Medien allzu oft der Fall ist. Nicht einmal Kommunikationsprofis und Agenturen sind davor gefeit.

Für eine objektivierte Medienwahl gibt es unterschiedliche Ansätze. Der bekannteste stellt die (Massen-) Medien ins Zentrum der Medienplanung: Hier werden unterschiedliche Medien – unter Berücksichtigung von Kanal-Effizienz-Kriterien – miteinander zu einem ausbalancierten Mix verbunden, der die Zielgruppe sprichwörtlich mit Botschaften «eindeckt». Neuere Ansätze wiederum arbeiten mit «touchpoints»: Hier wird gezielt hinterfragt, welche Berührungspunkte mit der Zielgruppe bereits bestehen und wie man diese – parallel zum Kauf- oder Kundenbindungsprozess – effizient zur Kommunikation nutzen kann. Und wer ganz neue Wege sucht, der wird vielleicht den Ansatz von «moments» für sich entdecken: Dieser rückt den Botschaftsempfänger noch mehr ins Zentrum. Und kommuniziert bewusst nur dort, wo die Zielgruppe intensive Momente erlebt, in welchen eine Marke authentischer Bestandteil werden kann. Denn Momente definieren unser Leben; sie werden von uns bewusst erlebt und in Erinnerung behalten.

Egal, welchen Ansatz Sie verfolgen: Rücken Sie sich bei der Medienwahl mehr den Empfänger und weniger das Bauchgefühl oder die bisher gewohnte Medienwahl in den Fokus. Mehr unter <http://insights.ethcom.ch>.

Dr. Axel Thoma,

Leiter Strategie der E,T&H Werbeagentur AG

Permapack lässt Kosmetikprodukte erstrahlen

Die Regale in den Geschäften sind voll davon und die meisten von uns verwenden sie täglich: Kosmetika. Doch was hilft uns, bei dieser Angebotsvielfalt den Überblick zu bewahren und wann treffen wir den effektiven Kaufentscheid?

Meist sind es emotionale Werte, die wir mit den Produkten verbinden, welche unsere Produktwahl zwar unterbewusst aber sehr entscheidend beeinflussen. Ein qualitativ hochwertiges und einheitliches Erscheinungsbild über das gesamte Sortiment hinweg ist daher für Hersteller von Kosmetikprodukten ein wichtiger Erfolgsfaktor und unterstützt deren eindeutige Positionierung im Markt. In einer der leistungsstärksten und qualitativ besten Druckereien Europas bedruckt und veredelt die Permapack in Rorschach Tubenlaminat, Etiketten und Sachetfolien. Anfang 2016 hat das Produktions- und Handelsunternehmen mit rund 480 Mitarbeitenden ausserdem mehrere Millionen Franken in den Aufbau einer eigenen Laminattubenproduktion investiert und beliefert seit kurzem Hersteller, Weiterverarbeiter und Handelsunternehmen auch mit abfüllfertigen Tuben.

«Qualitativ hochstehende Verpackungen und vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten ermöglichen eine unverwechselbare Markenpositionierung.»

Diverse Druck- und Veredelungsformen

Das breite Sortiment der Permapack ermöglicht es Kosmetikfirmen, die gesamte Produktpalette mit

nur einem Ansprechpartner abzudecken und somit ein absolut einheitliches Erscheinungsbild über die verschiedenartigen Verpackungen hinweg zu erhalten. Die Bedruckung ist in unterschiedlichen Druckverfahren und mit bis zu zehn Farben möglich und kann mit Heiss- oder Kaltfolienprägung sowie diversen Matt- oder Glanzlacken veredelt werden. Für ganz besondere Ergebnisse sorgen ausserdem Veredelungen mit Soft Touch Effekt, Iridodin Pigmenten oder Duftlacken.

Laminattuben für höchste Ansprüche

Mit der neuen Tubenproduktion etabliert sich die Permapack als erfahrener Komplettanbieter in den Bereichen Body und Health Care mit fortschrittlichen Lösungen. Durch die Fertigung mit einer unsichtbaren Schweissnaht ermöglicht die Permapack eine 360°-Tubenbedruckung und stellt ihren Kunden damit die uneingeschränkte Fläche zur Dekoration zur Verfügung. Die hoch veredelten Tuben sind in verschiedenen Durchmessern und, abgestimmt auf die Wünsche der Hersteller, mit geschraubten oder sogenannten Flip-Top-Verschlüssen erhältlich. Dank jahrelanger Erfahrung, der fachkundigen Beratung und dem breiten Sortiment kann die Permapack ihren Kunden helfen sich im Markt zu differenzieren und ihr Sortiment optimal zu präsentieren.



Permapack liefert neu auch abfüllfertige Tuben in höchster Qualität

Überzeugende Gesamtlösungen

Die Kunden profitieren nicht nur von qualitativ hochstehenden und einheitlichen Druckergebnissen sondern auch von einem riesigen Know-how entlang der gesamten Produktionskette. Diesen Mehrwert konnte sich nun auch die deutsche Drogeriemarktkette Müller zunutze machen. Im Zuge eines Relaunches wurde das gesamte «Body&Soul» Sortiment umgestaltet, mit dem Ziel, die Qualitätsmarke nachhaltig in der obersten Liga des Landes zu positionieren. Die Tatsache, dass die Permapack die gesamte Bandbreite an Produkten, von Tuben über Etiketten bis hin zu Sachets, aus einer Hand und in ein und derselben Qualität bedrucken und veredeln kann, erwies sich dabei als unschätzbare Vorteil für den Kunden. So war es beispielsweise möglich beim Preproduction Meeting mit der Drogerie Müller und allen Abfüllern sämtliche Verpackungsarten in einem Zuge zu besprechen und so alle Partner zeitnah und bestmöglich zu beraten.

Der Marke «Body&Soul» ist durch das qualitativ hochwertige Erscheinungsbild und das grosse Engagement auf allen Seiten der Sprung in die Topliga gelungen. Ein im wahrsten Sinne des Wortes «schönes» Erfolgsbeispiel.



Etiketten, Sachets und abfüllfertige Tuben werden einheitlich bedruckt.

Sich von der Masse abheben

Die Tatsache, dass laut aktuellen Studien ca. 70% aller Kaufentscheidungen am Verkaufspunkt getroffen werden, zeigt, dass es sich lohnt, aus der Masse herauszustechen. Verpackungen sollen die Markenpositionierung optimal unterstützen und Produkte unverwechselbar machen. Die Permapack unterstützt ihre Kunden dabei mit langjähriger Erfahrung und einem Sortiment, das sich nach den Bedürfnissen des Marktes richtet.

Autorin

Maria Sotiriou
Market Unit Manager Cosmetics
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 Cosmetics überzeugt Permapack mit Lösungen für das Drucken, Veredeln, Lamiattuben herstellen, Differenzieren, Positionieren und Beraten in den Bereichen Body Care und Health Care.

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/Cosmetics

«Es gibt zu viele Amateure in unserer Branche»

Philipp Schwander ist seit 30 Jahren im Weinhandel tätig. Wein ist bereits seit seinem 16. Lebensjahr sein Hobby – und ist es bis heute geblieben. Während über zehn Jahren war er für den Weineinkauf der St.Galler Weinhandlung Martel verantwortlich. Im Anschluss leitete Schwander während vier Jahren die Zürcher Weinhandlung Albert Reichmuth, bis er sich 2003 mit seiner «Selection Schwander» selbstständig machte. 1996 bestand der gebürtige St.Galler als erster Schweizer die strengste Weinprüfung der Welt, den «Master of Wine». Im März dieses Jahres eröffnete die Selection Schwander in der St.Galler Altstadt ihre erste Filiale.

Philipp Schwander, Sie waren zwanzig Jahre lang der einzige Schweizer, der die Prüfung zum Master of Wine bestanden hatte. Muss man daraus folgern, dass es in der Schweiz keine weiteren richtigen Weinkenner gibt?

Überhaupt nicht. Es gibt in der Schweiz viele hervorragende Weinhändler. Der Master of Wine ist insofern aber eine schwierige Prüfung, weil theoretisches und praktisches Wissen – also Degustieren – abverlangt werden, und zwar von allen wichtigen Weinregionen weltweit. Ausserdem sollte man sich auch schriftlich gewandt ausdrücken können.

«In gewissen Häusern gehört es einfach zum Standard, eine umfassende Weinkarte anzubieten. Wenn man sich das leisten kann, warum nicht?»

Ihnen hat der Titel zu einer enormen Bekanntheit verholfen. Gründet auf ihm ein Teil Ihres beruflichen Erfolges?

Zu Beginn half der Master of Wine tatsächlich, dass mein Name bei den Weinfreunden bekannt wurde. Das war sicher sehr viel wert. Nachher ist es wie bei jedem anderen Titel: Wenn man den Anforderungen nicht gerecht wird, gerät man schnell in Vergessenheit. Ein schöner Titel hilft dem Konsumenten nichts, wenn der Wein schlecht ist.

Trotzdem – oder vielleicht gerade deshalb – sind Sie der Schweiz in all den Jahren treu geblieben. Hat es Sie niemals gereizt, im Ausland aktiv zu werden?

Die Märkte sind selbst regional sehr unterschiedlich, das Risiko ist deshalb gross, auf die Nase zu fallen.

Es ist auch nicht mein Ziel, der grösste Weinhändler zu werden. Ich möchte einer der besten sein. Deshalb kommt für mich eine Aktivität im Ausland vorderhand nicht infrage.

Seit März gibt es nun von Selection Schwander eine Filiale in St.Gallen. Führten Ihre Wurzeln als St.Galler zu diesem Standortentscheid? Wäre aus unternehmerischer Sichtweise eine grössere Stadt wie Bern nicht sinnvoller gewesen?

Die Gelegenheit war günstig, da ein guter Freund aus St.Gallen eine geeignete Lokalität frei hatte. Ausserdem lag mir St.Gallen schon immer am Herzen, weil ich hier aufgewachsen bin und mich immer noch viele Leute kennen. Wie sich zeigte, stiess die Filiale denn auch auf einen erstaunlich grossen Anklang. Sollten sich ihre Kosten rechnen, möchte ich nicht ausschliessen, dass es noch eine oder zwei weitere geben wird, weil es für den Kunden ein wichtiger Service ist. Erst aber gilt unsere volle Aufmerksamkeit St.Gallen. Mit Olivier Foscan und seinen Mitarbeitern habe ich glücklicherweise ein Team vor Ort, das hervorragend arbeitet.

Ihr Unternehmen setzt auf ein kleines, exquisites Sortiment. Ist es nicht schwierig, eine Auswahl zu treffen, sich auf einige wenige Sorten festlegen zu müssen?

Ich versuche, mich immer in die Optik des Konsumenten hineinzudenken. Und da ist es für mich ganz eindeutig: Die Aufgabe eines Weinhändlers ist es, aus den Tausenden von Weinen die wirklichen Rosinen herauszupicken. Der Kunde soll blind einkaufen und sich auf eine überschaubare Auswahl verlassen können. Es leuchtet ein, dass ein solches Konzept eine äusserst strenge und professionelle

Philipp Schwander:

*«Ein Problem sehe ich
in den Rabattschlachten
der Grossverteiler.»*



Selektion voraussetzt – aber um Himmelswillen, das sollte man von einem Weinhändler auch erwarten dürfen.

Restaurants setzten ebenfalls vermehrt auf eine kleine, dafür hochwertige Menükarte. In Betrieben, die neben Gutbürgerlichem auch noch Pasta, Pizza sowie asiatische Gerichte anbieten, vermutet man nicht unbedingt eine Spitzenküche. Anders verhält es sich mit der Weinkarte; hier wollen sehr viele erstklassige Häuser mit einem umfassenden Angebot auftrumpfen. Wäre auch hier Klasse statt Masse gefragt?

Man sieht sofort, ob der Patron respektive sein Sommelier etwas von Wein versteht. Und das ist tatsächlich nicht eine Frage der Menge. In gewissen Häusern

«Spanien ist nach wie vor das Land mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis. Insbesondere in Nordspanien kann man die meisten erfreulichen Entdeckungen machen.»

gehört es allerdings einfach zum Standard, eine umfassende Weinkarte anzubieten. Wenn man sich das leisten kann, warum nicht? Im anderen Fall finde ich es überhaupt nicht tragisch, wenn ein guter Betrieb nur eine kleine Weinkarte hat, sofern die Auswahl treffsicher ist. Bedenklich finde ich es, wenn Weinkarten lediglich aus einem «Namedropping» einiger bekannter Markenweine bestehen.

Wieso gingen Sie bisher eigentlich nie Kooperationen mit Restaurants ein?

Wir haben ja einige hochwertige Restaurants und Hotels, die schwergewichtig unsere Weine anbieten. Wir sind allerdings in erster Linie auf Privatkunden ausgerichtet und haben keine Aussendienstmitarbeiter. Würden wir mehr mit Restaurants zusammenarbeiten, müssten wir auch sicherstellen können, dass wir zahlreiche Weine mindestens ein halbes Jahr liefern können, was die Lagerhaltungskosten erhöhen würde.

Die Welt der Weine bietet Konfliktpotenzial. Immerhin sind die Weine, die eine breite Masse ansprechen, nicht zwingend auch von allerhöchster Qualität.

Nehmen wir das Beispiel Rioja, ein sehr beliebter Wein in der Schweiz: Hier kann man ein Produkt eines Massenproduzenten auswählen – die Gestelle mancher Läden sind voll davon – oder aber einen Wein eines Produzenten, der in kleineren Mengen keltert und dafür das Besondere eines hochwertigen Rioja besser herausarbeiten kann. Es leuchtet ein, dass ein Wein, von dem zehn Millionen Flaschen hergestellt werden – und von denen gibt es einige in der Rioja –, selbst bei grösster Anstrengung nicht die gleiche Qualität erreicht, wie wenn ein Produzent seine besten Trauben einer erstklassigen Lage vinifiziert.

Was sonst sorgt in Ihrer Branche für Konfliktstoff?

Weinhändler ist ein Modeberuf geworden. Es gibt zu viele Amateure in unserer Branche, die denken, nur

Anzeige



Erfolgreich in die Zukunft

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

	Umsatz:	Preis:
CRM Haus mit hohem Qualitätsbewusstsein	CHF 1'000'000.–	CHF 600'000.–
Tief verwurzelte Traditionsbäckerei im Zürcher Oberland	CHF 2'552'000.–	CHF 400'000.–
Etabliertes Verlagshaus mit eigener Werbeagentur	CHF 655'000.–	CHF 680'000.–
Einzigartiges Dienstleistungsunternehmen für Senioren	CHF 183'000.–	CHF 200'000.–
Topmodernes Beauty Center in der Zentralschweiz	CHF 530'000.–	CHF 300'000.–
Ingenieurbüro im Bereich der elektrischen Energieversorgung	CHF 500'000.–	CHF 290'000.–
Maschinen- und Werkzeughandel mit Exklusivvertretungen	CHF 650'000.–	CHF 250'000.–
Margenstarkes innovatives IT-Grosshandelsunternehmen	CHF 4'540'000.–	CHF 3'000'000.–
Textilreinigung in kaufkräftigem Quartier in Zürich	CHF 201'000.–	CHF 160'000.–
Umsatzstarke cross-media Agentur mit formidablen Referenzen	CHF 2'752'000.–	CHF 1'890'000.–
Unternehmensgruppe mit renommierter Markenvertretung	CHF 569'000.–	CHF 1'170'000.–
Traditionsreiches Handelsunternehmen mit technischen Produkten	CHF 5'341'000.–	CHF 3'000'000.–

www.businessbroker.ch

weil sie gerne Wein trinken, seien sie auch professionelle Einkäufer. Zusätzlich geht der Konsum zurück. Das heisst, ein immer kleinerer Kuchen wird unter immer mehr Marktteilnehmern aufgeteilt. Ein anderes Problem sehe ich in den Rabattschlachten der Grossverteiler, die eigentlich nur noch über gigantische Nachlässe verkaufen. Dass aber selbst bei 50 Prozent Rabatt der betreffende Wein nicht zwangsläufig ein Schnäppchen ist, müssen viele Konsumenten erst noch lernen.

Sie müssen sich ja inzwischen nicht mehr beweisen: Der Titel sowie der unternehmerische Erfolg sprechen für sich. Geht man entsprechend anders mit diesen Konflikten um? Wird man gelassener?

Glücklicherweise nicht. Ich versuche immer, den bestmöglichen Wein zu finden und möchte, dass unsere Kunden voll und ganz zufrieden sind. In dieser Hinsicht bin ich immer sehr unruhig, ob wir den Anforderungen genügen. Was das Entdecken neuer Weine betrifft, habe ich allerdings eine grosse Gelassenheit gewonnen: In den dreissig Jahren meiner Weineinkaufstätigkeit habe ich derart viele Produzenten und Weingebiete kennengelernt, dass ich immer wieder spannende Entdeckungen machen kann.

«Ich versuche, mich immer in die Optik des Konsumenten hineinzudenken.»

Zum Abschluss würden wir nun gerne noch Ihr Expertenwissen anzapfen, um den eigenen Weinkeller aufrüsten zu können: Welchen kräftigen Wein – beispielsweise zu Rindfleisch – in der Preisklasse bis 15 Franken empfehlen Sie mir?

Einen Château Ollieux-Romanis Cuvée Prestige rouge 2014 zum Preis von 14.90 Franken. Ein absolut hervorragender, kraftvoll-würziger Languedoc, der selbst neben sehr teuren Châteauneufs-du-Pape eine hervorragende Figur macht.

Und welche Anbauggebiete sollte man aktuell auf dem Radar haben?

Spanien ist nach wie vor das Land mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis. Insbesondere in Nordspanien kann man die meisten erfreulichen Entdeckungen machen. Immer mehr aber findet man auch im Süden Frankreichs grossartige Weine zu vernünftigen Preisen.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: Stéphanie Engeler



**Werbeclub
Ost**

Kreativwirtschaft

Zürich rühmt sich, ein guter Standort für die sogenannte Kreativwirtschaft zu sein. Gemeint sind damit in der Regel Gestalterinnen, Werber, Architektinnen, Designer, vielleicht sogar PR-Berater. Am liebsten Einzelfirmen oder kleine Manufakturen, gerne auch mit Bezug zu (altem) Handwerk. Abgesehen davon, dass Kreativität kein ausschliessliches Privileg der genannten Berufe ist, sondern für jede Art von unternehmerischem Tun nützlich ist: Die Ostschweiz hat da vielleicht weniger international vernetzte Agenturgruppen zu bieten, aber die Zahl der Kreativköpfe ist – nicht zuletzt dank der Design- und Grafiklehrgänge in St.Gallen – zwischen Bodensee und Säntis (und auch hinter dem Ricken) beachtlich.

In der Stadt St.Gallen gibt es einzelne Quartiere und Strassen, wo in jedem zweiten Haus Grafik oder Kommunikation «gemacht» wird. Und das durchaus auf hohem Niveau, was entsprechende Preise für Buchgestaltung, Plakat- oder Dialogmarketing-Kampagnen zeigen. Gerade im Dialogmarketing ist St.Gallen immer noch die heimliche Hauptstadt der Schweiz. Kein Wunder, sitzt auch der entsprechende Verband in der Ostschweiz und nicht in Zürich.

Die Kommunikationswirtschaft ist also auch in der Ostschweiz stark. Und immer mehr einheimische Unternehmen und Institutionen merken, dass die Suche nach einer Agentur nicht unbedingt in Zürich beginnen und enden muss. Natürlich kann es dem eigenen «Brand» gut tun, wenn sich eine vielleicht preisgekrönte Firma mit der Zürcher «Aussensicht» um dessen Bekanntheit kümmert oder gute Kampagnen erfindet.

Die Erfahrung zeigt, dass die Ostschweizer aber den Zürcher Kreativen in nichts nachstehen (ausser allenfalls in der Grösse der Agenturen): Dort wie hier wird nur mit Wasser gekocht. Nur in Sachen Eigenmarketing können die Ostschweizer Kreativen von anderen Regionen noch viel lernen – übrigens genauso wie die übrige Wirtschaft und die Behörden auch.

Für St.Gallen muss es also nicht nur heissen «IT rockt», sondern auch: «Communications rock too».

www.werbeclub-ost.ch

WILHELM: Partner für alle HR-Dienstleistungen

WILHELM hat sich in den vergangenen Jahren erfolgreich zum HR-Gesamtdienstleister entwickelt. Im Gespräch erläutern Roger Sträuli, Geschäftsleiter der Wilhelm AG in St.Gallen, und Peter Hauenstein, Geschäftsleiter HR Consulting am Standort Zürich, inwiefern sich die negativen wirtschaftlichen Entwicklungen auf den Personalmarkt auswirken, welche Dienstleistungen aktuell die höchste Nachfrage aufweisen und wie wichtig es ist, bei Outplacement-Beratungen ein Vertrauensverhältnis aufzubauen.

Roger Sträuli, in jüngster Zeit haben gleich mehrere Ostschweizer Firmen für Negativschlagzeilen gesorgt. Meldungen über Personalabbau und Standortverlagerungen sind fast schon an der Tagesordnung. In welcher Form wirken sich solche Entwicklungen auf den Personalvermittlungsmarkt aus?

Sträuli: Solche Schlagzeilen sind natürlich auch für uns nicht erfreulich, denn letztlich betreffen sie die Wirtschaft einer ganzen Region. In Bezug auf den Arbeitsmarkt haben sie sehr wohl ihre Auswirkungen: Die Nachfrage nach Arbeitsstellen steigt. Je nach Branche und Funktionen kann dieser aber nicht immer gerecht werden und die Situation zu einem

Arbeitgebermarkt führen, das heisst, für eine offene Stelle gibt es (zu) viele Bewerber. Kommt dazu, dass in solchen Lagen meistens nicht gesuchte Fachkräfte betroffen sind. Kurz: Die Herausforderung besteht in diesen Fällen sowohl für den Stellensuchenden als auch den Personalvermittler.

Ihr Unternehmen verfügt nicht nur über langjährige Erfahrungen, sondern auch über ein umfassendes Dienstleistungsspektrum. Wonach verlangt der Markt derzeit am meisten?

Sträuli: Es ist richtig, dass sich WILHELM über all die Jahre erfolgreich zum HR-Gesamtdienstleister entwickelt hat. Die Nachfrage von Dienstleistungen



*Roger Sträuli,
Geschäftsleiter
der Wilhelm AG
in St. Gallen.*



Peter Hauenstein,
Geschäftsführer
HR Consulting
Wilhelm AG Zürich.

erleben wir schwergewichtig nach wie vor in den Bereichen Recruiting, Assessment und Outplacement, was gewiss auf unsere Geschichte zurückzuführen ist. Abgesehen davon überprüfen wir unser Angebot immer wieder hinsichtlich Nutzen und Qualität und stellen fest, dass auch das Outsourcing von HR-Prozessen einem steigenden Bedarf entspricht. Modular können wir auf diese Bedürfnisse eingehen.

Roger Sträuli:

«Die Nachfrage von Dienstleistungen erleben wir schwergewichtig nach wie vor in den Bereichen Recruiting, Assessment und Outplacement, was gewiss auf unsere Geschichte zurückzuführen ist.»

HR-Abteilungen von Firmen haben längst erkannt, dass der Personalberater ein Partner und kein Konkurrent ist. Hat das Ihre Tätigkeit in den vergangenen Jahren vereinfacht?

Sträuli: Ich teile diese Feststellung, habe ich mich doch mit deren Hintergründen eingehend befasst. Entsprechend vertrete ich deshalb die Meinung, dass die heutigen Herausforderungen am Arbeitsmarkt nicht mehr alleine zu bewältigen sind. Voraussetzung hierfür sind aber Kompetenz und Fähigkeit aufseiten Personalberater, ansonsten wird sich die HR-Abteilung nicht auf eine Zusammenarbeit einlassen. Genau hier sind auch die Anforderungen gestiegen. Hinzu kommt, dass Kontinuität in einem People-Business massgebend ist. Ob demografischer Wandel, Fachkräftemangel oder digitales Zeitalter –

HR-Abteilungen wie Personalberatungen entscheiden letztlich selber, ob sie die Vorteile einer Zusammenarbeit nutzen wollen. Gelingt der Aufbau einer Vertrauensbasis, ist der Weg für eine Erfolg versprechende Partnerschaft geebnet.

Peter Hauenstein, wir haben die wirtschaftlichen Entwicklungen angesprochen. In diesem Zusammenhang dürften insbesondere auch die Outplacement-Beratungen in den Fokus geraten. Welches Spektrum an Unterstützung können Sie hierbei bieten?

Hauenstein: Jedes Outplacement Beratungsmandat ist einmalig und bedarf eines spezifischen Ansatzes. Vereinfacht sind es drei wesentliche Teilaspekte, die unsere Dienstleistung beeinflussen: die Anzahl der Betroffenen, deren spezifische Qualifikation/Bedürfnisse sowie das zur Verfügung stehende Budget. Diese drei Aspekte können sich auch gegenseitig beeinflussen. Bei limitierten Budgets beispielsweise kann es sinnvoll sein, eine Kombination von Gruppenworkshops mit einzelnen bilateralen Coachings zu kombinieren.

Die Thematik «Outplacement» dürfte auch Konfliktstoff beinhalten. Wie schwierig ist es in der Regel, ein Vertrauensverhältnis aufzubauen?

Hauenstein: Unabdingbare Voraussetzung für ein erfolgreiches Outplacement ist ein solides Vertrauensverhältnis zwischen Kandidat und Coach. Um dieses Verhältnis zu ermöglichen, muss die «Chemie» zwischen beiden stimmen. Daher beginnt bei WILHELM ein Outplacement immer mit einem

unverbindlichen Kontaktgespräch. Ist man sich einig, dass man zusammenarbeiten will, folgt die Vereinbarung gemeinsamer Verhaltensregeln. Um das Vertrauensverhältnis wirklich zu festigen, muss der Kandidat jedoch vor allem spüren und erleben, dass sein Coach nicht nur ein Mandat «abarbeitet», sondern ein authentisches, persönliches Interesse hat, einen gemeinsamen Weg zielorientiert zu gehen.

Welches ist für die Person, die Sie beraten, in dem ganzen Prozess in der Regel die schwierigste Phase?

Hauenstein: Die anfängliche Phase der Standortbestimmung erscheint den meisten Kandidaten zeitlich als zu lange. Man möchte sofort loslegen und auf Stellensuche gehen – ohne genau das eigene Persönlichkeitsprofil zu kennen. Man kennt anfänglich aber die eigenen Eigenschaften, Stärken, Schwächen, Interessen und Werte nur rudimentär. Zudem verbaut man sich ohne eine Standortbestimmung die Chance, Varianten oder gar Alternativen zum bisherigen Berufsweg anzudenken. In der abschliessenden Manöverkritik erscheint den Kandidaten die Standortbestimmung dann rückblickend trotzdem als sehr wertvoll und zielführend.

Peter Hauenstein:

«Ohne eine Standortbestimmung verbaut man sich die Chance, Varianten oder gar Alternativen zum bisherigen Berufsweg anzudenken.»

Auch im Outplacement-Bereich gibt es inzwischen zahlreiche Beratungsunternehmen. Womit kann man sich von der Konkurrenz abgrenzen?

Hauenstein: Zwei Faktoren sind sicher zentral: Einerseits das spezifische Eingehen auf jedes einzelne Outplacement-Mandat, denn jeder Mensch braucht eine unterschiedliche Betreuung, sei es von der psychologischen oder von der inhaltlichen Seite her. Als zweiter Faktor ist das Erfahrungsprofil der Coaches entscheidend für einen Erfolg: Erfahrungsschatz als Linienvorgesetzte auf unterschiedlichsten Stufen, profunde Kenntnis und praktische Erfahrung im HR und psychologisches Feingefühl.

Letztlich werden auch Sie an der Erfolgsquote gemessen. Ist es im Outplacement-Segment schwerer, Personen zu vermitteln?

Hauenstein: Die überwiegende Zahl der Outplacement-Kandidaten sind sehr gut qualifiziert und hoch motiviert, sich wieder in den Arbeitsmarkt zu integrieren. Dank der professionellen Unterstützung läuft der Bewerbungsprozess auf sehr hohem Niveau ab. Dazu gehören auch Interviewtrainings

und solide, aussagekräftige Bewerbungsunterlagen. Natürlich ist der Arbeitsmarkt stark umkämpft. Durch die aktive Suche – nicht nur im öffentlichen Stellenmarkt, sondern auch über kreative, alternative Wege – kann man zusätzliche Chancen kreieren. Dies kann zudem oft das Handicap eines höheren Alters kompensieren.

Viele Berater bieten sowohl die Einzelberatung als auch das Gruppen-Outplacement an. Wann empfiehlt sich welches Vorgehen?

Hauenstein: In der Praxis bewährt sich oft ein Einzelcoaching. Aus wirtschaftlichen und Effizienzgründen bildet eine Kombination aus beiden Elementen eine echte Alternative, insbesondere bei (homogenen) Gruppen. Zudem spielt hier auch die Gruppendynamik eine fördernde Rolle. Einzelberatungen ergänzen die Gruppenarbeit: Hier kann auf persönliche spezifische Punkte vertieft eingegangen werden.



WILHELM

Die WILHELM-Standorte

Wilhelm AG

Nordstrasse 31, 8006 Zürich
Tel. +41 43 344 31 50, kontakthr@wilhelm.ch

Wilhelm AG

Zunfthaus zur Haue
Limmatquai 52, 8001 Zürich
Tel. +41 44 261 50 00, kontaktzh@wilhelm.ch

Wilhelm AG

St.Leonhardstrasse 20, 9001 St.Gallen
Tel. +41 71 227 90 00, kontaktsg@wilhelm.ch

Wilhelm AG

Josef-Rheinberger-Strasse 6, 9490 Vaduz
Tel. +423 388 0 488, kontaktvz@wilhelm.ch

Wilhelm AG

St.Alban-Vorstadt 14, 4052 Basel
Tel. +41 61 228 10 10, kontaktbs@wilhelm.ch

Wilhelm AG

Zeughausgasse 14, 3001 Bern
Tel. +41 31 318 90 00, kontaktbe@wilhelm.ch

Luisoni Consulenze SA

Via Balestra 9, 6900 Lugano
Tel. +41 91 911 30 00, infoluisoni@luisoni.ch

Der feinsinnige Freisinnige

Am 25. April wurde Martin Klöti turnusgemäss zum neuen St.Galler Regierungspräsidenten gewählt. Nur 65 Kantonsratsmitglieder gaben dem FDP-Innenminister ihre Stimme. Die Wahl war bei einem absoluten Mehr von 48 zwar nicht gefährdet. Aber mit einem solchen Resultat darf man sich nicht unbedingt breit getragen fühlen.



Abgestraft:
Martin Klöti.

Ausgerechnet der Freisinnige, der in der St.Galler Regierung als kulturaffiner Feingeist und Mann von Welt hervorsteht und dieses Image auch bewusst pflegt, verlor im Nachgang dieser Wahl leicht die Beherrschung. Gegenüber dem «Tagblatt» gab er wenig selbstkritisch zu Protokoll, das Ergebnis sei so zu erklären, dass man ihm seine politischen Erfolge nicht gönne. Und auf Facebook legte Klöti am Tag danach sogar noch nach: Die Wahl sei eine «Retourkutsche», man habe ihn «abgestraft» im Nachgang zur Klanghaus-Vorlage, bei der er sich – vergeblich – ins Zeug gelegt hatte.

Dass ein Teil des Parlaments diese Einschätzung nicht teilte, verstand Klöti wohl nicht als andere Haltung, sondern als Ignoranz.

Dünnhäutiger Politiker

Der neue Regierungspräsident betrat mit seiner Reaktion in verschiedener Hinsicht Neuland: Zum einen ist es nicht Usanz, die Wahl des Parlaments zu kritisieren. Wäre die Vergabe des Regierungsprä-

sidiiums wirklich reine Formsache, müsste ja auch keine Wahl durchgeführt werden. Und es muss das Recht eines demokratisch gewählten Volksvertreters sein, einem Kandidaten die Stimme nicht zu geben. Zum andern zeigte der erfolgsverwöhnte 62-Jährige mit seiner Reaktion, wie dünnhäutig er ist, wenn es für einmal nicht exakt nach seinem Gusto verläuft. Schon in der Klanghaus-Debatte war es offensichtlich geworden, dass Klöti politische Prozesse nicht unbedingt als Gefecht zwischen verschiedenen Meinungen versteht, sondern davon ausgeht, dass er richtig liegt – und das gegnerische Lager einfach weniger Ahnung von der Materie hat.

Das Klanghaus ist ein typisches Beispiel, denn der FDP-Mann ist zwar in seinem Departement für verschiedene Bereiche zuständig, sieht sich aber vor allem gerne als Verteidiger der schönen Künste. Er legt sich bei entsprechenden Vorlagen so ins Zeug, wie es Freisinnige sonst tun, wenn es um Steuersenkungen geht. 2014 schwärmte er vom Klanghaus als «Projekt mit nationaler Ausstrahlung und gesellschaftspolitischer Bedeutung in einer globalisierten Welt.» Dass ein Teil des Parlaments diese Einschätzung nicht teilte, verstand Klöti wohl nicht als andere Haltung, sondern als Ignoranz.

Kritik befeuert

Der gebürtige Zürcher ist schon lange in der Politik, dennoch scheint er sich damit schwer zu tun, die Spielregeln zu akzeptieren. Das zeigt sich in Momenten der Niederlage wie beim Klanghaus: In solchen wird er vom Exekutiv- zum Legislativpolitiker. Parlamentarier pflegen nach Niederlagen laut zu werden, weil sie im Geiste bereits bei der nächsten Vorlage sind und Schlagzeilen generieren müssen. Magistratspersonen hingegen gehen nach Niederlagen meist still zum Tagesgeschäft über. Nicht so Klöti, obwohl er einst gegenüber der NZZ sagte, Kritik gehöre zum Geschäft, mehr noch: «Sie befeuert mich». Dieses Mal scheint das Feuer eher schmerzhaft gewesen zu sein.

Text: Stefan Millius

Bild: zVg.

Aus Ackermännern werden Klimamacher

Die Ackermann AG in Egnach suchte eine Nachfolgelösung und fand sie in der Otto Keller AG in Arbon: Die Klimamacher übernahmen das operative Geschäft per 1. April, Walter Ackermann trat in den Ruhestand. Er tut dies gelassen, weil er seine Mitarbeiter in guten Händen sieht und sein Sohn Simon den gewünschten neuen Weg gehen kann.

Nach 119 Jahren geht die Ackermann AG in Egnach neue Wege: Sie übergibt das operative Geschäft an die Otto Keller AG in Arbon. Ein grosser Schritt für Walter Ackermann, der seit 1968 im Unternehmen tätig war. 2006 übergab er die Führung seinem Sohn Simon; an Ruhestand dachte er damals noch nicht. Heute sieht es anders aus: Simon Ackermann äusserte den Wunsch, sich nur noch auf die Planung zu konzentrieren und daneben mit seiner Frau in Landquart einen Hof betreiben zu können. So standen die beiden vor einer wichtigen Entscheidung: Wie weiter mit der Ackermann AG? «Mit der Otto Keller AG haben wir eine hervorragende Nachfolgelösung gefunden», sagt Walter Ackermann.

Otto Keller neu auch im Sanitärbereich tätig

Per 1. April 2016 übernahm die Otto Keller AG in Arbon das operative Geschäft der Ackermann AG in Egnach. Das heisst: alle Mitarbeiterinnen und Mit-

arbeiter, auch zwei Lehrlinge sowie den gesamten Kundenstamm. Und erweitert damit ihre Kernkompetenz um den Bereich Sanitär. Die Entscheidung fiel keineswegs von heute auf morgen; vielmehr war es ein Prozess von circa zwei Jahren. Konkrete Gespräche wurden im November 2015 geführt, danach ging es Schlag auf Schlag: Die Verträge wurden unterzeichnet, die Mitarbeiter informiert und neu eingekleidet. Zudem war Ackermann-Projektleiter Bruno Bianchi bereits in ein Kader-Workshop-Wochenende involviert, um den fließenden Übergang im sanitären Arbeitsfeld zu gewährleisten.

«Es ist eine klassische Win-win-Situation: Wir bekommen mit dem Sanitärbereich eine neue Kernkompetenz – und die Ackermänner einen neuen Arbeitsplatz sowie die Chance, ihre Zukunft in einem grösseren Betrieb zu gestalten», sagt Dennis Reichardt, Mitinhaber der Otto Keller AG. Für den Klimamacher ist dieser Schritt ein sehr wichtiger.



*Dennis Reichardt,
Simon Ackermann,
Peter Stark und
Walter Ackermann
(von links).*

«Wir haben oft gespürt, dass im Markt das Bedürfnis herrscht, nur einen Ansprechpartner für Heizung und Sanitär zu haben. Bis anhin konnten wir dem aber nicht Rechnung tragen», erklärt Peter Stark, Mitinhaber der Otto Keller AG. Gerade im Wohnbau komme ihnen die Übernahme zugute, aber auch bei Aufträgen im Gewerbe und in der Industrie. «Mit unseren 120 Angestellten können wir nun das gesamte Paket an Heizen, Kühlen, Lüften und Sanitär anbieten», ergänzt Reichardt.

Dennis Reichardt:

«Wir bekommen mit dem Sanitärbereich eine neue Kernkompetenz – und die Ackermänner einen neuen Arbeitsplatz sowie die Chance, ihre Zukunft in einem grösseren Betrieb zu gestalten.»

Alle Kriterien erfüllt

Allein im Thurgau gibt es über 80 Firmen aus der HLK-Branche. So fragt man sich, warum die Wahl ausgerechnet auf die Otto Keller AG fiel. «Ich habe Otto Keller persönlich gekannt, wir waren gemeinsam in einer Unternehmensschulung. Auch danach hatten wir immer mal wieder Kontakt; wir haben einander sehr geschätzt. Und auch heute – unter der neuen Führung – halte ich die Firma für gut und seriös. Deshalb war für mich klar: Wenn eine Übernahme, dann von der Otto Keller AG», antwortet Walter Ackermann.

Sohn Simon Ackermann sieht es genauso, er habe Dennis Reichardt in einer gemeinsamen Kommissionstätigkeit kennengelernt und ist sich sicher, mit den Klimamachern aus Arbon die beste Wahl getroffen zu haben. Gleichzeitig war es den beiden wichtig, dass die Firma aus der Nähe stammt, damit die Kunden weiterhin in der Region betreut werden. «Entscheidend war für uns auch, dass das Unternehmen die nötigen Ressourcen für die Mitarbeiter und den Sanitärbereich aufbringen kann. Beides erfüllt Otto Keller bestens», so Walter Ackermann.

Text: Nathalie Schoch

Bild: zVg.

Die Ackermann AG existiert seit 1897 in Egnach; vier Generationen haben den Familienbetrieb geführt und geprägt. 2006 übergab Walter Ackermann seinem Sohn Simon die Führung. Jetzt zieht es ihn aus privaten Gründen in die Bündner Herrschaft. Deshalb entscheiden sich die beiden, das operative Geschäft in fremde Hände zu geben: Per 1. April 2016 übernahm die Arboner Otto Keller AG alle Angestellten und den gesamten Kundenstamm.

Mit Outsourcing Freiräume schaffen

Conny Burgermeister ist Geschäftsführerin der Frauenfelder Freestar-Services AG, welche zur Freestar-Gruppe gehört. Kerngeschäft der Freestar-Services AG ist das Outsourcing von Lohn- und Personaladministration.

Ein Leaderinnen-Porträt



Für Unternehmen, unabhängig von Branche oder Betriebsgrösse, bringen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die ergebnisorientierte Effizienz, Qualität und Innovation anstreben, den entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

Administrative Aufgaben, die zwingend termingerecht und gesetzeskonform erledigt sein müssen, binden oft kostbare Ressourcen im Personalmanagement. Es lohnt sich daher, die Rollen und Kompetenzen des HR zu überdenken. Besonders die Lohnadministration eignet sich für die Auslagerung an einen externen Partner. Denn die Abwicklung und Prozesse sind grösstenteils identisch – unabhängig von Branche und Mitarbeiterzahl. Es liegt kein Wettbewerbsvorteil in der Lohnadministration. Somit ist dies ein optimaler Kosten- und Ressourcenblock, in dem sich Führungskräfte und Personalverantwortliche nötigen Freiraum schaffen können.

Neben ihrer Tätigkeit als Geschäftsführerin ist Conny Burgermeister seit diesem Jahr Vizepräsidentin der Leaderinnen Ostschweiz. Sie ist in der Region Frauenfeld aufgewachsen, doch schon mit 15 Jahren zog es sie in die Welt hinaus: Sie verbrachte ein Highschool-Jahr in den USA. Zu Beginn ihrer beruflichen Karriere legte sie grossen Wert darauf, alle Fachgebiete der Betriebswirtschaft kennenzulernen, und als Generalistin sammelte sie Erfahrungen im Rechnungswesen und Controlling, im Marketing und Produktmanagement sowie im Personalmanagement. Parallel dazu bildete sich Conny Burgermeister berufsbegleitend bis zum Executive MBA in Dienstleistungsmanagement weiter. Theoretisch erworbenes Wissen umgehend in der Praxis anwenden zu können, ist ihr bis heute wichtig. Dies ermöglicht sie auch ihren Mitarbeitenden.

Am Netzwerk der Leaderinnen Ostschweiz schätzt sie den Austausch mit Gleichgesinnten, aber auch die Inspiration durch Andersdenkende. Durch ihr Mitwirken im Vorstand will Conny Burgermeister diese Plattform weiter stärken und insbesondere im Thurgau bekannter machen.

Conny Burgermeister präsentiert Bedarf und Chancen des Outsourcings am INTERMEZZO – Treffpunkt am Mittag vom 9. Juni 2016. Weitere Informationen und Anmeldung unter www.leaderinnenostschweiz.ch.



Jungunternehmerforum

Mut zum Unternehmertum



Jetzt anmelden!

8. Juni 2016 | Gossau



Jung-Unternehmer-Zentrum

Plattform für Gründer/innen, Jungunternehmer/innen, Startups, KMU-Nachfolger/innen und junge Führungspersönlichkeiten.

2. Jungunternehmerforum St.Gallen im Fürstenlandsaal in Gossau

WORKSHOPS

Praxiswissen aus erster Hand für Gründer/innen und Jungunternehmer/innen

16 Uhr

A Gestaltung Businessplan; Herausforderung Umsetzung
Christoph Brunner | OBT AG

B Wie finanziere ich meine Geschäftsidee?
Tobias Lenherr | Raiffeisenbank Gossau-Niederwil

C Wie dein Auftritt haften bleibt
Kurt Klaus | Kommunikations- und Verkaufstrainer

D In Online-Verzeichnissen gefunden werden
Serge Breslaw | local.ch und search.ch – Die Marken der Swisscom Directories AG

GET-TOGETHER

17.30 Uhr

Informationen | Networking | Verpflegung

MODERATION

Ralph Dietsche | Journalist BR

BEGRÜSSUNG

18 Uhr

Monika Scherrer | Präsidentin Jung-Unternehmer-Zentren
Alex Brühwiler | Stadtpräsident Gossau

PRAXIS-REFERATE

Jungunternehmer berichten von ihren Erfahrungen

Ein KMU-Nachfolger setzt auf den Standort Flawil
Nicolas Härtsch | Flawa AG, Flawil

Faszination statt Businessplan, wieso es funktioniert hat
Reto Glanzmann, José Fontanil | Glarotech GmbH, Wil

Informationen | Networking | Verpflegung

JungUNTERNEHMER-Dialog

moderierte Gesprächsrunde

Premiere des Image-Videoclips über das Start-up taburetti, St.Gallen

Katharina Lehmann | Unternehmerin und Vorstandsmitglied IHK St.Gallen-Appenzell

Nicolas Härtsch | KMU-Nachfolger | Flawa AG, Flawil
Reto Glanzmann | Glarotech GmbH, Wil

3 BZU-Bildungsgutscheine, 3 local.ch-Werbegutscheine und 3 LEADER-Jahresabos

Apéro und Ausklang

VERLOSUNG

NETWORKING
ca. 20.30 Uhr

Hauptsponsoren

RAIFFEISEN



Jung-Unternehmer-Zentrum

Patronat

gewerbe
st.gallen

Co-Sponsoren



Medienpartner



TAGBLATT

sg.jungunternehmerforum.ch



Warum die Expo 2027 schlecht für die Ostschweiz wäre

Am 5. Juni stimmen wir im Kanton St. Gallen über einen Planungskredit für die Expo 2027 ab. Mit fünf Millionen Franken soll eine Projektstudie erstellt werden, die skizziert, wie und wo eine Expo in der Ostschweiz aussehen und stattfinden könnte. Die Befürworter erhoffen sich positive Impulse für die Ostschweiz: Ein solches Marketingprojekt fördere langfristig die wirtschaftliche Entwicklung und sei damit eine Chance für die Region. Doch damit liegen sie grundfalsch: Mega-Events wie die Expo haben keine nachhaltige Wirkung – und wenn schon, dann eine negative.

Warum ich gegen eine staatsfinanzierte Expo 2027 bin? Ganz einfach: Es ist keine Staatsaufgabe, solche Grossveranstaltungen auszurichten. Staatsfinanzierung bedeutet stets, dass jemandem sein Eigentum weggenommen werden muss, um es für etwas einzusetzen, das er womöglich gar nicht will. Lässt sich dieser Freiheitseingriff für ein grösseres Volksfest rechtfertigen? Ich denke nicht. Ist das ein ideologisches Argument? Mag sein. Doch Ideologien sind per se nichts Schlechtes und schon gar nichts Lernunfähiges. Im Gegenteil: Eine Ideologie ist eine Sammlung von Grundsätzen, die sich bewährt haben

einer Wirtschaftskammer mehrere Jahre nach dem Event (Handelszeitung, 2005). Beschäftigungsmässig erlebte die Region während der Veranstaltung einen Schub, der jedoch schnell verflog: In Biel lag die Arbeitslosigkeit nach der Expo sogar deutlich höher als vor der Expo (Der Arbeitsmarkt, 2005).

Grossveranstaltungen sind immer Strohfeuer

Doch war das bloss ein Konstruktionsfehler der Expo 02? Etwas, das sich mit einer schlaun Planung ins Positive drehen liesse? Kaum. Seit dreissig Jahren befasst sich die ökonomische Forschung intensiv mit den wirtschaftlichen Auswirkungen solcher Mega-Events, insbesondere grossen Sportveranstaltungen. Das Urteil ist vernichtend: Mit einer für die Ökonomie ausserordentlich hohen Übereinstimmung kommt die Forschung zum Schluss, dass es keine wirtschaftlichen Gründe für die Subventionierung solcher Veranstaltungen gibt. Zu gross sind die Kosten, zu klein der mögliche Nutzen. Coates & Humphreys (2008) ziehen etwa in einer Überblicksstudie über Sportveranstaltungen das Fazit: Die Evidenz macht deutlich, dass erhebliche Konsistenz zwischen Ökonomen besteht, die Forschung in diesem Bereich machen. Diese Evidenz zeigt, dass Sportsubventionen nicht gerechtfertigt werden können auf der Basis von lokaler Wirtschaftsentwicklung, Einkommenswachstum oder der Schaffung von Arbeitsplätzen [...].

Doch sie sind nicht allein: Hagn und Maennig (2007) fanden keine nachhaltigen positiven Auswirkungen auf die Beschäftigung durch die beiden Fussballweltmeisterschaften in Deutschland (1974 und 2006). Feddersen & Maennig (2009) fanden insbesondere keine positiven Beschäftigungseffekte durch Bauprojekte während der WM 2006. Die gleichen Ökonomen finden auch konzentrierte kurzfristige, aber keine langfristigen Beschäftigungseffekte der Olympiade 1996

Wenn die Befürworter der Expo schon nicht die wirtschaftlichen Argumente auf ihrer Seite haben, dann vielleicht die emotionalen?

– also eine Art Datenbank von gewonnenem Wissen. Wer sich Ideologien verweigert, läuft darum Gefahr, dieselben Fehler immer und immer wieder zu begehen, obwohl man es bereits besser wüsste. So würde es auch jenen geschehen, die sich von einem staatsfinanzierten Mega-Event langfristige Verbesserungen für die Ostschweiz erhoffen.

Expo 02 – ein wirtschaftliches Strohfeuer

Natürlich ist es nicht das erste Mal, dass Interessengruppen Grossveranstaltungen als Allheilmittel für die Revitalisierung einer Region anpreisen: Bereits im Vorfeld der letzten Expo im Jahr 2002 klang es gleich. Doch mittlerweile geben sogar die damaligen Verantwortlichen zu, dass die Expo 02 für die wirtschaftliche Entwicklung ein blosses Strohfeuer war: «Ausser verbesserten Infrastrukturen hat die Expo 02 keine messbaren Auswirkungen auf die Wirtschaft unserer Region gebracht», bilanzierte die Vertreterin



Hans M. Richle ist einig mit uns: Die berufliche Vorsorge ist auch für Selbstständigerwerbende und Unternehmer mit oder ohne Personal wichtig. Deshalb bietet der Kantonale Gewerbeverband St. Gallen seinen Mitgliedern in Zusammenarbeit mit der ASGA drei unterschiedliche, massgeschneiderte Vorsorgepläne an, die deutlich über die gesetzlichen BVG-Mindestleistungen hinausgehen. Erfahren Sie mehr über die attraktiven Verbandsvorsorgepläne der ASGA auf asga.ch. Oder rufen Sie uns an: 071 228 52 52.

Hans M. Richle, Präsident, Kantonaler Gewerbeverband St. Gallen (KGV)

«Berufliche Vorsorge sollte das Natürlichste der Welt sein. Auch für selbstständigerwerbende Verbandsmitglieder.»

Einfach ASGA 
pensionskasse

Einfach nur Rückenwind



IVECO ISUZU



DAF



NATER

Staad | Gossau | Müllheim



Die Expo 02 hat keine messbaren Auswirkungen auf die Wirtschaft der Region gebracht.

in Atlanta (Feddersen & Maennig, 2013). Allmers & Maennig (2009) finden keine positiven wirtschaftlichen Auswirkungen der WM 1998 in Frankreich, Spilling (1999) zeigt, dass die Olympischen Spiele 1994 in Lillehammer die Wirtschaftsaktivität nur kurz angeregt und nur Ressourcen im Land umverteilt haben, Porter (1999) findet keine erhöhten Umsatzzahlen in den Veranstaltungsorten des Super Bowl, und Baade & Matheson (2001/2003) zeigen schliesslich, dass die positiven Effekte des Super Bowl, der Olympiade 1984 in Los Angeles und der Olympiade 1994 in Atlanta gänzlich vorübergehend waren und im Vorhinein bis zu Faktor 10 überschätzt wurden.

Bereits im Vorfeld der letzten Expo im Jahr 2002 klang es gleich. Doch mittlerweile geben sogar die damaligen Verantwortlichen zu, dass die Expo 02 für die wirtschaftliche Entwicklung ein blosses Strohfeuer war.

Mega-Events als Wachstumsbremse

Für die Finanzierung von Grossevents muss der Staat finanzielle Mittel von Orten im Wirtschaftsgeschehen wegnehmen, wo diese gute Verwendung haben, und sie in eine Vielzahl relativ einfacher und zeitlich befristeter Kleinjobs umlenken. Ist der dadurch erzeugte Kurzboom bald einmal verflogen, brauchen die gebauten Anlagen aber immer noch kostspieligen Unterhalt.

Kein Wunder, dass es neben der Mehrheit von Studien, die keinerlei Effekte von Grossevents finden, auch noch solche gibt, die negative Auswirkungen solcher Politik finden: Coates & Humphreys (1999) zeigen etwa, dass Grossevents das Pro-Kopf-Einkommen am Veranstaltungsort negativ beeinflussen. Baade & Matheson (2001/2004) fanden heraus, dass die Wirtschaft an Veranstaltungsorten der Baseball All-Star Games und der WM 1994 in den USA langsamer wuchs als in vergleichbaren Städten. Gleiches fand Szymanski (2002) für die Gastgeberländer der Fussballweltmeisterschaft. Teigland (1999) stellt einen markanten Zusammenbruch der Hotellerie in Lillehammer nach den Olympischen Spielen fest und schätzt die Kosten eines durch die Olympiade geschaffenen Arbeitsplatzes

auf drei Millionen Dollar. In der Analyse der Winterspiele in Sochi 2010 findet Müller (2015) schliesslich, dass die Kosten der Überkapazitäten für den russischen Staat die Vorteile deutlich überwiegen, insbesondere da sich das Image des Landes durch die Olympiade deutlich verschlechtert habe.

Der Tenor der Ökonomen ist praktisch einhellig: Die Zauberhand, die einer Region nach einem Grossevent wirtschaftliche Verbesserungen beschert, gibt es nicht. Die wirtschaftlichen Auswirkungen von Mega-Events sind entweder vernachlässigbar oder gar negativ. Warum trotzdem so viele Nutzenstudien im Auftrag der Organisationskomitees fantastische Gewinne prognostizieren, erklärt Crompton (1995): Indikatoren über Umsatz, Einkommen und Beschäftigung werden irreführend dargestellt, Opportunitätskosten und verdrängte ökonomische Aktivität werden vernachlässigt, mögliche Gewinne werden aufgebauscht und Kosten verschleiert. Das wäre bei der Planungsstudie, die bei einem Ja am 5. Juni in Auftrag gegeben würde, natürlich nicht anders: Eine Grundlage, auf der man die Expo besser beurteilen könnte, würde auch diese Studie nicht schaffen.

Romantik ist keine Staatsaufgabe

Zugegeben: Es mag bei der Expo um mehr oder um anderes gehen als um die wirtschaftliche Entwicklung der Ostschweiz. Wenn die Befürworter der Expo schon nicht die wirtschaftlichen Argumente auf ihrer Seite haben, dann vielleicht die emotionalen? Die Expo könne eine breite Euphorie in der Bevölkerung entfesseln, meinen sie, und schon alleine das würde die Expo zum gelungenen Projekt machen.

Doch diese Ansicht zeugt nicht von einem modernen und liberalen Gesellschaftsbild, sondern von einem autoritären: Die deutschen Romantiker von Hegel bis Heidegger schwärmten bereits vom Staat als Stimmungstifter und grossem Volksmotivator, der jeden Einzelnen in Grossevents einbinde und auf Abenteuer mitnehme. Individuelle Freiheit und Selbstbestimmung war ihnen nichts wert und galt als kraftlose Einsamkeit, die den «grossen Plan» aufhalte. Doch gerade die Geschichte hat gezeigt, dass nicht grosse, staatlich vorgegebene Ziele zu Fortschritt führen, sondern kleine, individuell gesetzte. Das gilt auch für die Ostschweiz im Jahr 2016: Für wirtschaftlichen Fortschritt brauchen wir keine grossen Staatsprogramme wie die Expo 2027, sondern mehr Freiheit für das Individuum.

Text: Simon Scherrer

Bild: Archiv

Simon Scherrer ist Präsident der klassisch-liberalen Unabhängigkeitspartei up!, die er 2014 mitgründete. Ursprünglich in Mörschwil aufgewachsen, studiert er derzeit Informatik an der ETH Zürich.

Auf göttliche Tore

Bier und Fussball: Das passt perfekt zusammen. Kein Wunder, dass sich zahlreiche Fans gewünscht haben, die Spiele des FC St.Gallen künftig im «Schützengarten» mitverfolgen zu können. Wer will schon permanent an einen Gesundheitsschuh erinnert werden? Nur passt «kybun» weit besser ins Umfeld des Fussballs, als es die AFG tat. Und auch Gott hat künftig seine Finger mit im Spiel.

Karl Müller drückt dem St.Galler Fussballstadion künftig seinen Stempel auf. Der Mann hat in seinem Leben schon viel erreicht – und auch viel verloren. Dass er sich nun eine ganze Arena «kauft» und diese zum Park «degradiert», passt perfekt in seinen Lebenslauf.

Hochs und Tiefs im Wechsel

Die Entwicklung des MBT-Schuhs machte Karl Müller zum Multimillionär: Von der Geburtsstunde des Schuhs ohne Absatz bis in Jahr 2006 wurden rund vier Millionen Paar abgesetzt. Die «SonntagsZeitung» führte das Produkt gar unter

Mit sozialem Projekt gescheitert

«Mit dem grossen Geld und der Fokussierung auf die Arbeitswelt verschlechterte sich jedoch zunehmend meine Gesundheit», erklärt Müller 2009 in einem Interview mit dem LEADER. «Ich zog einen Schlussstrich und kehrte nach zwölf Jahren nach Roggwil im Thurgau zurück.» Dort wurde nach kurzer Zeit sein Interesse an der Bibel geweckt. Er begann, sich vertieft mit dem christlichen Glauben zu befassen. Geschäftlich begab er sich auf dünnes Eis: Sein ganzes Geld investierte er in ein soziales Projekt (ein Drogenheim in Arbon) – und scheiterte. Die finanzielle Situation war so prekär, dass Karl Müller gezwungen war, Holzspielzeug auf der Strasse zu verkaufen, um seine Familie zu ernähren.

Auch seine Werte veränderten sich: Orientierte er sich in den vergangenen Jahren noch hauptsächlich an Geld, Erfolg und Ansehen, so bildete fortan die Familie den Mittelpunkt. Das änderte sich auch nicht, als er 1997 die Idee des MBT realisierte – und damit weltweit Erfolgsgeschichte schrieb.

Die Heimspielstätte des FC St.Gallen 1879 trägt bereits ab der kommenden Saison – ein Jahr früher als erwartet – einen neuen Namen: kybunpark.

den wichtigsten Schweizer Erfindungen aller Zeiten auf. Kasse machte Müller schliesslich auch beim Verkauf seines Unternehmens im September 2006: Aufgrund unterschiedlicher Visionen mit seinen damaligen Geschäftspartnern entschloss er sich, noch einmal mit einem eigenen Konzept zu starten. Er entwickelte kybun, ein ganzheitliches Trainings- und Therapiekonzept für den Alltag.

Doch dann setzte der Unternehmer bei Bankgeschäften auf die falsche Karte und verlor weit mehr als 100 Millionen Franken. Ein Verlust, der ihn nicht einknicken liess – Müller ist sich Gegenwind gewohnt. Schon in jungen Jahren suchte er die Herausforderung und das Risiko: Mit 20 Jahren versuchte er sich als Unternehmer in Südkorea. Müller verkaufte dort Schweizer Produkte, eröffnete schliesslich mehrere Restaurants und Sportgeschäfte. So baute er damals bereits zwölf Firmen auf. Die Geschäfte florierten; Karl Müller war ein gemachter Mann, der hohes Ansehen genoss.

Ein Jahr früher als geplant

Dieser Mann holt sich nun also eines der Wahrzeichen der Ostschweiz – und das mindestens für die nächsten zehn Jahre. Die Heimspielstätte des FC St.Gallen 1879 trägt bereits ab der kommenden Saison – ein Jahr früher als allgemein erwartet – einen neuen Namen.

Mit der Firma kybun AG hat die FC St.Gallen Event AG einen langjährigen Partner aus dem Bereich Rehabilitation und Gesundheitsförderung gewinnen können, der nun sein Engagement ausweitet. So gibt das Unternehmen um die Geschäftsleiter Karl Müller und Franz With dem Stadion für mindestens zehn Jahre den Namen – «kybunpark» wird das Schmuckstück der Region ab der Saison 2016/17 heissen. Im Rahmen eines umfassenden Gesamtpaketes wird die kybun AG zudem unter anderem auch auf den Hosen der FCStG-Tenues präsent sein.



Von links: Dölf Fröh (Verwaltungsratspräsident FC St. Gallen AG und FC St. Gallen Event AG), Franz With (Geschäftsführer kybun AG), Pascal Kesseli (CEO FC St. Gallen Event AG) und Karl Müller (Geschäftsführer kybun AG).

Wahrzeichen der Ostschweiz

«Wir freuen uns enorm, dass wir mit der kybun AG einen Partner gewinnen konnten, mit dem wir schon lange zusammenarbeiten», so FCSG-Präsident Dölf Fröh. Gemeinsam mit den Verantwortlichen der kybun AG habe man die Vision, den FC St. Gallen in den kommenden Jahren noch mehr in der Wirkungskraft als ein Wahrzeichen der Ostschweiz und in der Anwendung des kybun-Bewegungskonzepts im Spitzensport weiterzuentwickeln. «Wir reden von einer Partnerschaft, die weit über reine Geschäftsbeziehungen hinausgeht», sagt Fröh.

Die erste Mannschaft des FC St. Gallen nutzt das kybun-Bewegungskonzept und die Produkte von kybun im Bereich Therapie, Rehabilitation und Regenerationen bereits seit über sechs Jahren.

Karl Müller ist absolut kein Unternehmer, wie er im Buche steht. Was positiv ist.

Weitere Massnahmen mit Ausstrahlung

Karl Müller, gemeinsam mit Franz With Geschäftsführer der kybun AG, führte anlässlich der Medienkonferenz von Mitte Mai aus: «Die sechsjährige Zusammenarbeit war die Basis für die Ausweitung unseres Engagements beim FC St. Gallen.» Innerhalb eines fachlichen Treffens sei vom FC St. Gallen schliesslich das Thema «Erweiterung der Partnerschaft» angesprochen worden. «Darum macht es für uns mehr

als nur Sinn, denn ein Therapie- und Bewegungskonzept, das für den Profisportler gut ist, muss wohl auch für Hobbysportler und Nichtsportler gut sein. Und genau diese Botschaft möchten wir durch die Zusammenarbeit mit dem FCSG in die Welt hinaus tragen.»

Bezüglich der Namensgebung war man sich ebenfalls schnell einig, so wie die gesamten Gespräche unkompliziert und zügig verlaufen seien. «Es waren von Beginn an sehr konstruktive Gespräche. Die Verantwortlichen beider Unternehmen liegen auf der gleichen Wellenlänge. Bis jetzt haben wir vor allem auf die Mund-zu-Mund-Propaganda unserer weltweit mehreren Hunderttausend Stammkunden gesetzt. Jetzt, glauben wir, ist der Zeitpunkt gekommen, die Marke kybun zusätzlich zu stärken und mittels dem «kybunpark» bekannter zu machen», erklärte Franz With. Dies hier in der Region Ostschweiz beginnend, wo die Wurzeln des Unternehmens seien – und dann über die ganze Schweiz und weltweit ausbreitend. «Denn im September 2016 öffnen wir die Produktionsstätte des Schweizer Luftkissenschuhs kyBoot im st. gallischen Sennwald für Besucher aus dem In- und Ausland. Dies mit einer Erlebniswelt auf rund 9000 Quadratmetern und dem Thema «gesunde und aktive Bewegung». Daraus erwarten wir Synergien in inhaltlicher und werblicher Wirkung», ergänzt With.

Dankbarkeit statt Stolz

Für Pascal Kesseli, CEO der FC St. Gallen Event AG, ist es erfreulich, bereits nach so kurzer Zeit einen neu-



Die Arena wird zum Park.

en Namensgeber gefunden zu haben: «Seit Oktober 2015 waren wir seitens der AFG darüber informiert worden, dass das 2018 auslaufende Namingright nicht verlängert werde.» Dass man bereits auf die kommende Saison einen neuen Namensgeber fin-

den konnte, sei nicht selbstverständlich, zeige aber deutlich auf, dass der FC St.Gallen und kybun mehr als nur normale Geschäftspartner seien.

Karl Müller ist absolut kein Unternehmer, wie er im Buche steht. Was positiv ist: Genau wie der FC St.Gallen musste er sich nach Niederlagen wieder aufraffen und nach vorne schauen, sich motivieren und neue Ziele stecken. «Es hat alles gebraucht, um an diesen Punkt zu gelangen. Wenn sie etwas mit Bauklötzen bauen, können Sie auch nicht am Schluss einen der unteren entfernen. Alles würde zusammenstürzen», umschrieb er im erwähnten LEADER-Interview seine Lebenseinstellung. Stolz auf das bisher Erreichte sei er hingegen nicht. Wenn, dann sei es Dankbarkeit: «Ich habe das nicht selber gemacht. Ich bin ein gläubiger Mensch. Ich glaube an Gott und an die Bibel. Im Gegensatz dazu bin ich gar nichts. Um das zu erreichen, waren so viele Führungen nötig. Alleine hätte ich das gar nicht zustand gebracht. Die Ideen waren ein Geschenk.»

Text: Marcel Baumgartner

Bilder: FC SG

Anzeige

LONGINES
CSIO Schweiz
St. Gallen

AUF DEM SPRUNG NACH RIO
2. BIS 5. JUNI 2016

Kurz vor den Olympischen Spielen in Rio de Janeiro trifft man sich am offiziellen Pferdesportanlass der Schweiz im Stadion Gründenmoos. Mit dem einzigartigen **PREIS DER NATIONEN**, dem **GROSSEN JAGDSPRINGEN** und dem **LONGINES GRAND PRIX DER SCHWEIZ** folgen die sportlichen Höhepunkte Schlag auf Schlag. In der wunderschönen Naturarena erwarten Sie die Weltelite der Springreiter, faszinierende Show-Vorführungen und beste Unterhaltung für die ganze Familie.

Hauptsponsor: **msdirect**
Official Broadcaster: **SRF**
Medienpartner: **TAGBLATT**, **tv**, **FMI**, **passenger tv**

cslo.ch
TICKETS GIBT'S BEIM HAUPTINGANG ZUM STADION GRÜNDENMOOS.

Die Bewegungs-Hungernot

Vor knapp zwanzig Jahre entwickelte Karl Müller den MBT-Schuh, der sich über zehn Millionen Mal verkaufte. 2006 gründete der Thurgauer dann die kybun AG. Das Unternehmen ist international erfolgreich. Welche Probleme es zu lösen versucht, erklärt die Kommunikationsverantwortliche Vanessa Stahel.



Vanessa Stahel,
kybun-Kommunikations-
verantwortliche.

Vanessa Stahel, unzählige Menschen arbeiten in Büros. Ist das eine Belastung für den Körper?

Ja, eine enorme. Daher haben beispielsweise gemäss dem Bundesamt für Statistik auch 2,8 Millionen Menschen in der Schweiz Rückenschmerzen. Heute gehen zivilisierte Menschen gerade noch 800 Meter am Tag. Die restliche Zeit sitzen sie. Man kann hier von einer «Bewegungs-Hungersnot» sprechen. Und dieser Mangel an Bewegung führt daher oft zu Schmerzen an Rücken, Hüften, Beinen und Füssen.

«Heute gehen zivilisierte Menschen gerade noch 800 Meter am Tag.»

Was können Unternehmen machen, damit ihre Angestellten gesund bleiben?

Den Mitarbeitern mehr qualitative Bewegung ermöglichen. Das heisst, dass bei wenig Bewegung im Alltag eine höhere und wirkungsvollere Bewegungsaktivierung erfolgt. Dies vermögen der kyBoot beziehungsweise der kyBounder, indem sie Fitness, Gesundheit und Wohlbefinden direkt mit dem Arbeitsplatz auf einfache und kostengünstige Weise verbinden respektive darin integrieren. Dieses qualitativ bewegte Arbeiten mit unseren Produkten im Alltag ist die

gesunde Alternative zum passiven Sitzen, Stehen oder Gehen. Somit stellt das kybun-Bewegungskonzept einen wichtigen Teil des Gesundheitsmanagements in Unternehmen dar, trägt zu mehr Vitalität und Zufriedenheit der Mitarbeiter bei und verringert die Krankheitstage der Belegschaft.

Können Sie das Bewegungskonzept von kybun erklären?

Unser Bewegungskonzept hat zum Ziel, das Wohlfühlgefühl und die Wirkung des weich-elastischen Naturbodens in den Alltag des zivilisierten Menschen zu bringen. Nach jahrelangem Forschen und Entwickeln ist es Erfinder Karl Müller und seinem Team gelungen, das Naturbodengefühl perfekt zu imitieren. Das Stehen auf dem weich-elastischen Federboden des kyBounder und das Gehen auf der Luftkissensohle des kyBoot trainieren die Fuss-, Bein- und Rumpfmuskulatur, richten die Körperhaltung auf, gleichen Schonhaltungen aus, dehnen verkürzte Muskeln, schonen die Gelenke, lösen Verspannungen, verbessern die Venenfunktion und vieles anderes mehr.

Ist das Interesse an Ihren Produkten in den vergangenen Jahren angestiegen?

Der Wirtschaftsstandort Schweiz muss in Zukunft noch konkurrenzfähiger werden. Da rund drei Viertel der Schweizer Wirtschaft im Tertiärsektor ihr Geld verdient, rückt die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter vermehrt in den Mittelpunkt. Die Leistungsfähigkeit ist stark abhängig von der Gesundheit der Mitarbeitenden. Der Grund von vielen körperlichen Beschwerden ist einerseits der Bewegungsmangel, andererseits die fehlende qualitative Bewegung. Mit unseren Produkten kann man auf eine einfache, effiziente, wirkungsvolle Weise die Leistungsfähigkeit von Menschen unterstützen. Daher wird die Nachfrage nach der kybun-Bewegungstherapie für den Alltag und an unseren Produkten weiter stark steigen.

Interview: Eva Hediger

Bild: zVg.

DER NEUE JAGUAR F-PACE
**DURCH UND DURCH
EIN JAGUAR.**



Der neue JAGUAR F-Pace kombiniert sportliches Handling und atemberaubendes Design mit Alltagstauglichkeit und Effizienz. Moderne Motoren, Aluminium-Leichtbau-Konstruktion und modernste Fahrdynamik-Technologien sorgen beim JAGUAR F-PACE für eine sportliche Performance und einzigartigen Fahrspass ab CHF 49'500.-.

Buchen Sie jetzt eine Probefahrt und erleben
Sie echte JAGUAR Performance.



Ihr Fachmann
seit 1924.

Emil Frey AG
Autopark St. Gallen

Ihr kompetentes 4x4 Zentrum

F-PACE 20d PURE, 6-Gang-Schaltgetriebe, Heckantrieb, 180 PS, Normverbrauch gesamt: 4.9 l/100 km, 129 g CO₂/km (Durchschnitt aller in der Schweiz angebotenen Fahrzeuge: 139 g/km), Benzinäquivalent: 5.5 l/100 km, Energieeffizienz-Kategorie: B. Abgebildetes Modell: JAGUAR F-PACE FIRST EDITION S AWD, 380 PS, empfohlener Nettoverkaufspreis CHF 97'600.-, Normverbrauch gesamt: 8.9 l/100 km, 209 g CO₂/km. Energieeffizienz-Kategorie G. Alle Beträge sind inkl. MwSt. Free Service: 4 Jahre oder 100'000 km. Es gilt das zuerst Erreichte.

Grosser Wurf auf leisen Pfoten

Wird der F-Pace der erfolgreichste Jaguar in der Markengeschichte? Ausgerechnet der erste SUV, wo die britische Marke doch traditionell vor allem für Limousinen und Sportwagen steht? – 10 000 Bestellungen vor Verkaufsstart, ehe ein Kunde die Neulancierung überhaupt fahren konnte, lassen keinen Zweifel daran: Der F-Pace wird auf der Überholspur fahren.



Jenseits aller Geschmacksfragen gehört der F-Pace zu den besonders gelungen proportionierten Exemplaren seiner Gattung. Und auch preislich ist der Jaguar-SUV attraktiv – bereits ab 49 500 Franken gibts den F-Pace mit Heckantrieb, ab 54 800 Franken mit 4x4.

Fürstliches Raumgefühl

Im Fond finden die Beine locker Platz, die Füsse passen gut unter die Vordersitze, und auch beim Kopfraum wird es trotz der optisch abfallenden Dachpartie nicht eng. Schlussendlich hat der F-Pace mit 650 Litern auch noch einen riesigen, gut zugänglichen Kofferraum.

Dass sich der F-Pace auf kurvenreichen Strecken leichtfüssig anfühlt, liegt nicht nur am geringen Gewicht dank viel Alu, sondern auch an der feinen Abstimmung: Das Fahrwerk mit adaptiven Dämpfern gibt sich straff, aber nicht unkomfortabel. Selbstverständlich sind alle wichtigen Assistenzsysteme von der Fussgängererkennung über Spurhalte-, Park- und Traktionshilfen und Bremsassistenten bis hin zum adaptiven Tempomaten erhältlich.

Voll digitalisiertes Cockpit

Jaguar-typisch sind die Instrumente digital. Sie sehen gut aus und das Display lässt sich vielfältig konfigurieren. Gegen Aufpreis gibt es ausserdem ein

Head-up-Display. Konnektivität und Infotainment organisiert der F-Pace mit einem System namens InControl: Es erlaubt die Verwendung etlicher Apps des Smartphones im Auto, steuert Multimediainhalte, Fahrzeugeinstellungen und Navigationssystem.

In der Basisversion ab 49 500 Franken arbeitet ein 2-Liter-Diesel. Mit 180 PS kommt der F-Pace damit mit Handschaltung und Hinterradantrieb auf einen Normverbrauch von nur 4,9l/100 km. Natürlich gibt es auch für diese Motorisierung die 8-Gang-Automatik und Allradantrieb zu kaufen; beides ist bei den 3-Liter-V6-Motoren serienmässig. Als Biturbo-Diesel leistet der V6 300 PS. Und der aus dem sportlichen F-Type entlehene V6-Kompressor-Benziner mit 340 oder 380 PS unterstreicht den sportlichen Anspruch des Briten noch deutlicher.

Der neue Jaguar F-Pace ist ab sofort erhältlich bei :

Emil Frey AG, Autopark
Molkenstrasse 3-7, CH-9006 St.Gallen
Tel. +41 (0)71 228 64 64
autopark@emilfrey.ch
www.emilfrey.ch/autopark

Hinter der Fassade

Der Ostschweizer Roger Bechtiger führt ein Architekturbüro in St.Gallen mit bald mehr als einem Dutzend Mitarbeiter. Gemeinsam setzt das Team Projekte in der Schweiz und dem Ausland um. «Mein Fokus liegt auf die Architektur als Gesamtkunstwerk», so Bechtiger.

Roger Bechtiger ist in St.Gallen geboren, hat in der Stadt die Schule besucht und erste Arbeitserfahrungen gesammelt – unter anderem bei seinen Eltern, die Geschäft für Innendekoration betreiben. Auch in Zürich und den Vereinigten Staaten hat der Ostschweizer gearbeitet und studiert. An der Rhode Island School of Design schloss er den Master in Architektur ab. «In New York und Boston sammelte ich Eindrücke, die mich sehr beeinflusst haben – auch was das integrale Verständnis für Design und Architektur betrifft», erzählt Bechtiger. «Durch die Aufenthalte habe ich einen klaren Sinn für Ästhetik entwickeln können, und ich lernte, meine Ideen zu kommunizieren.» Mittlerweile ist Bechtiger zurück in der

ermöglichte es mir, die Projekte von allen Aspekten her und von innen nach aussen und umgekehrt zu kontrollieren. Also von der Architektur bis ins letzte Detail.» Aktuell arbeiten sieben Personen im Büro, das Team wird jedoch ständig erweitert und besteht aus Architekten, Designern und Zeichnern. «Wir sind ein interdisziplinäres und sehr kommunikatives Büro. Wir arbeiten zusammen an einem Ziel, aber jeder Mitarbeiter ist für ein Projekt oder Teilprojekt zuständig.»

Internationale Pläne

Jedes dieser Vorhaben wird nachhaltig, modern und mit einem hohen Mass an Funktionalität und Zeitlosigkeit gestaltet. «Wir sehen uns nicht als ein typisches Architekturbüro, da wir den Fokus auf Designdetails legen», erklärt Bechtiger. «Ich glaube, das ist auch der Grund, weshalb Bauherren in diesem hart umkämpften Markt zu uns kommen.» Zu den Kunden zählen individuelle Bauherren, Familien, Restaurants, KMU, grössere Unternehmungen, Ärztegruppen, Schulen und Institutionen. «Zurzeit sind wir in der glücklichen Lage, dass wir sehr schöne und spannende Projekte für unsere Bauherrschaften realisieren können.»

Vor Weihnachten haben Bechtiger und sein Team ein gesamtes Bürogeschoss in einem Londoner Wolkenkratzer fertiggestellt. Davor hat er das Restaurant Bären in Gonten ausgestattet. «Mir gefällt die Herausforderung an jedem Projekt. Ich glaube nicht, dass die einen mehr fordern als andere. Die Bedingungen unterscheiden aber sich in Bezug die Architektur und die Ziele.» Was steht im Jahr 2016 an? «Uns erwarten unter anderem Aufgaben im Wohnungsbau. Zurzeit integrieren wir den Bereich Baumanagement in unsere Struktur und möchten mit Partnern noch enger zusammenarbeiten. Somit können wir unseren Bauherren die nötige komplette Expertise anbieten, damit wir auch in Zukunft grössere Projekte entwickeln können.»

Vor Weihnachten haben Bechtiger und sein Team ein gesamtes Bürogeschoss in einem Londoner Wolkenkratzer fertiggestellt.

Heimat. Noch immer profitiert er von seinen Auslandsjahren: «Ich lernte, mit internationalen Normen und Gesetzen zu arbeiten. Das hat mir später in meinem eigenen Architekturbüro sehr geholfen, da ich regionale und internationale Projekte realisieren konnte.»

Mehrere Standorte

Bereits 2007 gründete Bechtiger gemeinsam mit einem Partner die Wohnbedarf Breu & Bechtiger GmbH. Das Geschäft in Frauenfeld ist nicht nur ein Möbelladen, sondern auch ein Innenarchitekturbüro. «Ich wollte mich selbstständig machen und suchte die Kombination zwischen Planung und Interior Design. Es war schon immer mein Ziel, die Inneneinrichtung in die Architektur zu integrieren», erklärt Bechtiger, zu dessen Hobby das Sammeln von antiken und modernen Möbeln sowie Dekor gehört. «Seit drei Jahren bin ich aber nicht mehr für dieses Unternehmen tätig.»

2010 gründete Bechtiger in St.Gallen ein eigenes Büro. «Mein Fokus liegt auf die Architektur als Gesamtkunstwerk. Die Gründung des eigenen Ateliers

Text: Eva Hediger

Bild: Stéphanie Engeler



Architekt Roger Bechtiger:

**«Wir sehen uns nicht als ein typisches
Architekturbüro, da wir den
Fokus auf Designdetails legen.»**

Zusammenspannen, um zu überleben

**Von Bratwürsten und Bibern, Olma und öV, Logiernächten und Investitionen:
Wie Hoteliers, Gastronomen und Gwerbler von Kongressen profitieren.
Und was sie sich für den Kongressstandort St.Gallen wünschen.**

Hunderte von Gästen, Hunderte von gebuchten Zimmern, meist während mehrerer Tage: Das Kongressgeschäft ist für die allermeisten Hotels in der Stadt und Region St.Gallen zweifelsohne von Bedeutung. So auch für das Radisson Blu an der St.Jakob-Strasse in St.Gallen, gleich bei den Olma-Hallen und in Gehdistanz zur Altstadt. «Durch unsere Lage spüren wir vom Kongressgeschäft bestimmt mehr als andere Hotels», sagt Wilfried Fischer, Direktor Administration des Viersternehauses. Er spricht von einem starken Zulauf während Kongressen, davon, dass das

Wenige Hotels sind unmittelbar bei den Olma-Messen gelegen, somit besteht in der Transportfrage klar Potenzial.

Kongressgeschäft einen wesentlichen Anteil des Umsatzes ausmache. «Zudem beleben solche Veranstaltungen die Stadt und Region und bringen ein internationales Publikum hierher. Mehr Kongresse wären also ein grosses wirtschaftliches Plus.» Allerdings verkaufe man aber immer auch die Lage mit: «Da haben andere Destinationen die Nase vorn, gerade in Bezug auf Flughäfen und die Dichte an Hotels», sagt Fischer weiter. Und: «Es ist aber wie immer im Leben: Wenn man nicht investiert, wird sich auch nicht viel ändern.»

Fehlendes Angebot

Etwas weiter vom Zentrum entfernt – und damit auch von den Kongressen – liegt das Kurhotel Oberwaid. Wie der Name bereits impliziert, ist das Kongressgeschäft nicht das Kerngeschäft des Hauses. Nichtsdestotrotz sei es ihnen wichtig, Kongressteilnehmer ins Hotel zu holen, sagt Sepp Herger, stellvertretender Direktor und Gastronomieleiter. Da in der «Oberwaid» das Thema Gesundheit im Vordergrund stehe, sei es für sie vor allem von Bedeutung, bei Kongressen zu ebendiesem Thema mit von der Partie zu sein. Generell fände er es wünschenswert, gäbe es in St.Gallen mehr Kongresse. «Aber um im

Kongressgeschäft langfristig Erfolg zu haben, müssen alle gemeinsam etwas unternehmen: die Stadt, der Tourismus, der Hotelierverein und auch Wirtschaft und Politik.» Was in seinen Augen beispielsweise aber bisher fehle, sei etwa ein Gratis-öV-Ticket für Besucher, sagt Herger.

Auch das Gewerbe ist gefordert

Als «Muss für das Kongressportfolio» bezeichnet ein solches Ticket Sina Nikolussi, General Manager des Hotels City Weissenstein. Wenige Hotels seien unmittelbar bei den Olma-Messen gelegen, somit bestehe in der Transportfrage klar Potenzial. Im City Weissenstein würden etwa 15 Prozent der Logiernächte durch Kongresse generiert. «Zehn Prozent über Kontingentsanfragen, die anderen fünf Prozent sind Kongressteilnehmer, die individuell buchen. Es ist ein wichtiges Marktsegment, nicht nur für uns, sondern für die gesamte Hotellerie.» Zwar fehlten für Grosskongresse mit mehr als 3000 Teilnehmern in der Stadt und Region die nötigen Betten, sagt Sina Nikolussi weiter. «Aber für kleinere und mittlere Kongresse ist St.Gallen optimal geeignet.» Auch sie ist der Meinung, dass «alle Leistungsträger zusammenspannen müssen», um mehr Kongresse anzuziehen. «Nur so kann man auf dem Markt als Kongressstandort überleben.» So würde sie es auch begrüßen, beteiligte sich das Gewerbe in irgendeiner Form an Kongressen. «Schliesslich profitiert es auch davon.»

Einkaufsvergünstigungen

Ob das tatsächlich so ist, lässt sich laut Ralph Bleuer nicht messen. Der Präsident von Pro City St.Gallen erachtet Kongresse als sehr wichtig für den Standort St. Gallen und ist gegenüber diesem Thema «absolut positiv eingestellt». Grundsätzlich locke jeder Kongress Menschen in die Stadt. Und mehr Menschen seien mehr potenzielle Einkäufer. Die Frage sei einfach, wie viel Zeit den Teilnehmern jeweils ausserhalb des Kongresses bleibt. «Selbst wenn das wenig ist: Sehen Kongressteilnehmer etwas von der Stadt und sie gefällt, kommen sie vielleicht wieder.»

Bleuer schätzt, dass gewisse Läden die Kongresse mehr spüren als andere. «Das ‚Mitbringselgeschäft‘ profitiert bestimmt. Der eine oder andere nimmt vielleicht einen St.Galler Biber oder St.Galler Bratwürste mit nach Hause oder auch Schmuck.» Die Kleidungsbranche hingegen dürfte Kongresse seiner Einschätzung zufolge eher weniger bemerken. Verlässliche Zahlen gebe es diesbezüglich allerdings nicht. «Generell können wir aber auf jeden Fall sagen, dass wir Bestrebungen, den Kongressstandort St.Gallen zu stärken, seitens Pro City absolut begrüßen und versuchen, mit Einkaufsvergünstigungen zu unterstützen.» In diese Richtung seien Möglichkeiten in Abklärung.

Neben Hotellerie und Gewerbe profitieren auch viele Gastronomen in der Stadt von Kongressen.

Wer ist in der Pflicht?

Nebst Hotellerie und Gewerbe profitieren schliesslich auch viele Gastronomen in der Stadt von Kongressen. Auch solche, die nicht ganz zentral liegen. Etwa das Restaurant Falkenburg. «Wir erfreuen uns immer wieder an vielen Gästen, die an Kongressen teilnehmen», sagt Gastronom Patrick Wetzold. Für die «Falkenburg» als auch für andere Restaurants sei das eine gewichtige Einnahmequelle. Auch er wünscht sich mehr Kongresse, sieht aber ein Problem in der Wahrnehmung der Stadt St.Gallen: «Wir gelten als kleine Randregion der Schweiz. Müssten aber eigentlich, bei unserer vorhandenen Infrastruktur, mehr Kongresse hier haben.»

Zusätzliche Gäste, zusätzliche Konsumationen, zusätzlicher Umsatz – davon spricht ein zweiter Gastronom, René Rechsteiner, Chef des zentral gelegenen «Bierfalken» und Präsident von Gastro Stadt St.Gallen. Und auch er will mehr – und sieht St.Gallen-Bodensee Tourismus, die Olma-Messen, die Behörden und die Politik in der Pflicht. «Der Wirtschaftsfaktor sollte in der Kongressstrategie einen vorderen Platz einnehmen. Oberste Priorität sollte eine florierende Wirtschaft haben, davon hängen enorm viele Unternehmen ab.» Kongresse seien auch nachhaltig: «Die Chancen steigen, dass die Leute als «normale Besucher» wiederkommen. Und nicht nur wegen der Olma, dem Fussballmatch und dem Sän-tis», sagt Rechsteiner. Denn St.Gallen habe genügend weitere Argumente, die für die Stadt sprechen würden – gute Argumente.

Text: Malolo Kessler

Bilder: zVg.



**Wilfried Fischer,
Radisson Blu:**

«Wenn man nicht investiert, wird sich auch nicht viel ändern.»



**Sepp Herger,
Kurhotel Oberwaid:**

«Alle gemeinsam!»



**Sina Nikolussi,
Hotel City
Weissenstein:**

«Für kleinere und mittlere Kongresse ist St.Gallen optimal geeignet.»



**Ralph Bleuer,
Präsident von
Pro City St.Gallen:**

«Wie viel Zeit bleibt?»



**Gastronom
Patrick Wetzold:**

«Gewichtige Einnahmequelle.»



**René Rechsteiner,
Präsident von Gastro
Stadt St.Gallen:**

«Oberste Priorität sollte eine florierende Wirtschaft haben.»



Kantonsratspräsident Markus Straub:

*«Man erinnert sich an
den Film *Und täglich
grüsst das Murmeltier*.»*

«Ein Schlag in die Magengrube»

Ein Drittel seines Lebens widmete sich der amtierende St.Galler Kantonsratspräsident Markus Straub (SVP) der Politik: 1996 wurde er ins Stadtparlament und vier Jahre später in den Kantonsrat gewählt. Nun zieht er einen Schlusstrich. Im Gespräch mit dem LEADER erklärt der 56-Jährige, welcher Stachel nach wie vor tief sitzt, ob das «unzählbare Staatsmonster» doch irgendwie zu bändigen ist und inwiefern ihn der Politbetrieb an ein Hamsterrad erinnert.

Markus Straub, am 31. Mai endet Ihre einjährige Amtszeit als St.Galler Kantonsratspräsident. Sie kandidierten nicht mehr für den Kantonsrat. Geht damit auch Ihre politische Karriere zu Ende?

Ja, die grosse Politik ist für mich nach 20 Jahren abgeschlossen.

Sie werden dieses Jahr 57. Eigentlich noch kein Alter, um sich zurückziehen zu müssen.

Nein, das wäre es nicht. Aber ich habe das Thema grundsätzlich für mich abgeschlossen. Daher lehnte ich auch Anfragen ab, im vergangenen April für den Regierungsrat zu kandidieren. Das war für mich kein Thema.

«Es gibt ja bekanntlich nichts Einfacheres, als fremdes Geld auszugeben. Und unsere linken Freunde können das sehr gut.»

Sie traten im Jahr 2000 und dann nochmals 2004 als Kandidat zu den Regierungsratswahlen an. Die SVP holte sich den ersten Sitz aber erst 2008. Waren Sie gewissermassen zu früh?

Das kann man so sehen. Aber alle damaligen Kandidaten waren sich dessen vollkommen bewusst: Wir wussten, dass wir gewissermassen die Vorarbeit für künftige Kandidaten leisteten. Und das war auch nötig; die SVP war damals noch eine sehr junge Partei und musste sich zuerst etablieren. Man konnte davon ausgehen, dass es die eine oder andere Wahl – und auch den einen oder anderen Kandidaten – braucht, bis man den Einzug schafft.

Und dennoch tritt man mit einer gewissen Hoffnung an...

Klar. Die hat man. Sonst würde man nicht kandidieren. Man hofft, dass man ja vielleicht doch der ist, der das Unmögliche möglich machen kann. Aber realistisch betrachtet, musste man sich eingestehen, dass die Chancen sehr gering sind.

Haben Sie es jemals bereut, diese Vorreiterrolle übernommen zu haben, dass Sie sich quasi zum falschen Zeitpunkt zur Verfügung gestellt haben?

Wie sagt man so schön: Anschliessend ist man immer gescheiter. Aber ich habe es wenigstens versucht. Schlimmer wäre es für mich, wenn ich mein Leben lang einer verpassten Chance nachtrauern müsste. Ich habe es probiert, es hat nicht geklappt und fertig. Eine erneute Kandidatur stand daher auch nicht zur Debatte. Tritt man zweimal an und wird zweimal nicht gewählt, hat man das Verliererimage. Ich wollte nicht zum ewigen Kandidaten werden.

Zwei Jahrzehnte sind eine lange Zeit. Treten Sie mit etwas Wehmut ab?

Das nicht. Für mich überwiegt die Freude. Und ich wollte nie ein Politiker sein, den man irgendwann aus dem Saal hinaustragen muss. Ich wollte selber Platz machen. Und mit 16 Jahren im Kantonsrat ist meiner Meinung nach das Maximum erreicht – es ist Zeit, das Ruder an Jüngere zu übergeben. Natürlich muss man damit klarkommen, nicht länger am Puls des Geschehens zu sein. Das ist aber nicht nur in der Politik so.

Bildete das Präsidium gewissermassen das Highlight Ihrer politischen Karriere? Oder will man nicht zwingend eine Bilanz ziehen?

Doch, doch, das will man schon. Aber es gab viele Highlights. Viele hingen damit zusammen, dass die SVP im Kanton St.Gallen in all den Jahren immer stärker geworden ist und wir zahlreiche Wahlen gewinnen konnten. Das Kantonsratspräsidium ist für mich persönlich ein schöner Abschluss – nicht zuletzt deshalb, weil mir das Parlament das entsprechende Vertrauen geschenkt hat.

Nun übten Sie dieses Amt in einer Zeit aus, die von Wahlen geprägt war – nationalen wie kantonalen. Inwiefern prägten diese Ihre Amtstätigkeit?

Ich sah es als klaren Vorteil an, dass ich selbst für kein Amt mehr kandidierte. So stand ich nicht unter

Druck. Und kein anderer Kandidat musste das Gefühl haben, ich hätte durch meine aktuelle Funktion als Kantonsratspräsident einen Vorteil. Ich stand niemandem vor der Sonne. Ansonsten hatten die Wahlen keinen Einfluss auf meine Amtstätigkeit. Die Funktion muss man differenziert betrachten: Man ist ein Präsident von allen, von links bis rechts, und sollte sich daher politisch nicht zu stark exponieren.

Da ist man 20 Jahre in der Politik tätig und den Abschluss bildet ausgerechnet ein Jahr, in dem einem ein Maulkorb verpasst wird?

(Lacht) Man wächst ja gewissermassen in dieses Amt hinein. Man weiss, was auf einen zukommt, wenn man sich zur Verfügung stellt. Man wird nicht von den Umständen überrumpelt.

Wenn diese LEADER-Ausgabe erscheint, sind Sie nur noch wenige Tage Kantonsratspräsident. Sie könnten nun eigentlich Ihren Maulkorb ablegen und auf den Tisch hauen.

Noch bin ich Kantonsratspräsident... Aber nein, es gibt ja auch einen Grund, dass man mich gewählt hat – mit einem der besten Resultate und praktisch von allen, ausser von jenen, die das Amt selber anstreben. Und ein Grund ist sicherlich, dass ich keiner bin, der am Schluss noch über irgendwelche Leute herzieht.

«Bis jetzt hat der Kanton überhaupt nichts eingespart, keinen einzigen Rappen.»

Wir wollten Sie auch nicht dazu animieren. Aber ein Versuch war es wert...

Das entspricht nicht meinem Naturell. Von aussen wird man als klarer Parteivertreter wahrgenommen – hart in der Sache. Aber innerhalb des Kantonsrats pflegt man gute Kontakte. Ich habe auch zu SP-Politikern ein gutes Einvernehmen, obwohl wir politisch vollkommen andere Positionen vertreten. Und ganz ehrlich: Mir fällt auch niemand ein, den ich nun noch in die Pfanne hauen müsste.

Sie sprechen von Vertrauen, dass man Ihnen als Kantonsratspräsident geschenkt hat. Macht Sie das stolz?

Ja, sicher. Die Stadtratswahlen 2012 waren für mich – das muss ich eingestehen – ein Schlag in die Magenregion. Trotz anderer Vorzeichen wählte das Stimmvolk einen Parteilosen, der sich bisher nicht für die Stadt eingesetzt hat. Das war bitter für mich, weshalb ich nicht mehr beim zweiten Wahlgang angetreten bin. Dass ich dann ein paar Jahre später die Wertschätzung vom Kantonsrat erfahren durfte, gleicht das Ganze wieder etwas aus.

Sie sind nicht der erste SVP-Politiker, der sich an der Stadt St.Gallen die Zähne ausbeisst.

Das ist mir bewusst. Bitter war es dennoch. Vor allem, weil ich nur die Stammwähler abholen konnte. Ich erhielt gewisse Unterstützung nicht, die mir im Vorfeld zugesagt wurde. Das ist ärgerlich. Der Stachel sitzt wahrscheinlich ein Leben lang noch tief. Und es war auch der Grund, weshalb ich aus der Stadt weggezogen bin. Es war nicht mehr «meine» Stadt.

Das klingt nach einer verärgerten Person, welche die Türe zuschlägt und davonrennt...

Nein. Es war ein Abschluss. Ein bewusster. Ich war der Meinung, viel für die Stadt getan zu haben. Das würde nicht honoriert. Also zog ich meine Konsequenzen.

Wird man als Politiker denn nicht immer mal wieder geblendet – von einem Umfeld, in dem einem die Leute dauernd auf die Schultern klopfen?

Das glaube ich nicht. Ich bewege mich nicht in geschlossenen Kreisen. Ein entsprechender Zuspruch kam auch von Personen ausserhalb der Partei. Sonst hätte ich nie kandidiert. Aber die Sache ist nun abgeschlossen. Ich fühle mich wohl in Rüthi.

Dort wird im Herbst nach dem Abgang des frisch gewählten Nationalrats Thomas Ammann das Gemeindepräsidium neu besetzt. Kein Interesse?

Nein. Obwohl mich die Exekutive immer interessiert hat, ist das kein Thema für mich. Käme eine entsprechende Anfrage, könnte ich mir jedoch ein Mitwirken im Gemeinderat oder in der GPK vorstellen. So könnte ich der Gemeinde etwas von meiner Erfahrung zurückgeben.

Wenn Sie nun auf die zwanzig Jahre zurückblicken, wie hat sich die Politik verändert?

Das ist schwierig zu beurteilen, da man ständig Teil der Veränderungen ist. Man schwimmt gewissermassen mit. Was ich jedoch feststelle, ist ein laufend wachsendes Desinteresse an unserer Arbeit vonseiten der Medien. Unsere Arbeit findet wenig Beachtung – vor allem in der Stadt St.Gallen. Dort wird in der Regionalausgabe des «Tagblatts» kaum von den Geschäften aus dem Kantonsrat berichtet.

Das Argument dürfte sein, dass sich der Leser kaum dafür interessiere...

Das ist mir auch klar. Und das wurde mir auf Rückfrage von den entsprechenden Journalisten auch entsprechend so kommuniziert. Aber es wäre ja auch ein Auftrag der Medien, ausgewogen zu berichten. In den ländlichen Gebieten wird das noch eher so gehandhabt. Aber in der Stadt St.Gallen ist da scheinbar ein Ding der Unmöglichkeit.

Als Ihre politischen Ziele führen Sie auf Ihrer Website unter anderem die Reduktion der Staatsquo-



te, die Senkung von Steuern und Gebühren sowie bessere Bedingungen für Wirtschaft, KMU und Mittelstand auf. Wenn Sie nach insgesamt 16 Jahren im Kantonsrat ein Fazit ziehen müssen: Wie weit sind wir von diesen Zielen entfernt?

Wir entfernen uns immer weiter davon.

«Ich wollte nie ein Politiker sein, den man irgendwann aus dem Saal hinaustragen muss.»

Und das, obwohl die SVP immer stärker wurde?

Ja. Es ist frustrierend. Aber wir haben praktisch keine Handhabung, das ausufernde Wachstum des Staates einzudämmen. Es ist verrückt. Aber der Staat ist uns immer einige Schritte voraus.

Was müsste denn passieren, um eine Gegenbewegung zu erreichen?

Es funktioniert erst dann, wenn die bürgerliche Mehrheit auch wirklich zusammensteht. Aber bei einzelnen Geschäften stellt sich dann jeweils jene bürgerliche Seite quer, deren eigener Regierungsrat von den Konsequenzen betroffen wäre. Dabei sollte man auch dann einen Riegel schieben, wenn es das «eigene» Departement zu spüren bekommt. Das passiert aber leider nur selten.

Sie spielen das Spiel seit 16 Jahren mit und kommen auf keinen grünen Zweig. Das dürfte nicht befriedigend sein?

Im Kleinen kann man immer mal wieder etwas bewegen. Aber die grossen Würfe sind leider zu selten. Daher ist es für mich nun auch genug. Vor allem, weil nun von neuen Kantonsräten ähnliche Ideen und Vorstösse eingebracht werden, wie sie schon vor 16 Jahren diskutiert worden sind. Da merkt man dann, dass man sich in einem Hamsterrad befindet. Man erinnert sich an den Film «Und täglich grüsst das Murmeltier».

Man ist frustriert?

Nicht frustriert. Aber es stellt sich ein Ohnmachtsgefühl ein: Man will die Staatsquote reduzieren, man will Steuersenkungen erreichen, aber was geschieht? Es wird noch mehr Geld förmlich verschleudert. Bis jetzt hat der Kanton überhaupt nichts eingespart, keinen einzigen Rappen. Das Einzige, was man gemacht hat, ist, das Ausgabenwachstum zu bremsen. Aber gespart worden ist nicht. Sparen heisst verzichten. Aber kein Departement ist bereit dazu.

Das tönt, als wäre ein unzähmbares Monster erschaffen worden...

Wenn der Staat einmal irgendwo seine Finger drin hat, dann bringen Sie ihn nicht mehr hinaus. Jedes neue Gesetz, das geschaffen wird, wächst in sich weiter und generiert Kosten. Der Vergleich mit einem unzählbaren Monster ist daher gar nicht so falsch. Der Kantonsrat spürt da hin und wieder auch seine Machtlosigkeit gegenüber der starken Verwaltung.

Es wäre nun spannend zu wissen, wie Sie heute argumentieren würden, wären Sie damals in den Regierungsrat gewählt worden.

Da ich seit langer Zeit in der Privatwirtschaft tätig bin – viele Jahre davon auch mit einem eigenen Betrieb –, würde ich wohl kaum anders über die Situation denken. Nehmen Sie Regierungsrat Stefan Kölliker als Beispiel: Er kommt auch aus der Privatwirtschaft – als einziger der Regierungsräte. Dieses Gedankengut spürt man in seinem Departement. Es ist das einzige Departement, in dem darauf geachtet wird, das Wachstum einzuschränken.

Diese Würdigung überrascht nun nicht, da er der Regierungsrat «Ihrer» Partei ist.

Man kann die Zahlen der Departemente vergleichen. Die sprechen eine klare Sprache. Köllikers Abteilung gibt sich Mühe, die Quote im Zaum zu halten. Jene Personen, die innerhalb der Verwaltung gross geworden sind, die können sie im Gegenzug nicht zum Umdenken bewegen. Daher ist es wichtig, Unternehmer in diese Gremien zu wählen, Menschen, die wissen, was es heisst, einen Franken selber zu verdienen. Es gibt ja bekanntlich nichts Einfacheres, als fremdes Geld auszugeben. Und unsere linken Freunde können das sehr gut.

Interview: Marcel Baumgartner

Bilder: Stéphanie Engeler

Bereit für den nächsten Schritt? Jetzt weiterbilden.

Informationsanlass

Dienstag, 7. Juni 2016, 17 Uhr
Fachhochschulzentrum St.Gallen

Details und Anmeldung:
www.fhsg.ch/infoanlass



FHO Fachhochschule Ostschweiz



Leidenschaftlich. Gut. Beraten.

HYPO
LANDESBANK
VORARLBERG

Wir verbinden Vorarlberger Herzlichkeit mit Mehrleistungen für Ihr Unternehmen.

Setzen Sie auf den persönlichen Kontakt einer Regionalbank und auf die Möglichkeiten einer Grossbank, wenn es um Ihr Unternehmen geht.

- Firmenkundengeschäft KMU
- Finanzierung von Geschäftsimmobilien
- Akkreditive und Dokumentarinkassi
- Leasing über unsere Tochtergesellschaft



Vorarlberger Landes- und Hypothekbank Aktiengesellschaft
Bregenz, Zweigniederlassung St. Gallen
Bankgasse 1, Postfach 64, CH-9004 St. Gallen
Tel. +41 71 228 85 00, Fax +41 71 228 85 19
www.hypobank.ch/firmenkunden



Nehmen Sie Platz. Ihre Hypo Vorarlberg

«Es gibt entweder schnelle oder tote Firmen»

Anja Förster (*1966) ist Unternehmensberaterin und Bestsellerautorin. Sie nehme als Managementvordenkerin in Deutschland eine Schlüsselrolle ein, schreibt der «Focus». Denkmauern einzureissen und den Horizont zu öffnen für eine neue Art zu leben und zu arbeiten, darum geht es in ihren Vorträgen und Büchern, die in viele Sprachen übersetzt wurden. Förster referiert am 12. Personaltag vom 9. Juni in St.Gallen.

Anja Förster, der Personaltag widmet sich dem Thema «Personalmanagement im digitalen Zeitalter». Nun bewegen wir uns ja schon lange in diesem Zeitalter. Sind sich viele Firmen dessen einfach noch nicht bewusst?

Nein, die Firmen sind sich dessen absolut bewusst. Beschaffung, Produktion bis hin zum Vertrieb, alles wird digitalisiert und vernetzt. Aber die Treiber dieser Veränderung sind Ingenieure, Informatiker und Betriebswirte – nicht Personaler. Deshalb ist es nicht verwunderlich, dass die Frage, wie der Arbeits- und Führungskontext in dieser neuen digitalen Welt gestaltet werden soll, eine geradezu sträflich nachgeordnete Rolle spielt. Aber es ist ja gerade die Aufgabe der Personaler, Antworten darauf zu suchen, wie zeitgemässe Formen der Arbeit im Zeitalter der Veränderung aussehen – und diesem Thema einen Platz ganz vorn auf der Agenda zu verschaffen. Hier gibt es noch jede Menge zu tun.

«Unternehmen sind mit ihren Strukturen, Zuständigkeiten und Regeln auf die Bewältigung von Routineaufgaben zugeschnitten.»

Die neuen Technologien haben vieles vereinfacht, haben aber auch zu einer Beschleunigung geführt. Wird diese in Zukunft noch weiter zunehmen oder ist irgendwann eine Gegenbewegung zu erwarten?

In Zukunft gibt es nur noch zwei Arten von Firmen: schnelle und tote. Darüber hinaus gibt es nur eine Konstante: Veränderung. Wer da nicht mitkommt, verliert.

Stichwort «Industrie 4.0»: Die Automatisierung scheint immer weiter voranzuschreiten. Brauchen wir die Menschen zukünftig überhaupt noch?

Die Automatisierung ist eine Entwicklung, die uns zwingt, den Wert unserer Arbeit kritisch zu hinter-

fragen. Erstens: Kann jemand meine Arbeit billiger machen? Zweitens: Kann ein Computer meine Arbeit schneller machen? Drittens: Ist das, was ich anbiete, wirklich gefragt?

Und was bedeutet das in der Konsequenz?

Menschliche Arbeit kann dann nicht digitalisiert werden, wenn sie ein Bedürfnis jenseits der Funktionalität bedient. Mein Autorenkollege Dan Pink beschreibt das sehr treffend als «High-Concept» plus «High-Touch». High-Concept ist die Fähigkeit, Chancen zu erkennen und scheinbar unzusammenhängende Versatzstücke zu etwas Neuem zu kombinieren. High-Touch beschreibt das Können, sich in andere einzufühlen, die Feinheiten menschlicher Interaktionen zu verstehen und Freude in sich selbst zu finden und in anderen zu wecken. Diese Fähigkeiten zu kultivieren und bei der Arbeit einzusetzen, macht den entscheidenden Unterschied. Das Gute daran ist, dass wir alle diese Anlagen bereits in uns tragen. Wir müssen sie nur endlich zur Entfaltung bringen und es braucht ein Unternehmensumfeld, das genau das fordert und fördert.

Warum tun sich so viele Firmen so schwer, etwas Neues anzustossen?

Unternehmen sind mit ihren Strukturen, Zuständigkeiten und Regeln auf die Bewältigung von Routineaufgaben zugeschnitten. Aber Innovationsaufgaben, und damit meine ich ausdrücklich auch Innovationsaufgaben in der Personalarbeit, sind alles andere als Routineaufgaben. Hinzu kommt, dass es Arbeit, Energie, Mut und Ausdauer verlangt, einen neuen Weg einzuschlagen. Doch viele wollen keine Veränderung, sondern nur ein bisschen Frieden. Neues anzustossen bedeutet auch, sich gegen Widerstand durchzusetzen zu müssen und Konflikte mit den Gralshütern des Status quo in Kauf zu nehmen. Der Leitsatz in so manchem Unternehmen lautet deshalb bedauerlicherweise: Wer nichts tut, löst auch keinen Konflikt aus.

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





Unternehmensberaterin
Anja Förster:
«Wer da nicht
mitkommt, verliert.»

Was zeichnet heute und auch in Zukunft eine gute Führung – unter Berücksichtigung der technologischen Entwicklungen – aus?

Eine gute Führungskraft zeichnet sich dadurch aus, dass sie es schafft, dass Menschen ihr vertrauen. Und zweitens und noch viel wichtiger: Dass sie es schafft, dass die Menschen sich selbst vertrauen.

«Sie müssen bunte Hunde im Unternehmen zulassen! Variantenreichtum, nicht Einheitlichkeit, ist die Grundlage für Erfolg.»

Sie sagen, wer Zäune um Menschen baut, bekommt Schafe. Inwiefern ist diese Führungskultur heute noch in Unternehmen anzutreffen?

Es gibt immer noch viele Zäunebauer in den Chefetagen. Das ist bloss ein zweckloser Versuch, in Zeiten extremer Komplexität alles und jeden mit Kontrolle in den Griff bekommen zu wollen. Hinzu kommt, dass Unternehmen, die mehrheitlich von Schafsherden bevölkert sind, sich auf geradezu sträfliche Weise ihrer Möglichkeiten berauben. Denn statt Initiative, Kreativität und Engagement herrschen Konformität, Gleichgültigkeit und Dienst nach Vorschrift.

Wie wollen wir heute geführt werden, damit wir keine Schafe werden?

Selbständig denkende und handelnde Mitarbeiter brauchen Selbstbestimmung und Freiraum. Deshalb

ist es so wichtig, die allseits beliebte Regel- und Kontrollwut radikal einzudämmen, denn ein enges Regelwerk erzieht Menschen dazu, Regelbefolger zu werden. Das wäre schon ein guter Ansatzpunkt für die Personalarbeit: Welche Regel können wir weglassen? Auf welches Formular können wir verzichten? Aufräumen, entrümpeln, mental durchlüften! Alles aus dem Weg räumen, worüber Mitarbeiter sich ärgern und was sie davon abhält, ihre Arbeit fokussiert und mit Engagement auszuüben.

Wie lässt sich konkret dagegen angehen?

Ein Kunde von uns aus Dublin führt einen klugen Ideenwettbewerb durch unter dem Titel «Kill a Stupid Rule»: Mitarbeiter werden gebeten, überflüssige Regeln, unnütze Formulare, nervende Anwesenheitsdokumentationen aufzuzeigen und einen Weg vorzuschlagen, wie man ohne diese auskommen könnte. Das löst eine bürokratische Entschlackungskur aus, die Wunder wirkt. Das finde ich vorbildlich.

Welche Trends sehen Sie im Bereich der Personalführung und -rekrutierung?

Ich weiss nicht, ob es ein Trend ist, aber ich weiss, dass es eine dringende Notwendigkeit für die Personalarbeit ist: Sie müssen bunte Hunde im Unternehmen zulassen! Variantenreichtum, nicht Einheitlichkeit, ist die Grundlage für Erfolg. Das bedeutet für die Unternehmenspraxis, dass wir viel mehr Menschen brauchen, die interessante Ideen jenseits des Mainstreams entwickeln und vorantreiben. Aber genau das ist nicht immer erwünscht und auch nicht karriereförderlich. Wer eine Meinung vertritt, die von der herrschenden Norm abweicht, ist sehr schnell einsam. Gelebter Irrsinn zum Quadrat ist, dass viele Unternehmen Ideenreichtum von den Mitarbeitern fordern, tatsächlich aber Anpassung belohnen.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg.

Anzeige

ostjob[®].ch

Die besten Jobs in der Region.

Gemeinsam rekrutieren

Fachkräfte zu finden, wird immer schwieriger. Weil sich der Arbeitsmarkt und die politische Situation verändern. Das spürt auch die Ostschweizer Wirtschaft. Eine gemeinsame Initiative soll diesem Umstand entgegenwirken.

Die Schweiz kann ihren Fachkräftebedarf nur durch entsprechende Zuwanderung aus dem Ausland decken. Das wird sich auch in Zukunft nicht ändern, wie eine Studie der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Basel zeigt. Vielmehr werde der Bedarf aufgrund niedriger Geburtenraten und zunehmender Lebenserwartung weiter ansteigen. Laut deren Hochrechnungen (Stand 2014) würden in der Schweiz bis 2060 1,4 Millionen Arbeitskräfte fehlen, um das bisherige Wirtschaftswachstum von zwei Prozent aufrechtzuerhalten.

Einen guten Vergleich liefert Kopenhagen, denn in Dänemark mangelt es vor allem an Ingenieuren und IT-Spezialisten.

Ganzheitlich denken und handeln

In der Praxis zeigt sich dasselbe Bild. Immer mehr Firmen bekunden ihre Mühe, qualifiziertes Personal zu rekrutieren. Besonders akut ist der Mangel in der Informatik, im Maschinenbau und im Gesundheitswesen. Dieser Mangel hindert viele Unternehmen daran, ihr Entwicklungspotenzial auszuschöpfen. Und das wiederum schwächt die Wirtschaft. Insbesondere auch in der Ostschweiz. Dem wollen die Initianten Yjoo Communications AG und together AG, beide aus St.Gallen, entgegenwirken: Sie lancierten die Initiative «Arbeitsplatzstandort: Gemeinsam stärker!», die zum Ziel hat, der Ostschweiz mehr Kraft und Ausstrahlung zu verleihen und sie für relevante Zielgruppen sichtbarer sowie attraktiver zu machen. «Es wird Zeit, dass wir unsere Werte gegen aussen präsentieren und die Scheinwerfer auf uns richten», sagte der St.Galler Regierungspräsident Benedikt Würth am Kick-off-Anlass.

Projektleiterin Gaby Badertscher von Yjoo Communications stellte mehrere Thesen auf, warum es diese Initiative brauche: Zum einen hätten sich die sozialen Aspekte verändert, Arbeit und Privates würden immer mehr verschmelzen, das Glück im Job zu finden, sei wichtiger geworden. Auf der anderen Seite fordere es die wirtschaftliche Situation. Unser Wirtschaftsraum verstehe sich aber nur bedingt als gemeinsamer Wirtschaftsraum, und der Leidensdruck in der Ostschweiz sei gross: Man liege im Zentrum von Europa, aber am Rande der Schweiz. «Für die Rekrutierung der Fachkräfte ist heute nicht nur die Kraft des einzelnen Arbeitgebers entscheidend, sondern jene des gesamten Arbeitsplatzstandortes», erklärte Badertscher. Es bestünden zwar bereits verschiedene Initiativen, ein ganzheitliches Verständnis fehle noch. Das Projektteam von «Gemeinsam stärker» ist daher überzeugt, mit dieser Dachinitiative bestehende Projekte sowie das regionale Standortmarketing aufzuwerten und deren Wirkung nachhaltig zu verstärken. Im Sinne von: «Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile.»

Kopenhagen als Vorbild

Einen guten Vergleich liefert Kopenhagen, denn in Dänemark mangelt es vor allem an Ingenieuren und IT-Spezialisten. Deshalb hat die Copenhagen Capacity das Projekt «Greater Copenhagen» lanciert. Mit dem Ziel, die Entwicklung in Kopenhagen zu fördern und die Unternehmen mit Marketingmassnahmen zu unterstützen. Das Team hat bei rund 50 Firmen die Bedürfnisse abgesteckt und entsprechende Angebote entwickelt. Unter anderem eine Toolbox, in der Fachkräfte nach offenen Stellen suchen und sich Firmen präsentieren können. Zudem wurden Video-Testimonials mit ausländischen Fachkräften gedreht, die in Dänemark leben und Karriere machen. Erste Erfolge sind bereits sichtbar, die Stiftung hat zudem eine Auszeichnung für mittelgrosse



Die meisten Unternehmen rekrutieren über Messen, Online-Stellenplattformen, Agenturen und in Zusammenarbeit mit Universitäten.

Regionen bekommen. Damit hat sie München und Hamburg übertroffen. «Der Markt Dänemark ist zu klein, deshalb brauchten wir dieses Angebot», sagt Nikolaj Lubanski, der Direktor. Kopenhagen ist seit fünf Jahren aktiv. «Solche Systeme brauchen Zeit, bis sie fruchten. Doch die Bemühungen haben sich mehr als gelohnt», findet Lubanski.

Die Initianten von «Gemeinsam stärker» haben sich Kopenhagen als gutes Beispiel genommen, weil sich die Ostschweiz in einer sehr ähnlichen Situation befindet. Jetzt gilt es als Erstes, die Ausgangslage zu vertiefen, Massnahmen zu entwickeln und partizipierende Arbeitgeber zu finden. In einem weiteren Schritt geht es an die Sicherstellung des Betriebes, die Umsetzung und den Ausbau der Initiative. Auch die Finanzierung muss gesichert sein. Von den anfänglich budgetierten 350 000 Franken müssen die teilnehmenden Arbeitgeber ein Drittel übernehmen, ein weiteres Drittel die Kantone und das letzte Drittel der Bund. Letzterer beteiligt sich jedoch erst, wenn die anderen beiden Drittel gesichert sind. Das Projekt wurde bei der Neuen Regionalpolitik (NRP) eingereicht, die Bewilligung ist noch offen. Bereits im Steuerungsausschuss dabei sind die Genossenschaft Migros Ostschweiz, die Herisauer Metrohm AG und die Baumer Group aus Frauenfeld. «Wir brauchen für unsere Region mehr Schlagkraft, denn Einzelmassnahmen gehen in der Fülle unter», findet Susanne Jaskulke von der Migros.

Unternehmen zeigen Interesse

Laut den Initianten ist die Resonanz zum Kick-off-Anlass positiv: Die rund 100 Gäste hätten bestätigt, dass sie einen gemeinsamen Auftritt der Ostschweizer Kantone wichtig finden. Mittels Smartphone konnten sie ihre Beurteilung abgeben. Auf einer Skala von 0 bis 100 ergab sich ein Durchschnittswert von 82.5 auf die Frage nach der Wichtigkeit eines

gemeinsamen Auftrittes. «Ich rekrutiere europaweit und finde es in der Schweiz sehr schwierig, Fachkräfte zu finden. Darum braucht es diese Zusammenarbeit», sagt etwa Verena Beutel von MSA Europe in Rapperswil. Christof Stürm von Steinemann Technology sieht es genauso: «Gerade im Maschinenbau tun wir uns schwer, Fachkräfte zu finden.» Die Initiative sei nötig, die Frage bleibe aber, inwieweit sie etwas bewirken könne. Das brauche sicher seine Zeit.

Laut Aussagen rekrutieren die meisten Unternehmen über Messen, Online-Stellenplattformen, Agenturen und in Zusammenarbeit mit Universitäten. Jetzt könnten sie eine zusätzliche Option bekommen, wenn die Initiative zustande kommt. Bis im Sommer sind drei bis fünf Workshops geplant; interessierte Unternehmen können sich daran beteiligen. «Es braucht die Kraft durch gemeinsame Aktivitäten von Wirtschaft, Gemeinden, Regionen und Unternehmen, um den Wirtschaftsstandort Ostschweiz nachhaltig zu stärken», so Gaby Badertscher.

Text: Nathalie Schoch

Bild: Archiv

Das Ziel der Initianten:

«Im Wettbewerb um Fachkräfte wollen wir an vorderster Front dabei sein. Zum einen über die gemeinsame professionelle Positionierung als attraktiver Arbeitsplatzstandort. Zum anderen über Massnahmen, die jedes Unternehmen individuell nutzen kann. So stärken wir die Unternehmen der Region, aber auch die Wirtschaftsregion insgesamt nachhaltig.» Die Initiative «Arbeitsplatzstandort: Gemeinsam stärker!» wird von den Wirtschaftsförderungen der Kantone SG, TG, AR und AI unterstützt.

Weitere Infos: www.eb-ost.ch

FRÜHREHABILITATION & REHABILITATION

KLINIK SCHLOSS MAMMERN:
ZURÜCK ZUR GESUNDHEIT

Nach einer Operation oder schweren Erkrankung sollte die gezielte Rehabilitation möglichst zeitnah beginnen. Über den Genesungsverlauf selbst entscheidet neben der medizinischen Fachkompetenz auch die einfühlsame Betreuung.

Was Dr. med. Oscar Ullmann 1889 mit dem Erwerb der damaligen Kurhanstalt begann, setzen die beiden Chefärztinnen, Dr. med. Annemarie Fleisch Marx und Dr. med. Ruth Fleisch-Silvestri, in mittlerweile vierter Generation fort. Mit insgesamt 280 Mitarbeitenden kümmern sie sich um das Wohl und die Genesung der Patienten. In einer einzigartigen Kombination aus medizinischer, therapeutischer und pflegerischer Fachkompetenz bietet die am See gelegene Klinik ihren Patienten sowohl Frührehabilitation als auch Rehabilitation auf höchstem Niveau. Patienten aus der ganzen Schweiz und dem Ausland zieht es in die renommierte Klinik am Bodensee, um in einem exklusiven Ambiente von den medizinischen Leistungen für kardiovaskuläre, muskuloskeletale, internistisch-onkologische und pneumologische Rehabilitation zu profitieren.

Die Klinik Schloss Mammern hat sich unter anderem auf die Rehabilitation bei Mehrfach-

erkrankung (Multimorbidität) spezialisiert. Bei operierten oder erkrankten Patienten liegen oftmals altersbedingte Zusatzerkrankungen vor.

*«Mein Urgrossvater kaufte vor 125 Jahren ein dahinschwebendes Kurhaus – heute gelten wir als die führende Rehabilitation am See.»
(Dr. med. Annemarie Fleisch)*

Umfassende Rehabilitation

Die Frührehabilitation (überwachungspflichtige Rehabilitation) ist speziell auf die besonderen Bedürfnisse erheblich beeinträchtigter Patienten zugeschnitten. Deren medizinische Instabilität muss ärztlich und pflegerisch intensiver überwacht und betreut werden. In dieser Phase werden die therapeutischen Anwendungen exakt der eingeschränkten Belastbarkeit angepasst und erfolgen meist als Einzeltherapien im Patientenzimmer.

Der betreuungs- und pflegeintensiven Frührehabilitation schliesst sich oft die Rehabilitation mit abgestimmten ärztlichen, pflegerischen und therapeutischen Massnahmen an. Physiotherapie, Sporttherapie, Massage, Ergotherapie, Logopädie sowie Zusatzangebote bezüglich Ernährung und Raucherentwöhnung sind die tragenden Säulen in der Rehabilitation.



Qualifiziertes Fachpersonal mit viel Einfühlungsvermögen.

Herz und Kreislauf trainieren

Das kardiovaskuläre Behandlungskonzept der Klinik Schloss Mammern zielt auf eine Verbesserung der Lebensqualität und der Prognose. Im Vordergrund stehen die Reduktion der Beschwerden, eine Verbesserung der körperlichen Funktion und Leistungsfähigkeit sowie eine Stabilisierung des psychischen Befindens. Die Patienten sollen möglichst bald nach Myokardinfarkt, Bypass- oder Herzklappenoperation sowie chronischen Herzerkrankungen in ihren selbstbestimmten Alltag zurückkehren können. Das individuelle Trainingsprogramm der Physio- und Sporttherapeuten in Einzel- und Gruppentherapien basiert auf einer vorsichtigen Leistungssteigerung mit herzspezifischer Gymnastik, Ergometer- und Laufbandtraining, Geh- und Terraintraining, Medizinischer Trainingstherapie und Nordic Walking. Zusätzlich werden Entspannungstraining und wöchentliche Seminare zu krankheitsbezogenen Themen angeboten.

Schmerzfrees Bewegun

Patienten mit Osteoporose, rheumatischen Erkrankungen oder nach Gelenkersatzoperationen können in der Klinik Schloss Mammern auf höchste Fachkompetenz vertrauen. Mit ärztlicher Betreuung, Physio- und Ergotherapie sowie einfühlsamer Pflege kommt in der muskuloskeletalen Rehabilitation ein Gesamtkonzept zur Anwendung. Zugehörige Einzel- und Gruppentherapien finden im grosszügigen Therapiegebäude statt, das über Behandlungsräume, einen multifunktionalen Gymnastik-



Grosszügiges Parkgelände mit über einem Kilometer direktem Seeanstoss.

saal, ein Schwimmbad und neuste Trainingsgeräte verfügt. Erkrankungen des Bewegungsapparates sind oft mit quälenden Schmerzen verbunden. Die Schmerzbehandlung mit Medikamenten, physikalischer Therapie, gezielten Infiltrationen und psychologischer Unterstützung ist in diesen Fällen Teil der Therapie.

*«Jedes Jahr kommen etwa 2'500 Patienten zu einem gezielten Rehabilitationsaufenthalt in die Klinik Schloss Mammern und bleiben durchschnittlich 20 Tage.»
(Dr. med. Ruth Fleisch-Silvestri)*

Neuen Mut fassen

Die internistisch-onkologische Rehabilitation folgt auf akute Erkrankungen oder nach Operationen der inneren Organe sowie bei operativ oder chemotherapeutisch behandelten Tumorerkrankungen. Im Zentrum der rehabilitativen Massnahmen stehen ein individuell angepasster Nahrungsaufbau, die Linderung von Schmerzen, die Verbesserung der körperlichen Schwäche und eine psychologische Unterstützung. Wundpflege und Stomaver-sorgung gehören ebenso zum pflegerischen Behandlungsspektrum wie allenfalls die Ernährung mittels Sonde. Auf den Einbezug des Partners/Partnerin auch im Hinblick auf die Entlassung wird viel Wert gelegt. Falls eine externe Unterstützung für zuhause notwendig ist, wird diese frühzeitig organisiert.

Unbeschwert atmen

Die pneumologische Rehabilitation dient vorrangig einer verbesserten Atemfunktion und der Steigerung von körperlicher Belastbarkeit und Kondition. Zusätzlich werden typische



Komfortables Raumgefühl und eine weitläufige Privatsphäre.

Begleiterkrankungen wie Osteoporose, Übergewicht oder Mangelernährung sowie psychosoziale Krankheitsfolgen behandelt. Unter Anleitung speziell geschulter Therapeuten wird ein auf die individuellen Bedürfnisse abgestimmtes Trainingsprogramm zusammengestellt. Wichtige Bestandteile sind Atem- und Physiotherapie, Medizinische Trainingstherapie und Lungensport, Inhalationstherapie sowie Ernährungsberatung und gegebenenfalls Nikotinentwöhnung. Die Patienten sollen ein Verständnis für ihre Krankheitssituation entwickeln. In Patientenschulungen und Gesundheitstrainings werden hierfür Selbsthilfetechniken und eigenständige Übungsprogramme erlernt.

Genuss wiederentdecken

Mehr als 100 geschmackvoll eingerichtete Zimmer befinden sich in den renovierten Gebäuden des 1621 erbauten Schlosses und seinen modernen Nebentrakten. Die hellen Räume, die dem Charakter einer erstklassigen Hotellerie entsprechen, vermitteln eine geborgene Privatsphäre. Für Angehörige stehen ebenfalls ansprechende Übernachtungsmöglichkeiten bereit. Die exquisite Küche mit Menüs und à-la-carte-Speisen passen in das stilvolle Ambiente des historischen Speisesaals. Die kulinarischen Freuden sind für Angehörige, Freunde und Bekannte ein Grund mehr, ebenfalls einige Tage in der Klinik

Schloss Mammern zu verbringen. Die wunderschöne Landschaft, die exklusive Lage direkt am See sowie die zahlreichen Sehenswürdigkeiten im und um den Thurgau herum haben noch jeden in den Bann gezogen.



Familienunternehmerinnen in 4. Generation: die Chefärztinnen Dr. med. Annermarie Fleisch Marx und Dr. med. Ruth Fleisch-Silvestri.



Kulinarischer Genuss in passend stilvollem Ambiente.



KLINIK SCHLOSS MAMMERN
FÜHRENDE REHABILITATION AM SEE

KLINIK SCHLOSS MAMMERN
Dr. A. O. Fleisch-Strasse
CH-8265 Mammern

mail@klinik-schloss-mammern.ch
www.klinik-schloss-mammern.ch



Gesundheit ist der Markt der Zukunft

Dass es überhaupt noch Leute gibt, die ihr Geld in einem anderen Markt als dem der Gesundheit anlegen, ist erstaunlich. Denn eines steht fest: Auf einem ohnehin schon hohen Level wird das Gesundheitswesen als Wirtschaftsfaktor weiterhin an Bedeutung zulegen. Und zwar massiv. Denn je besser unser Gesundheitssystem ist, desto älter werden wir – und desto stärker steigt der Bedarf nach noch mehr Gesundheitsleistungen. Die Ostschweiz bildet da keine Ausnahme.

Das jüngste Beispiel wurde vielfach dokumentiert, auch in unserem Magazin: Der Neubau der Berit Paracelsus-Klinik in Speicher ist eine Art Sinnbild für die derzeitige Situation im Gesundheitswesen. Für den Normalverbraucher ist unser Gesundheitssystem in erster Linie ein Kostenfaktor: Die Krankenkassenprämien steigen verlässlicher als das Eintreffen der jährlichen Wintergrippe, analog zu den allgemeinen Kosten des Systems. Verständlich, dass die Allgemeinheit die Entwicklung nicht in erster Linie als eine Chance, sondern als eine Belastung sieht. Allerdings hat diese Situation natürlich auch mit unserem

sich diese Kliniken spezialisieren: Sie tun das, was besonders gefragt ist und was sie aufgrund ihrer Geschichte oder ihres Netzwerks am besten anbieten können. Bewegungsapparat, Augenmedizin, psychische Leiden: Ein «Gemischtwarenladen», wie es die öffentlichen Spitäler gezwungenermassen sind, ist viel teurer zu führen als ein auf eine bestimmte Nische ausgerichteter Betrieb. Vor einem knappen Jahr analysierte die NZZ die Privatspitallandschaft Schweiz und stellte diesen Trend zur Spezialisierung fest, kam aber auch zum Schluss, dass einige Kritiker das als «Rosinenpickerei» bezeichnen.

Dass man mit Gesundheit als privater Anbieter Geld verdienen kann, hat in erster Linie damit zu tun, dass sich diese Kliniken spezialisieren.

allgemein hohen Lebensstandard und unseren entsprechend überdurchschnittlichen Bedürfnissen zu tun. Wir leisten uns dieses teure System, weil wir die Annehmlichkeiten, die es mit sich bringt, durchaus schätzen.

Laufend ausgebaut

Zugleich liegt darin eine Chance für die Anbieter auf dem Gesundheitsmarkt, in erster Linie die Kliniken: Indem sie es schaffen, einen ansprechenden Service und einen hohen Komfort mit einem medizinischen Angebot zu kombinieren, das die Aufenthaltsdauer für den Patienten verkürzt, betreiben sie ein gutes Geschäft und können gleichzeitig einen Beitrag an ein effizientes Gesundheitssystem leisten. Kein Wunder also, dass die Privatspitäler in der Schweiz – auch in der Ostschweiz – seit Jahren aus- und neu bauen und ihr Angebot erweitern.

Dass man mit Gesundheit als privater Anbieter Geld verdienen kann, hat in erster Linie damit zu tun, dass

Besser dank Spezialisierung

Das wiederum wird der Sache nicht ganz gerecht. Natürlich ist es der Vorteil eines privaten Klinikbetreibers, dass er sich auf sein Spezialgebiet konzentrieren kann und nicht als Teil des «Service public» genötigt wird, die ganze Palette der Medizin anzubieten. Andererseits ist es durch diese Spezialisierung erst möglich, Spitzenleistungen zu erbringen. Beim Neubau der Berit wurde das augenfällig: Der gesamte Betrieb wurde auf das klar auf orthopädische Themen reduzierte Angebot ausgerichtet, vom Operationssaal bis zum Pflegebereich. Das machte es möglich, sich komplett nach den Bedürfnissen dieser Patientengruppe auszurichten. Denn wer auf zu vielen Hochzeiten tanzt, wird auf einer davon früher oder später auf dem Parkett ins Schleudern geraten.

Dazu kommt: Privatspitäler stehen in einer Konkurrenzsituation und müssen sich alle Mühe geben, besser als die andern zu sein. Die Qualität der medizinischen Leistung wird dabei gewissermassen vorausgesetzt, deshalb spielt sich der Bewerberkampf auch auf anderen Feldern ab: die beste Hotellerie, die schönste Umgebung, der herrlichste Ausblick. Es ist kein Zufall, dass in der Ostschweiz die Privatkliniken sehr oft in den Hügeln des Appenzellerlandes



Potenzielle Tätigkeitsfelder – oder eben «Rosinen» – gibt es mehr als genug.

oder an den Gestaden des Bodensees entstehen. «Verkauft» werden nicht nur Operationen und Pflege, sondern auch Wellness und Lebensqualität für die Zeit des Aufenthalts.

Ökonomisch sinnvoll

In Erweiterungen oder gar Neubauten fließt viel Geld, privates Geld im Fall der privaten Anbieter. Dass eine Klinik wie die Berit ihre Kapazitäten mit einem Neubau an einem andern Standort auf einen

der Rehabilitation über Gastroenterologie bis zur Schmerztherapie und zur Sportmedizin. Und dann, man kann es in diesem Zusammenhang nicht ausklammern, ist da noch der ausgesprochene Wachstumsmarkt der ästhetischen Chirurgie.

Ostschweiz steht gut da

Ein Nebeneffekt des wachsenden Marktes ist der Wettbewerb um die Fachkräfte, seien es Ärzte oder Pflegekräfte. Sie sind in einer beneidenswerten Situation, denn um sie wird gebuhlt. Genau wie um die Patienten. Die Wechselwirkung zwischen dem schnellen Wachstum der Privatkliniklandschaft und den Gesundheitskosten ist sicherlich immer im Auge zu behalten. Allerdings sind direkte Rückschlüsse schwer zu ziehen: Denn das Gesundheitswesen ist eine bunte Mischung aus gesetzlichen Auflagen und unternehmerischer Freiheit und sieht zudem von Kanton zu Kanton wieder anders aus.

Hier den Durchblick zu bewahren ist Voraussetzung für jeden, der die Gesundheit als Markt betrachtet und mitverdienen will. Dass es in der Ostschweiz inzwischen doch einige Privatkliniken gibt, die schweizweit einen sehr guten Ruf haben und auf ihrem Feld zu den führenden Anbietern gehören, ist jedenfalls eine gute Nachricht.

Privatspitäler stehen in einer Konkurrenzsituation und müssen sich alle Mühe geben, besser als die andern zu sein.

Schlag verdoppeln kann und gleichzeitig vermeldet, dass man von Anfang an voll ausgelastet sei, verdeutlicht, warum Private gern in solche Unternehmen investieren. Die Nachfrage ist da. Gerade im Gesundheitswesen gilt: Gewisse Fixkosten sind unumgänglich, ob man nun fünf oder 500 Patientenbetten betreibt. Eine Vergrößerung des Betriebs macht daher betriebswirtschaftlich oft viel Sinn.

Potenzielle Tätigkeitsfelder – oder eben «Rosinen» – gibt es zudem mehr als genug. Unter dem Dach von «Privatkliniken Schweiz» sind Dutzende solcher Anbieter organisiert. Das Spektrum der angebotenen medizinischen Leistungen ist sehr weit, es reicht von

Text: Stefan Millius

Bild: Archiv

Die Oberwaid: Individuelle und effiziente Stressprävention

Nahe St. Gallen hat sich die Oberwaid – Kurhotel & Privatklinik als führendes medizinisches Zentrum für psychische Gesundheit, ganzheitliches Wohlbefinden und den Erhalt der Leistungsfähigkeit etabliert. Hier erwarten Sie kompetente medizinische Beratung und Coaching – in der offenen und lebendigen Atmosphäre eines erstklassigen Schweizer Hotels.

Hochmoderne Medizin an einem geschichtsträchtigen Ort und im einzigartigen Ambiente eines grosszügigen Hauses mit herrlichem Park, Blick auf den Bodensee und schönsten Wellness- und Sportbereichen: Die Oberwaid – Kurhotel & Privatklinik ist ein ganz besonderer Ort der Gesundheit und Vitalität. Im Fokus der verschiedenen ganzheitlichen Angebote der Oberwaid stehen die psychische Gesundheit, die Burn-out-Prävention und der Erhalt der Leistungsfähigkeit.

Ausgewiesene Spezialisten begleiten und unterstützen Kurgäste in der individuellen Standortbestimmung und mit gezielten Massnahmen der Prävention: moderne Coping-Strategien der Stressbewältigung, wie Körpertherapien, Entspannungsverfahren, Kreativ-, Sport- und Bewegungstherapien. Selbstverständlich gehören auch die Check-ups in der somatischen Medizin, Physiotherapie und Ernährungsberatung zum Angebotsspektrum.

Leistungsfähiger und stressgesünder leben

Stress manifestiert sich in typischen Symptomen der Erschöpfung, der Reizbarkeit und Unruhe, der Minderung der kognitiven und körperlichen Leistungsfähigkeit bzw. in ungünstigen Strategien der Kompensation. Dazu gehören zum einen Schlafstörungen, zum anderen ein ungesundes Essverhalten – Betroffene essen oft zu viel und ohne Genuss. Der dritte Bereich ist die Bewegung: Als Folge von chronischem Stress bewegen sich manche Menschen kaum noch, andere treiben so exzessiv Sport, dass sie ihre Stressbelastung dadurch nur noch verstärken. Die vierte typische Reaktion ist übermässiger Medien- oder Internetgebrauch, durch den viele ihr reales soziales Umfeld verlieren und auch keinen gesunden Tages- oder Nachtrhythmus mehr leben. Alle diese möglichen Ausdrucksformen von Stress werden in der Oberwaid spezifisch behandelt.



**Schweizer
Heiltradition**
seit 1845





Am Anfang der Behandlung steht eine interdisziplinäre Diagnostik. Dabei wird ergründet, ob Erkrankungen der inneren Organe oder des Bewegungsapparates vorliegen. Wichtig sind auch die individuelle Schlafdiagnostik, um mögliche Störungen zu erkennen, und eine Leistungsdiagnostik, sodass das Ausdauertraining im Rahmen der Sporttherapie ganz nach der eigenen individuellen Belastungsgrenze geplant werden kann.

Ganzheitlich – genussvoll – effektiv

Vor diesem Hintergrund bietet die Oberwaid ganzheitliche und sehr effektive Kuren an (7, 14 oder 21 Tage) und eine Intensiv-Kennenlern-Kur (4 Tage). Auch hier wird kompetente medizinische Unterstützung für einen gesünderen Umgang mit Stresssituationen geboten. In den Sport- und Bewegungsprogrammen erfahren die Kurgäste unter professioneller Anleitung, wie sie mit dem richtigen Training ihre Resilienz steigern und Erschöpfungszuständen vorbeugen. Darüber hinaus können sie mit diversen Medical-Wellness-Angeboten ihre Ressourcen neu entdecken und ihr körperliches Wohlfühlgefühl steigern. Eine Besonderheit der Oberwaid-Kur: Jeder Kurgast kann seinen persönlichen Schwerpunkt wählen. Die insgesamt vier Schwerpunkte greifen thematisch die oben genannten typischen Stressreaktionen auf. Bei der Kur «entspannt und beweglich» geht es darum, zur Lust an gesunder und wohldosierter Bewegung zurückzufinden. Die Kur «erholsamer schlafen» rückt nach der Analyse des individuellen Schlafverhaltens solchen Problemen zu Leibe wie Einschlaf- und Durchschlafstörungen sowie zu frühes Aufwachen. Der Schwerpunkt «leichter leben» wiederum widmet sich dem Thema «besser essen und gesund abnehmen». Er ist für Menschen gedacht, die das richtige Essen «verlernt» und stressbedingt Übergewicht entwickelt haben. Besonders innovativ ist die Kur «bewusst offline» – gedacht für Menschen, die in eine Abhängigkeit von modernen Medien geraten sind.

Neben ihrer hohen medizinischen Professionalität und ihrem verantwortungsvollen Umgang mit Gästen und Patienten steht die Oberwaid – Kurhotel & Privatlinik für eine hervorragende Hotellerie und eine exzellente Küche (die übrigens auch von externen Gästen sehr geschätzt wird). Denn es ist längst erwiesen: Genuss unterstützt alle Gesundungsprozesse. Gesund bleiben, gesund werden – dieses Anliegen spinnt sich als roter Faden durch das Leben und alle Aktivitäten in der Oberwaid, die zu einem wichtigen medizinischen Anziehungspunkt in der Ostschweiz geworden ist.

Die Oberwaid-Kur zum Kennenlernen – 4 Tage Gesunde Auszeit

- 3 Übernachtungen mit SMART Cuisine-Vollpension
- Medizinischer Basis-Check-up
- Analyse des persönlichen Stressrisikos und des Umgangs mit Stressbelastungen oder Coaching zum gewählten Schwerpunkt: Schlaf, Bewegung, Ernährung, Umgang mit Medien
- 50 Min. Massage im Tau Spa
- Entspannungs- und Bewegungsangebote

CHF 1100.– für eine Person
CHF 1700.– für zwei Personen



Weitere Informationen unter:
Oberwaid AG - Kurhotel & Privatlinik
Rorschacher Strasse 311, CH-9016 St. Gallen
T +41 (0)71 282 0460, reservation@oberwaid.ch
www.oberwaid.ch

«Massnahmen müssen nicht teuer sein»

Der Verein Forum BGM Ostschweiz ist das Kompetenzzentrum in der Region, wenn es um betriebliche Gesundheitsförderung geht. Die Presseverantwortliche Fabrina Cerf verrät im Gespräch mit dem LEADER, wie Arbeitnehmer und -geber auf die Gesundheit achten können.



Fabrina Cerf, Verein Forum BGM Ostschweiz: «Oft genügen einfache Veränderungen.»

Fabrina Cerf, wer ist in einem Unternehmen für die Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verantwortlich?

Der Schutz der physischen und psychischen Gesundheit ist eine gemeinsame Verantwortung von Arbeitgebern und dem einzelnen Mitarbeiter beziehungsweise der einzelnen Mitarbeiterin. Die Verantwortung von Führungspersonen und Vorgesetzten bezieht sich dabei auf die arbeitsbezogenen Faktoren, die eine Auswirkung auf die Gesundheit haben – wie etwa Massnahmen der Arbeitsgestaltung, der Arbeitsorganisation oder des Betriebsklimas. Die Eigenverantwortung der Mitarbeiter dagegen bezieht

sich auf die Sorge für die individuelle Gesundheit. Im Arbeitskontext heisst das vor allem, die eigenen Bedürfnisse, Ressourcen und Belastungen wahrzunehmen und diese auch zu kommunizieren.

Wie können Gesundheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz gefördert werden?

Wichtig ist, genau hinzusehen und nachzufragen, was Mitarbeiter belastet und wie diese Belastungen abgebaut oder reduziert werden können. Die erforderlichen Massnahmen sind dabei so vielfältig wie die Betriebe: Das Spektrum reicht von einer Umgestaltung der Schichtpläne bis hin zu Massnahmen für eine kooperativere Zusammenarbeit zwischen einzelnen Abteilungen. Unabhängig von der jeweiligen Branche fällt jedoch auf, dass erfolgreiche Massnahmen oftmals im Zusammenhang stehen mit einer wertschätzenden Führungskultur, guter interner Unterstützung, einem Abbau des administrativen Aufwandes und einer optimalen Gestaltung der Arbeitsplätze. Besonders wirkungsvoll sind Massnahmen ausserdem, wenn sie gemeinsam mit den Angestellten entwickelt werden.

Macht ein betriebliches Gesundheitsmanagement auch für kleine Unternehmen Sinn?

Unbedingt! Eine Mehrheit der Schweizer Beschäftigten arbeitet in KMU. Die Erfahrung zeigt, dass in kleinen Betrieben die gesundheitsgerechte Gestaltung von Arbeit wesentlich vom Führungsstil und der Arbeitsorganisation abhängt. Es braucht in kleinen Betrieben also kein aufwendiges betriebliches Gesundheitsmanagement, wie es grössere Unternehmen haben. Wichtiger ist es, den Mut zu haben, bestehende Arbeitsabläufe, das Betriebsklima und auch das eigene Verhalten als Führungsperson zu hinterfragen. Verbesserungsmassnahmen sollten zudem wenn möglich zusammen mit den Mitarbeitern entwickelt und auch gemeinsam vorangetrieben und umgesetzt werden. Wirkungsvolle Massnahmen müssen also nicht teuer sein. Oft genügen einfache Veränderungen, damit Arbeit erleichtert wird und Beschäftigte arbeitsfähig bleiben.

Welche Rolle spielen dabei die Arbeitnehmer?

Diese tragen ebenfalls Verantwortung für ihre Gesundheit. Heute ist einer breiten Bevölkerung bekannt, was gesundes Verhalten umfasst, also beispielsweise ausreichende Bewegung, eine gesunde Ernährung usw.

«Wichtiger ist es, den Mut zu haben, bestehende Arbeitsabläufe, das Betriebsklima und auch das eigene Verhalten als Führungsperson zu hinterfragen.»

Vor allem aber sind Arbeitnehmer Experten, was ihre Arbeit und die Gestaltung derselben betrifft. Im optimalen Fall werden sie deshalb so früh wie möglich an Vorhaben zur Förderung der Gesundheit am Arbeitsplatz beteiligt. Nur so können sie die Initiative ergreifen, also beispielsweise Belastungen ansprechen, eigene (Verbesserungs-)Ideen einbringen und auch Mitverantwortung beim Gelingen tragen.

Interview: Eva Hediger

Bild: Stéphanie Engeler

Netzwerk für Betriebliches Gesundheitsmanagement

Der Verein Forum BGM Ostschweiz ist das Kompetenzzentrum in der Region, wenn es um betriebliche Gesundheitsförderung geht. Das Ziel ist die Förderung und Verbreitung von betrieblicher Gesundheitsförderung und damit eine Verbesserung der Gesundheit der Arbeitnehmerinnen und -nehmer in der Ostschweiz. Gegen einen kleinen Jahresbeitrag stellt das Forum Unternehmen und Organisationen spezifisches Fachwissen zur Verfügung. Mitglieder erhalten eine kostenlose Beratung zur Einführung eines betriebsinternen Gesundheitsmanagements und können so von den Erfahrungen des Netzwerks profitieren.

Auf der Website stehen Praxisbeispiele, Hinweise auf Weiterbildungen und aktuelle Informationen rund um BGM zur Verfügung. Mitglieder haben darüber hinaus kostenlos Zugang zu aufbereiteten Fachinformationen und profitieren von diversen Vergünstigungen.

Weitere Informationen unter www.bgm-ostschweiz.ch.

Anzeige

Es gibt eben Handwerker und Handwerker.



DERPROFI
PERSONALMANAGEMENT

freem.com

Der Profi Personalmanagement

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



Neues Kursbuch entdecken und weiterkommen.

Neues erfahren und mit bestehendem Wissen verknüpfen macht Spass. Gewinnen Sie an natürlicher Autorität mit einem Bildungspartner, dem Sie vertrauen können. Wir begleiten Sie als Spezialisten mit modernsten Lehr- und Lernmethoden. Suchen Sie sich im Bildungshandbuch «Kurse und Lehrgänge 16/17» eine spannende Herausforderung. Telefon 058 345 75 75 oder wbbzww.ch.

Falsche Annahmen und reale Auswirkungen

Bis Ende Juni 2016 kann die St.Galler Bevölkerung zum Richtplanentwurf der Regierung Stellung nehmen. Eine wesentliche Grundlage des neuen Richtplanes ist die Prognose über die Bevölkerungsentwicklung.



Walter Locher

Mithilfe komplizierter Formeln (die nur für wenige Spezialisten durchschaubar sind) wird gestützt darauf der Flächenbedarf für Wohnen und Arbeiten und für die Zonenplanung in den Gemeinden abgeleitet. Die St.Galler Regierung geht von einem Bevölkerungswachstum bis 2040 von zusätzlich 50 000 Personen aus. Für die Berechnung der Bauzonen wird bis 2030 mit zusätzlich 40 000 Personen kalkuliert. Die vom Amt für Raumentwicklung aufbereitete Ausgangslage führt dazu, dass 32 Gemeinden weitere Siedlungsgebiete ausscheiden können, bei 23 Gemeinden werden die Zonen nicht verändert, und 22 Gemeinden müssen auszonen. Im Klartext: Das Toggenburg und zahlreiche Gemeinden im Werdenberg und Sarganserland mit hoher Wohnqualität müssen auszonen, Ballungsräume können weiterhin wachsen; dazwischen gibt es keine Veränderungen. Mitte Mai 2016 hat das Bundesamt für Statistik (BFS) nun seine Bevölkerungsprognosen um 60 Prozent nach oben angepasst. Bis 2040 soll die Bevölkerung um rund 80 000 Personen anwachsen. Der Kanton

St.Gallen wächst damit schneller, als es in der Verwaltung vorausgesagt wurde. Im Klartext: Die Annahmen waren falsch.

Es wird interessant sein, ob der Kanton nun seine Vorgaben im laufenden Richtplanverfahren anpasst und damit seinen Irrtum eingesteht. Wäre man – wie dies der Kantonrat mit Hinweis auf die sich abzeichnende Veränderung schon letztes Jahr verlangte – von Anfang an von realistischen Zahlen ausgegangen, hätte sich viel unnötiger Planungsleerlauf vermeiden lassen.

Es ist zu hoffen, dass die neue Regierung der Realität ins Auge blickt und die eigenen Annahmen bei der Beschlussfassung des Richtplanes relativiert. Es geht um nicht mehr und nicht weniger als um die Wettbewerbsfähigkeit des Kantons, für den Angebot und Nachfrage von Bauland eine entscheidende Voraussetzung sind.

Walter Locher ist FDP Kantonsrat und Präsident des HEV des Kantons St.Gallen

Mehr Substanz und Spass



Paul Beerli

«Mein Spassfaktor hat sich positiv entwickelt und mein Aufgabenportfolio an Aufgabenbreite und Substanz gewonnen. Das «nitty-gritty» in meinem früheren Linienjob war geprägt von zu vielen Zeitfressern. So muss ich heute beispielsweise kein Personal mehr führen, was mir mehr Zeit für neue, interessante Mandate verschafft», sagt der 57jährige ehemalige Leiter einer Logistikabteilung.

In nur neun Monaten hat er sich ein Portfolio an VR-Mandaten und Projektleitenaufträgen erarbeitet, das ihm einerseits mehr Substanz und Spass an der Arbeit vermittelt und andererseits eine neue Zeitsouveränität offeriert.

«Super finde ich bei meiner Portfoliotätigkeit, dass ich nur Mandate für mich persönlich akquiriere. Ich kann mir neu die Freiheit nehmen, auch einmal nein zu einer Anfrage zu sagen», erklärt er weiter. Als freier Portfoliomanager profitiert er häufig vom gleichen Netzwerk wie damals als angestellter Manager. Über die Jahre baute er sich ein sehr gutes, belastbares und funktionierendes Netzwerk an Beziehungen auf.

Das Coaching bei Grass & Partner war für ihn wertvoll, weil er sich ausserhalb seiner Familie, der bisherigen Firma oder dem RAV in einem «geschützten Rahmen» mit Fachleuten austauschen konnte. Er bemerkt: «Ich bekam während des Coachings ehrliche, intelligente und wertneutrale Echos. Man konnte auch mal etwas ausprobieren, ohne dass jemand sagte: Das geht so nicht.»

Im Verlauf des neunmonatigen Coachings lernte er, dass man sich als Manager nach einer Trennung erst dann wieder wirklich wohlfühlt, wenn der neue berufliche Weg sicher ist. Der Trennungsprozess, die Suche nach Alternativen und Optionen und die Priorisierung und Fokussierung in der Neuorientierungsphase sind schwierig und geprägt von Unsicherheit. Deshalb ist der Austausch mit einem externen Coach enorm wichtig. Er stellt einem mögliche, praktikable Wegweiser an den Lebensweg. Gehen muss man den Weg aber immer noch selber.

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

Unternehmen erfolgreich übergeben

Die auf Nachfolgeprozesse und Unternehmensentwicklung spezialisierte Continuum AG in St.Gallen und Zürich unterstützt und begleitet seit mehr als zwölf Jahren Unternehmerinnen und Unternehmer bei der Entwicklung und der Übergabe ihrer Firmen. Die Continuum-Partner Rolf Brunner, Thomas Groh und Felix R. Schneebeli erklären, was für sie persönlich wesentlich ist.



Die Continuum-Partner Thomas Groh, Rolf Brunner und Felix R. Schneebeli (von links) sind auf die Entwicklung von Unternehmen bis hin zu Nachfolgelösungen spezialisiert.

Rolf Brunner: «Vertrauen steht am Anfang einer optimalen Nachfolgeregelung. Im Rahmen meiner langjährigen Führungs- und Managementenerfahrung, auch im Coaching von Unternehmern, Kadermitarbeitenden und Familienmitgliedern, durfte ich erfahren, wie wichtig vertrauensbildende Massnahmen in Teams, Organisationseinheiten und unter den Familienmitgliedern sind – und wie solche etabliert werden können. Als Verwaltungsrat, Berater oder Manager bei so wichtigen Schritten wie der Übergabe des

«Für eine gute Nachfolgelösung reicht es nicht, eine solche primär auf das Unternehmen auszurichten.»

meist über Jahre etablierten Unternehmens ist mir ein menschenorientiertes Handeln äusserst wichtig, sind doch auf allen Seiten Menschen involviert, die alle ihre Ziele und Wünsche haben. Diese gilt es, bestmöglich in Einklang zu bringen. Unser breites Repertoire an Lösungsvorschlägen und erprobten Leistungsfeldern ist zum Nutzen unserer Kunden:

der Familienunternehmen und deren Exponenten. Dass ich oft auch für Unternehmen in schwierigen finanziellen Situationen eine gute Lösung erarbeiten konnte und kann, freut mich ganz besonders.»

Thomas Groh: «Innovation ist der «Motor» der Schweizer Wirtschaft! Ein Grossteil der Technologie- und Produkt-Innovationen in unserem Land stammen von unseren KMU. Viele Familienunternehmen sind in ihrer Marktnische internationale Marktführer. Sie haben allerdings einen zunehmend hohen Bedarf an Finanzierungen von Wachstum, Expansion und Restrukturierung – insbesondere zur langfristigen Sicherung ihrer Marktanteile. Ausreichendes Eigenkapital wird auch bei Schweizer Mittelstandsunternehmen zunehmend zum Engpass, speziell bei Generationenwechseln und Nachfolgeregelungen. Meine Erfahrung als Geschäftsführer und Berater hat gezeigt, dass dieser Engpass nur dann nachhaltig gelöst werden kann, wenn alle strategisch relevanten Bereiche sowohl des Unternehmens als auch der Unternehmerin oder des Unternehmers aufeinander abgestimmt sind.»

Felix R. Schneebeli: «KMU bilden die Stütze der Schweizer Wirtschaft. Ihr Erfolg ist oft eng mit der Person des Unternehmers verknüpft, was die Nachfolge auf eine nächste Generation in der Familie oder im Unternehmen besonders anspruchsvoll macht. Für eine gute Nachfolgelösung reicht es daher nicht, eine solche primär auf das Unternehmen auszurichten. Die Persönlichkeit und die Zukunft des Unternehmers und seiner Familie sowie Umfang und Struktur der übrigen Vermögenswerte sind wichtige Aspekte, die es für eine gute, nachhaltige Nachfolge gleichermaßen zu berücksichtigen gilt. In meiner Funktion als Verwaltungsrat, Berater und Manager in familiengeführten Unternehmen musste ich immer wieder feststellen, dass materielle Werte vernichtet werden und Existenzen gefährdet sind, wenn die Nachfolgeproblematik nicht rechtzeitig und gesamtheitlich angegangen wird. Ich freue mich, als Partner von Continuum unsere Kunden in dieser wichtigen Aufgabe zu begleiten und zu unterstützen.»

Familien benötigen eine Strategie

Familienunternehmen wurden über Jahre hinaus durch visionäre Macher geprägt. Firmen, die von der zweiten bzw. dritten Generation geführt werden, haben mehrere Aktionäre, die nicht immer einer Meinung sind. Das führt dazu, dass sich Familienstämme mit der Zeit auseinanderleben.

Familieneigene und familienkontrollierte Unternehmen spielen in der Schweiz eine wichtige Rolle. Doch aufgrund eines unzureichenden Talent- und Generationenmanagements, akzentuiert durch die Euro-Franken-Thematik, haben viele ein latentes Zukunftsrisiko.

Erfolgreiche Familienunternehmen erarbeiten sich zunächst eine gute, glaubwürdige Governance-Basis.

Governance erarbeiten

Klar ist: Familienunternehmen können schnell reagieren, da Kapital, Entscheid und Führung von dieser bestimmt werden. Um diesen Vorteil zu nutzen, braucht es aber einvernehmliche Regelungen innerhalb der Familie, die klare Parameter für die Unternehmensführung setzen. So eine transparente Governance reduziert die inneren Spannungen und erhöht die Glaubwürdigkeit gegen aussen.

Erfolgreiche Familienunternehmen erarbeiten sich zunächst eine gute, glaubwürdige Governance-Basis. Dabei bewahren sie ihre Familien-DNA, arbeiten mit Emotionen, entwickeln sowohl familieninterne als auch -externe Talente und achten auf eine systematische Nachfolgeplanung. Damit erhalten sie die beste Basis für einen Generationswechsel.

Schlüsselfragen beantworten

Eigner und Mitglieder von Unternehmerfamilien sollen, ja müssen regelmässig intensiv kommunizieren, um die Zukunft proaktiv und strategisch anzugehen. Schlüsselfragen sind etwa:

- Welche materiellen Interessen verfolgt die Familie?
- Welche Wertvorstellungen haben die Familienmitglieder?
- Welche Rolle spielt das Unternehmen für die Familie – und umgekehrt?
- Wie werden Unternehmensinteressen und Familieninteressen harmonisiert?
- Wer gehört überhaupt zur Familie?
- Wie sind allenfalls Konflikte zu lösen?
- Sind neue Vermögensteile aufzubauen?
- Was wird von den «Zugeheirateten» erwartet?

Grundsatzentscheidungen auf solche Fragen bilden dann die Rahmenbedingungen für die Unternehmensstrategie.

Viele externe Führungskräfte haben Bedenken, in einem Familienunternehmen zu arbeiten, weil sie dort unklare Governance-Strukturen vermuten. Sie fragen sich: Welches ist der Grad der Selbstständigkeit, gibt es verborgene Agenden, Vetternwirtschaft und/oder irrationale Entscheidungssituationen? – Deshalb wollen sie sich zuerst vergewissern, ob in der Firma wirklich Chancengleichheit im Hinblick auf Weiterentwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten besteht.

Aus Verwandtschaft wird Gemeinschaft

Eine konsistente Familienverfassung macht die Zusammenhänge und Trennungen zwischen Familie und Unternehmung bewusst. Sie sollte ebenso die Erwartungen der einzelnen Familienmitglieder erfassen und sicherstellen, dass jedes weiss, welche Aufgaben und Verantwortlichkeiten es gegenüber dem Unternehmen hat. Letztlich ist es auch eine wertvolle Orientierung für die kommende Generation.

Erfolgreich über Generationen hinweg gedeihen Familienunternehmen nur, wenn sie die Prioritäten in der Trilogie «Unternehmer – Familie – Firma» immer wieder hinterfragen und die Erfolgsmaximen neu ausrichten. Denn nur gesunde Unternehmen sind nachfolgewürdig. Und am besten übergeben Sie das Unternehmen, wenn es erfolgreich ist!

Lassen Sie es also zu, dass eine langfristige Einheit der Familie entsteht und damit der Erfolg des Unternehmens gesichert wird – und aus der Verwandtschaft eine Gemeinschaft wird.

Lösungsansatz Strategie-Quartett

Im Rahmen ihres seit Jahren praktizierten und erprobten Strategie-Quartetts (siehe continuum.ch) bearbeitet die Continuum AG in der Familien- und der Unternehmens-Strategie genau diese Themen: Entwicklung einer konsistenten Familien/Eigner- und Unternehmensstrategie sowie darauf aufbauend die Familien-Governance bzw. -Verfassung.

Continuum AG, Rolf Brunner
Teufener Strasse 25, 9012 St.Gallen
Tel. +41 71 220 99 44, Mobile +41 79 601 74 74
rolf.brunner@continuum.ch, www.continuum.ch

Innerrhoden neues «Familienmitglied»



Die Verwaltung des Kantons Appenzell Innerrhoden fördert die Vereinbarkeit von Beruf und Familie und wird neues Mitglied der Familienplattform Ostschweiz. Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sei wichtig, vor allem im Hinblick darauf, «dass wir jungen Menschen alles offen lassen – die Lehre oder das Studium nach Wahl», begründet Rico Roduner den Beitritt von Innerrhoden zur Familienplattform Ostschweiz. FPO-Geschäftsführerin Corinne Indermaur hebt hervor, dass «die Mitarbeitenden der kantonalen Verwaltung nun unsere Beratungsdienstleistungen per sofort kostenlos in Anspruch nehmen können».

taburetti.ch gewinnt Videoclip

Am 8. Juni findet das 2. Jungunternehmerforum St.Gallen im Fürstenlandsaal in Gossau statt. Mit Workshops, Praxisreferaten und einem Jungunternehmer-Dialog können sich Firmengründer und junge Unternehmer vernetzen und weiterbilden.

acrevis besetzt Funktionen neu

Michael Steiner leitet ab 1. August das Private Banking, Ursula Gomez übernimmt den Bereich Führungssupport. Florian Keller ist ab August auch für die Bewirtschaftung der strategisch wichtigen Vermögensverwaltung und die Beschaffung von Finanzinformationen verantwortlich. Bereits seit April führt Albulena Morina die Niederlassung in Bütschwil; Jürg Süess hat im März die Leitung eines der beiden Finanzierungsteams in St.Gallen übernommen.

Auszeichnung für Spuhler



Die Stadler Rail Group wurde Ende April in Luzern mit dem Grossen Preis der Berufsbildung der Hans-Huber-Stiftung ausgezeichnet. Der Preis, der mit CHF 20 000 dotiert ist, wurde von CEO Peter Spuhler persönlich in Empfang genommen. Überreicht hat ihn Stiftungspräsident Christian Fiechter.

Warum vergibt der Stadtrat Millionen?

Zwei Parlamentarier wollten vom St.Galler Stadtrat wissen, ob es keine Interessenten für eine Förderung des Erdgases gebe, das beim gescheiterten Geothermieprojekt entdeckt wurde. Der Stadtrat verneinte. Jetzt ist herausgekommen, dass die Schweiz. Erdöl AG gerne Erdgas im Sittertobel fördern würde. Warum der Stadtrat die Chancen auf eine Nutzung und Millionen für die Stadtkasse vergibt, ist (noch) nicht bekannt.

Xaver-Awards für die Ostschweiz

Ende April verlieh der Expo-Event.Live Communication Verband Schweiz in Zürich die diesjährigen Xaver-Awards. Die Eggerstander «Schriften Haas» durfte einen der sechs Preise mit ins Appenzellerland nehmen. Die Werbemanufaktur überzeugte die Jury mit ihrem aufwendig gestalteten Messestand in Form eines lebensgrossen VW Bulli. Ebenfalls ausgezeichnet wurden die beiden St.Galler Gastkantonsauftritte an der LUGA 2014 und an der Zugermesse 2015.

Der Preis wurde den Projektverantwortlichen der Olma Messen und der Konform AG überreicht.



Expo-Planungskredit erhält Unterstützung

St.Galler Parteien, die Wirtschaft Region St.Gallen und prominente St.Galler Politiker – aus CVP, SP, FDP, SVP, Grünen, Grünliberalen, EVP und BDP – unterstützen den Expo-Planungskredit. Sie wollen der Expo eine Chance geben und engagieren sich für ein Ja am 5. Juni. Eine Expo könne zu einer grossen Chance werden; Wirtschaft, Tourismus, Kultur und Gesellschaft würden profitieren, sind sich die Unterstützer sicher.

Trendcommerce produziert CO₂-neutral

Die Trendcommerce Group nimmt ihre ökologische Verantwortung wahr und produziert an den Standorten Gossau und Schaanwald (FL) ab sofort klimaneutral. Grundlage dieses Engagements ist eine Kooperation mit ClimatePartner, einem führenden Anbieter für Klimaschutzlösungen. Der produktionstechnisch nicht vermeidbare CO₂-Ausstoss wird durch die Unterstützung eines Klimaschutzprojekts in Kikonda (Uganda) vollständig kompensiert.

Wer referiert am KMU-Tag 2016?

Der Schweizer KMU-Tag findet am 28. Oktober 2016 statt. Als Referenten konnten die Organisatoren HSG-Professor Martin Kolmar, E-Bike-Unternehmer Thomas Binggeli, Philosoph Wilhelm Schmid, TV-Internet-Pionierin Bea Knecht, Ex-Lebensmittelhändler Luciano Marinello und «Digitaltherapeutin» Anitra Egger (Bild) gewinnen. Gastgeber ist wie gewohnt Urs Fueglistaller; durch den Tag führt Moderatorin Christa Rigozzi.



Hilti beschleunigt Umsatzwachstum

Die fortgesetzten Investitionen in Vertrieb, Produkte und neue Services wirken sich erwartungsgemäss positiv auf die Geschäftsentwicklung der Hilti-Gruppe aus. In den ersten vier Monaten 2016 erhöhte sich der Umsatz in Lokalwährungen um +7,4 %, in CHF um +7,2 % gegenüber der Vorjahresperiode.

«Hotelkrippe» bietet erweiterte Kinderbetreuung

Unter dem Namen «Hotelkrippe» wird – an zentralem Standort in der Innenstadt St. Gallen – ab August 2016 ein neues Angebot der Kinderbetreuung geschaffen. Dieses umfasst neben der üblichen Kinderbetreuung von Montag bis Freitag zusätzliche Betreuungszeiten am Abend, in der Nacht und an Wochenenden. Das als einzige Krippe in der Ostschweiz.

in kürze

LEADER

› Benedikt Würth

Die Regierung entsendet den neuen Vorsteher des Finanzdepartements, Regierungsrat Benedikt Würth, per 1. Juni in den Verwaltungsrat der St.Galler Kantonalbank.

› Barend Fruithof

Der Verwaltungsrat der HRS Holding AG wurde per 1. Mai um ein Mitglied erweitert. Beim Neuzugang handelt es sich um den Schweizer Banker Barend Fruithof.

› Marianne Rapp Ohmann

Wil Tourismus hat kürzlich die neue offizielle Botschafterin der Stadt Wil gekürt: Marianne Rapp Ohmann vom Wiler Auktionshaus Rapp.

› Hochdorf-Gruppe

Die Hochdorf-Gruppe baut ihre Kapazitäten in Sulgen TG aus: Bis 2020 werden CHF 80 Mio. investiert.

› Stadt St.Gallen

Die Stadt St.Gallen kaufte vor vier Jahren beim Bahnhof St.Fiden ein Areal von 1,9 Hektaren. Nun will sie dieses mit angrenzenden Arealen entwickeln und so einen neuen Stadtteil schaffen.

› HRS Real Estate AG

Die HRS Real Estate AG reichte das Baugesuch für das Hotel Werk2 auf dem Saurer-Areal in Arbon ein. Das Hotel wurde als Ersatz für das Metropol entwickelt, das im Herbst schliesst.

› Appenzeller Bahnen

Die Appenzeller Bahnen verfügen über eine kleine Bussparte. Deren geringe Grösse hat die AB dazu bewogen, die Fahrleistungen auszuschreiben. PostAuto erhielt den Zuschlag.

› Clientis AG

Die Clientis AG hat, stellvertretend für die angeschlossenen 25 Regionalbanken, die Verträge mit ihrem neuen IT-Provider Inventx AG unterzeichnet. Damit werden in der Ostschweiz 25 neue Arbeitsplätze geschaffen.

› Bühler+ Scherler AG

Nach vier Jahrzehnten an der Zürcher Strasse 511 ist das St.Galler Ingenieurbüro Bühler+ Scherler AG in neue, grosszügige Geschäftsräume an der Breitfeldstrasse 13 umgezogen.

Wie weiter nach dem turbulenten Jahresstart der Aktienmärkte?

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

Der Start ins neue Jahr ist sprichwörtlich ins Wasser gefallen. Zuletzt gab es jedoch erste Lebenszeichen von den Aktienmärkten, doch wie lange dauern diese an?

Candrian: Die Märkte haben die massiven Kursverluste zu Beginn des Jahres mittlerweile zu einem Teil korrigiert. Wir blicken verhalten optimistisch auf den weiteren Jahresverlauf.

Konkret?

Bischofberger: Am schwächsten sehen wir derzeit US-Unternehmen, die aus unserer Sicht zumindest noch im laufenden, wahrscheinlich sogar noch im dritten Quartal in einer Gewinnrezession stecken. Wesentlich optimistischer sind wir für Europa und die Schweiz, wo wir im Schnitt für das laufende Jahr mit einer Gewinnausweitung von 7% rechnen. Vor allem auf dem Schweizer Markt sind die eigentlich ordentlichen Aussichten nur unzureichend eingepreist.

«Expansive Geldpolitik – Fazit?»

Doch in Europa hängt über allem ein möglicher EU-Ausstieg der Briten!

Candrian: Die Brexit-Abstimmung ist ein Damoklesschwert, vor allem da niemand genau abschätzen kann, was infolge einer Zustimmung der Briten zum Euro-Austritt wirklich passieren wird. Eine solche Situation gab es in der jüngeren europäischen Geschichte noch nie. Wir fürchten, dass ein «Ja» zum Brexit an den Märkten dramatische Folgen haben könnte. Viele Marktteilnehmer dürften einen Brexit als Anfang vom Ende der Europäischen Union interpretieren. Die Folgen für Europa und die ganze Welt sind derzeit kaum einschätzbar.

Welche Rolle kommt den Notenbanken in der aktuellen Lage zu?

Erny: Sie sind das zentrale Element der Erholung an den Märkten. Bisher hat die sehr expansive Geldpolitik der Notenbanken rund um den Erdball allerdings nicht den gewünschten Erfolg gebracht. Dafür gibt es in zahlreichen Marktsegmenten wie zum Beispiel den Anleihen- und Immobilienmärkten vermehrt Anzeichen für eine Blasenbildung.

Candrian: Es ist unserer Meinung nach dringend notwendig, dass die Notenbanken ihre Markteingriffe zurückfahren. Es wird wahrscheinlich ein schmerzhafter Schritt die steigende Diskrepanz zwischen markt- und realwirtschaftlicher Entwicklung einzudämmen.

Ist die expansive Geldpolitik gescheitert?

Candrian: Realwirtschaftlich ist sie ein Flop. Die Konjunkturerholung in den USA war und ist im Vergleich zu früheren Erholungsphasen ernüchternd. In Europa ist die Kreditvergabe der Banken weiter schwach und die Wirtschaft kommt nicht wunschgemäß in Schwung. Auch die Massnahmen der japanischen Notenbank haben bisher keine Wende zum Besseren eingeläutet.

Haben die Notenbanken also versagt?

Erny: Nein, die Notenbanken haben ihr Möglichstes getan, um die Konjunktur zu beleben und in Schiefelage geratene Staaten in Europa zu retten. Letztlich musste vor allem die EZB die Versäumnisse der Politik ausbaden. Wir halten es für unumgänglich, dass in Europa umgedacht werden muss. Die Massnahmen der EZB verpuffen wirkungslos, wenn die Staaten den konjunkturerdrückenden Austeritätskurs weiter verfolgen. Es braucht neue Investitionsmassnahmen und nicht weitere Spar-Handschnellen für die Staaten.



Dr. iur.
Daniel Candrian,
Präsident des
Verwaltungsrats



Prof. Dr.
Dominik Erny,
Mitglied des
Verwaltungsrats



Stefan
Bischofberger,
Vorsitzender der
Geschäftsleitung

Wie agieren Sie als Vermögensverwalter in dieser turbulenten Zeit?

Bischofberger: Es ist sehr anspruchsvoll und schwierig in diesem Umfeld eine befriedigende Rendite zu erzielen. Auf die Marktturbulenzen reagierten wir strategisch verhalten. Mit hektischem Umschichten und dem Versuch in solchen Phasen den schnellen Franken verdienen zu wollen, verschlimmert man die Lage in der Regel nur. Wir haben punktuell Positionen abgestossen und die Liquidität über einen längeren Zeitraum hoch gehalten. Inzwischen sehen wir jedoch wieder Aufwärtspotenzial am Markt und sind daher wieder breit investiert.

Auch das Umfeld für Vermögensverwalter an sich wandelt sich. Wie gehen Sie damit um?

Candrian: Natürlich belastet auch uns die steigende Regulierungsdichte in der Branche. Doch haben wir bisher alle regulatorischen Vorgaben „in time“ umsetzen können und sind zuversichtlich, auch in Zukunft Änderungen zeitnah und ohne Probleme implementieren zu können. Wir denken hier vor allem an die europäischen MiFID II-Richtlinien. Auch wenn noch unklar ist wann MiFID II wirklich gilt, derzeit wird das Jahr 2018 als Starttermin genannt, werden auch Schweizer Vermögensverwalter betroffen sein.

«Durchdachtes Anlageverhalten ist gefragt.»

Worauf haben Sie gesetzt?

Erny: Wir haben vor allem auf massgeschneiderte Tracker-Zertifikate, welche eine Vielzahl von verschiedenen Aktien enthalten gesetzt, um möglichst breit von der jüngsten Erholung zu profitieren. Bisher laufen die Papiere mit Schwerpunkt auf den europäischen Healthcare-Sektor und auf den globalen Konsumsektor sehr gut. Gezielt eingesetzte strukturierte Produkte erscheinen uns in der gegenwärtig sehr anspruchsvollen Marktphase als geeignete Anlageinstrumente.

Und ETF's?

Bischofberger: Wir ziehen derzeit auch verschiedene Sektoren-ETF's in Betracht, wobei wir bei diesen Produkten meist von den tiefen Volumen und den damit verbundenen hohen Spreads ausgebremst werden. Der ETF-Markt ist zwar interessant, für einen Vermögensverwalter, der mit ETF's auch exotische Themen abdecken will, fehlt dem Markt jedoch die notwendige Tiefe.



Cosmopolitan Vermögensverwaltungs AG
Rütistrasse 20, CH-9050 Appenzell

Tel. +41 (0)71 353 35 15
Fax. +41 (0)71 353 35 18

welcome@cosmopolitan.ch
www.cosmopolitan.ch



Wie fit ist Ihr Wertschriftendepot?

Performance optimieren – Sicherheit erhöhen – Kosten einsparen

Handeln Sie jetzt! Wir helfen Ihnen gerne dabei.

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



Cosmopolitan
Image-Video

Mit System zum Erfolg:

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



COSMOPOLITAN®
VERMÖGENSVERWALTUNGS AG

House of Finance · Rütistrasse 20 · CH-9050 Appenzell
Telefon +41 (0)71 353 35 15 · Telefax +41 (0)71 353 35 18
www.cosmopolitan.ch

BANKENUNABHÄNGIGE VERMÖGENSVERWALTUNG IN SWISS PRIVATE BANKING QUALITY SEIT 1988

OSTSCHWEIZ DRUCK

Hofstetstrasse 14 · 9300 Wittenbach · ostschweizdruck.ch



**Die schnellste
Druckerei der Welt.**



Berit Paracelsus-Klinik offiziell eröffnet

Mit viel Prominenz wurde die Berit Paracelsus-Klinik am 28. April in Speicher eingeweiht. Als Moderator fungierte Sportreporter Matthias Hüppi, Alt Bundesrat Hans-Rudolf Merz hielt eine launige Festansprache, Direktor Peder Koch blickte zurück auf die Bauzeit, und Dr. Manfred Georg Krukemeyer, Vorsitzender der Gesellschafterversammlung der Paracelsus-Kliniken, würdigte Koch und sein Team für ihre Leistungen. Anschliessend wurden die Gäste durch den Neubau geführt.

Weitere Bilder unter leaderonline.ch



Die Nr. 1 in Sachen Weiterbildung

Das WIFI Vorarlberg ist der Partner im Dreiländereck, wenn es um berufliche Aus- und Weiterbildung geht. Nutzen Sie das umfassende Angebot und werfen Sie einen Blick in das soeben erschienene Kursprogramm 2016/17!



*Dr. Thomas Wachter:
«Nutzen Sie die Chance
und werfen Sie einen
Blick in unser neues
Kursprogramm!»*

Druckfrisch liegt es auf, das neue Kursbuch des WIFI Vorarlberg! Angeboten werden wieder rund 2000 Kurse, Workshops, Lehrgänge und Ausbildungen aus nahezu allen Themengebieten, die für Unternehmen und ihre Mitarbeiter relevant sind. «Das Motto lautet: Im WIFI Vorarlberg wird das ausgebildet, was die Wirtschaft braucht. Deshalb verfügt unser Programm jedes Jahr aufs Neue über eine solch enorme Bandbreite», erklärt Institutsleiter Dr. Thomas Wachter. Neben den Themenbereichen Management und Unternehmensführung, Persönlichkeit und Sprachen sind ab Herbst auch wieder Lehrgänge aus den Fachbereichen Betriebswirtschaft, EDV, Technik und Branchen fixer Bestandteil des Programmes. «Immer größerer Beliebtheit erfreuen sich unsere akademischen Ausbildungen. Gerade gut qualifizierten Fachkräften mit Berufserfahrung können so auch ohne Matura ein international anerkanntes Master-Degree erwerben.»

Das breite Kursangebot, aber auch der günstige Währungskurs bewirken, dass die Zahl der Kunden aus der Schweiz und Liechtenstein stetig steigt: Im vergangenen Jahr kamen rund 1000 Teilnehmer aus den beiden Nachbarländern.

FIT – massgeschneiderte Firmentrainings

Da jedes Unternehmen anders ist und ganz spezifische Anforderungen an die Weiterbildung seiner Mitarbeiter hat, bietet das WIFI zu nahezu jedem Thema sogenannte Firmen-Intern-Trainings (kurz FIT) an. Nach einer Bedarfsanalyse erarbeiten FIT-Experten mit Ihnen Workshops, die speziell auf die Bedürfnisse Ihrer Mitarbeiter zugeschnitten sind. Firmen-Intern-Trainings garantieren somit massgeschneiderten, praxisnahen Wissenstransfer! Wachter: «Unsere Leistungen reichen von innerbetrieblichen Trainings der Mitarbeiter bis hin zum umfassenden Personalentwicklungskonzept.»

NEU

**Ihr neues Kursbuch
2016/2017**

WIFI
WKO

Jetzt GRATIS anfordern!
T +43 5572 3894-425

www.wifi.at/vlbg



Domus Studio und WG zogen hunderte Besucher an

Das neue Domus Studio in der St.Galler Altstadt ist eröffnet. Für viel Aufsehen sorgte während den Eröffnungstagen eine benachbarte Wohngemeinschaft. Eine rote Linie zeigte den Besuchern und Neugierigen den Weg vom neuen Laden an der Spisergasse 42 in die benachbarte WG. Die Wohnung der Gebrüder Wehrle und ihren Freunden wurde extra für die Eröffnung neu eingerichtet und verwandelte sich während zwei Tagen in einen Showroom. Hunderte Besucher liessen sich in der WG und im Domus Studio von neuen Wohnideen inspirieren.



Königlich feiern und tagen am kaiserlichen Arenenberg

Eine Landschaft wie ein Kunstwerk bietet sich dem Besucher, wenn er auf den geschichtsträchtigen Arenenberg kommt. Am 9. Mai 1906 schenkte Kaiserin Eugenie – Gattin von Napoleon III, letzter Kaiser von Frankreich – das gesamte Besitztum dem Kanton Thurgau.



Körper und Geist beleben

Es gibt Orte, die haben etwas Magisches an sich. Der Arenenberg gehört zweifelsfrei dazu. Dem Besucher eröffnet sich ein einzigartiger Blick. Auf die Schönheit der Natur und die faszinierende Geschichte Napoleons. Dank renovierter Infrastruktur ist der Arenenberg mit seiner Hotellerie gut geeignet zur Durchführung von Anlässen aller Art. Als Rahmenprogramm anbieten sich eine Degustation im historischen Weinkeller oder ein Teambuilding-Event namens «Gourmet-Workshop». Dieser Anlass ist beliebig erweiterbar: Besichtigung der Gärtnerei mit Kräuterkunde, themenbezogene Rundgänge mit interessanten Stationen, wie z.B. Bienenhaus, Sortenfeld oder Gutsbetrieb.

Das schönste Schloss am Bodensee

Das bekannte Napoleonmuseum sollte man ohnehin aufsuchen. Ein Grossteil des Museums ist im Palais untergebracht, in dessen Repräsentationsräumen die kaiserliche Familie ihre Gäste empfing. Der heutige Besucher betritt das Palais in Filzpantoffeln. Damals wie heute besticht es durch seinen französischen Charme. «Die Besucher sollen sich wie Gäste von Napoleon fühlen», erklärt Museumsleiter Dominik Gügel. Seinen Rundgang startet man in einem neuen Besucherzentrum mit integrierter Schloss-Boutique.

Nebst der Dauerausstellung richtet das Museum sein Angebot dieses Jahr auf das «Hortense-Jubiläum» aus. Vor 200 Jahren verliebte sich die Kaisermutter in das Thurgauer Schloss. Geplant sind unter anderem ein Blumenmeer voller Hortensien sowie eine historische Kleider-Ausstellung.

Den Gaumen verwöhnen

Ein beschilderter Rundgang bei freiem Eintritt in der Arenenberger Gartenwelt durch Schulgärten und historische Parks bietet majestätische Ausblicke auf den Untersee. Die Nutzgärten der Schulgärtnerei sind ein wichtiger Lieferant für die Gastronomie, welche auf regionale Gerichte spezialisiert ist. In den Rebbergen rings ums Schloss reifen die Pinot-Trauben, aus denen im eigenen Keller gehaltvolle Weine gekeltert werden. Im grossen Festsaal, welcher einem immensen Wintergarten gleich in die bestehenden Aussenmauern integriert wurde, lässt es sich hervorragend feiern.

Auf einen Blick

Seminarzentrum und Hotellerie:

- Grosses Raumangebot mit Kapazitäten von 10 bis 450 Personen
- Arbeitsräume mit modernster Infrastruktur und Technik
- Attraktive Rahmenprogramme und Verpflegungsmöglichkeiten
- 40 Hotelzimmer (85 Betten) im Hauptgebäude des Schlossguts

Preise pro Person:

- Tagespauschale ohne Übernachtung ab CHF 46.–
- Tagespauschale mit Weinverkostung ab CHF 64.–
- 2-Tagespauschale mit Übernachtung und Rahmenprogramm ab CHF 225.–
- Übernachtung im Doppelzimmer ab CHF 90.–

Tipp:

- Hochzeiten können in der charmanten, kleinen Kapelle vor Ort durchgeführt werden.



GV mit Gastregion «Appenzellerland»

Am 27. April fand die 16. Generalversammlung der St.Galler Kantonalbank in der Olma-Halle 9 statt. Die Aktionärinnen und Aktionäre stimmten einer unveränderten Dividende von 15 Franken pro Aktie zu. Seit 20 Jahren ist die St.Galler Kantonalbank im Kanton Appenzell Ausserrrhoden präsent. Seither ist sie im Nachbarkanton erfolgreich gewachsen. Aus Anlass dieses Jubiläums bestritt die Gastregion «Appenzellerland» den geselligen Teil der Generalversammlung.

Weitere Bilder unter leaderonline.ch



Optimales Licht, optimale Partner

Das Festspielhaus Bregenz wird jährlich zum Zentrum für Lichtinnovation – vom 20. bis 22. September 2016 ist es wieder soweit: In Bregenz, direkt am Bodenseeufer, befindet sich einer der Hotspots für Kongresskultur, hier trifft sich während der LED professional Symposium+Expo alles, was weltweit Rang und Namen hat in einer der innovativsten Branchen der Industrie.

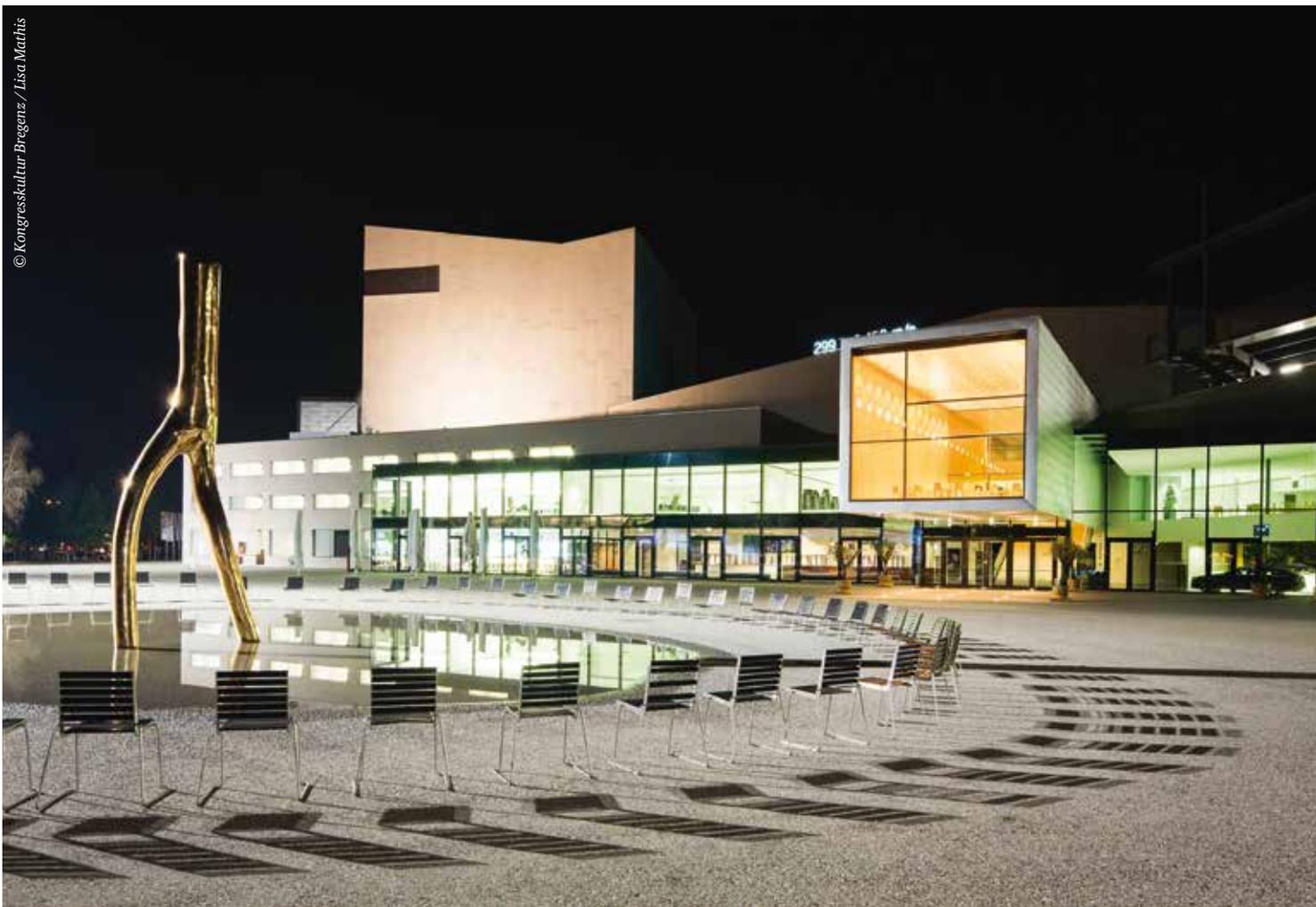
Um das Licht war es Jahrzehnte lang relativ ruhig, aber seit die LEDs auf dem Vormarsch sind, hat sich die Innovationskraft dieser Branche vervielfacht. Die Halbleitertechnologie gibt ihre Energie zu über 50 Prozent als Licht wieder und stellt daher im Verbrauch alle anderen Lichtquellen in den Schatten. Stark reduzierte Wärmeverluste, keine Umweltgifte, keine Recyclingprobleme. Das passt auch in den «Green Meeting»-Rahmen des Festspielhauses Bregenz, in dem seit dem ersten LpS 2011 jährlich die neuesten Technologien vorgestellt werden.

Im Licht steckt weit mehr

Der Trend ist klar: Lichttechnik und mobile Geräte stimmen sich miteinander ab, um ihren Besitzer/innen das Leben leicht und hell zu machen – so sollen etwa persönlich abgestimmte Lichtquellen die Winterdepression vertreiben, Kaufverhalten vereinfachen (oder sanft lenken) und die Sicherheit im Straßenverkehr erhöhen.

Das alles ist sicher sinnvoll und wichtig, aber man darf doch hoffen, dass die Lichter nicht einfach ausgehen, weil ein vernetztes Biorhythmus-Messgerät dem

© Kongresskultur Bregenz / Lisa Mathis





© Pränderbahn / Othmar Heidegger

Convention Partner

**VOR
ARL
BERG**
Mehr zum Thema:

LED professional Symposium:
www.led-professional-symposium.com
 Convention Partner Vorarlberg:
www.convention.cc

Computer meldet, dass es an der Zeit wäre, schlafen zu gehen... solche und ähnliche Entwicklungen stehen jedenfalls während des dreitägigen Symposiums auf der Tagesordnung. Initiator dieses Events, Siegfried Luger, erforscht mit seinem Unternehmen Luger Research die weltweiten Trends, vernetzt die internationale Community und bringt Organisationen wie die «EPIC» European Photonic Industry Consortium oder die chinesische International Solid State Lighting Alliance «ISA» nach Bregenz – einfach weil sich die Branche der Lichtquellen weltweit in einer rasanten Entwicklung befindet und Wissenstransfer noch immer am besten live geschieht.

Urs Treuthardt, Geschäftsführer Convention Partner Vorarlberg:
«Mit innovativen Lösungen und Ideen kann man die Qualität eines Kongresses steigern. Wir als Convention Partner Vorarlberg bringen die richtigen Partner zusammen und ermutigen neue Formate auszuprobieren – und das funktioniert auch! So können wir Kongresse im Land halten und auch dazugewinnen.»

Weltweit führende Technologie

Der Nobelpreisträger 2014 für Physik, Prof. Shuji Nakamura, wird in diesem Jahr höchstpersönlich die Fachkonferenz eröffnen. Der Professor an der Santa Barbara University (Kalifornien) war der Erfinder der weißen Lichttechnologie, der erste, dem es Anfang der 90er Jahre gelang, das blaue Licht, als Grundlage des weißen Lichts, produktionstauglich zu generieren und damit dem Siegeszug der LEDs die Tür zu öffnen.

Über 1500 Besucher/innen aus 40 Ländern der Welt werden erwartet, um sich von den 80 hochkarätigen Vortragenden inspirieren zu lassen. Über 100 internationale Aussteller/innen zeigen ihre exklusivsten Neuentwicklungen, Visionäre aus der

Technik entwickeln Zukunftsideen, wie die optimale Beleuchtung vom effizienten Pflanzenwachstum bis zur sanften Stimmungsaufhellung aussieht – und was das perfekte Licht sonst noch zu bieten hat.

Convention in Vorarlberg ist zukunftsfähig

Dabei greift der Initiator des inzwischen 6. internationalen «Congress of Solid State Lighting Technologies & Innovations», Siegfried Luger von Luger Research, gerne auf den Service von Convention Partner Vorarlberg zurück – für einen Event dieser Größe ist ein perfekt eingespieltes Team im Hintergrund eine verlässliche Zusatzleistung. Das Team des Convention Bureaus wickelt von den Teilnehmer-Buchungen bis zu den Hotelnchtigungen, dem Freizeitprogramm und Vor-Ort-Betreuung alles professionell ab. Dass bei einem Kongress dieser Größe auch junge Unternehmer/innen und Student/innen eine kleine Bühne für ihre innovativen Ideen und Produkte erhalten, gehört zum Konzept des BodenseeMeeting – diese haben bei einem Fachkongress ebenfalls einen Blick in die Zukunft der Kongresskultur geworfen und ihre Schlüsse gezogen. Convention ist definitiv zukunftstauglich, und das Know-how dafür konzentriert sich deutlich sichtbar in der Region Bodensee-Vorarlberg. Angedacht ist die Zusammenarbeit mit einer E-Mobil-Flotte für die Kongressteilnehmer, um die Ideen der «Green Meeting» zertifizierten Events damit um einen wichtigen Mosaikstein zu erweitern – die Grundhaltung der Nachhaltigkeit soll für die Besucher/innen schon beim Airport-Shuttle zu einem Erlebnis werden.

«Mit innovativen Lösungen und Ideen kann man die Qualität eines Kongresses steigern. Wir als Convention Partner Vorarlberg bringen die richtigen Partner zusammen und ermutigen neue Formate auszuprobieren – und das funktioniert auch! So können wir Kongresse im Land halten und auch dazugewinnen.»
 Urs Treuthardt, Geschäftsführer Convention Partner Vorarlberg

Das Chaotische der öffentlichen Kommunikation

Claude Longchamp (*1957) hat sich auf die Analyse der direkten Demokratie konzentriert, vor allem auf das Verhalten der Bürgerinnen und Bürger bei Sachentscheidungen, auf die gesellschaftlichen und politischen Einflüsse, auf die Meinungsbildung sowie auf die massenmediale Kommunikation in der Politik. Im Herbst referiert er am Networking-Tag in St.Gallen. Im Gespräch mit dem Politikwissenschaftler, Historiker, VR-Präsident und Institutsleiter der gfs.bern ag.

Claude Longchamp, Sie beschäftigen sich berufshalber mit Trends und Prognosen – und das seit über 30 Jahren. Wie haben sich die Möglichkeiten für Hochrechnungen bzw. die dafür notwendigen Tools in diesen Jahrzehnten verändert?

Zunächst hat sich die Datenlage massiv verbessert: In den 1980er Jahren musste man jeden Datensatz selber basteln, heute gibt es zahlreiche amtliche, wissenschaftliche und kommerzielle Unterlagen, die man nutzen kann. Dann hat sich das Verständnis verändert: An der Uni lernte ich noch, die Sozialwissenschaften würden gesetzesbasierte Aussagen machen; davon buchstabierte man unter Einfluss der

einem gewissen Grad rückgängig; zudem muss heute alles schneller gehen, sodass Kontrollstandards abgebaut wurden. Wir setzen deshalb konsequent auf Doppelpublikation: via Massenmedien und via eigene Website, die wir sozialmedial selber bewerben.

Die neue Form der Mediennutzung macht es auch möglich, dass ein Thema innerhalb von wenigen Stunden an Brisanz gewinnen kann. Die Stimmung eines grossen Teils der Bevölkerung kann kippen. Ist es überhaupt möglich, solche Faktoren in eine Prognose einfließen zu lassen?

Speziell im Zusammenhang mit der Ausbreitung von Social Media diskutiert man die Pluralisierung der Kommunikatoren, gleichzeitig auch das Chaotische der öffentlichen Kommunikation. Das grosse Stichwort ist die «bottom-up»-Kommunikation. Ich denke, es trifft die heutige Situation nicht. Wir haben eher eine Erweiterung der «top-down»-Kommunikation: Zentrale Akteure sind nicht verschwunden, auch die Nutzung der Massenmedien hat sich nicht einfach aufgelöst. Wir haben jedoch nicht mehr die klaren Leader unter den Verbänden oder den Massenmedien. Entscheidend sind heute Netzwerke rund um sie herum, welche die Deutung von Inhalten vornehmen und aus Ereignissen Stimmungen erzeugen können. Für Kommunikatoren bedeutet dies, dass sie ein Stück der Deutungshoheit über ihre eigenen Botschaften eingebüsst haben.

Kann man im Zusammenhang mit der neuen Mediennutzung auch von einem Schmetterlingseffekt sprechen?

Generell finde ich das zu pauschal, im Einzelfall ist es aber berechtigt. Wir erleben immer wieder, wie wir in Stimmungen verfallen – vor den letzten Wahlen unter dem Stichwort «Rechtsrutsch», während der Entscheidung zur Durchsetzungsinitiative mit dem Motto «Aufstand der Anständigen». Wie und wann

«Ich habe gelernt, dass die Neugier genauso eine Feder des menschlichen Handelns ist wie der Zweifel.»

Stochastik auf wahrscheinliche Zusammenhänge zurück. Zudem ist die Szenariotechnik aufgekommen, das heisst das Denken in Zukünften, also im Plural statt Singular. Aktuell sind wir im Übergang zu «big data», verbunden mit der Hoffnung, dass Massenbeobachtungen besser sind als das vorgelagerte, logische Denken, das man empirisch prüft, bevor es gilt.

Verändert hat sich in diesem Zeitraum auch die Medienwelt: Wir informieren uns heute über alle möglichen Kanäle. Welchen Einfluss hat dieser Umstand auf Ihre Tätigkeit?

Es ist vor allem eine Chance. Aufgekommen sind journalistische Formen wie der Präzisions- resp. heute der Datenjournalismus. Beides hat das Bewusstsein für das Faktische in der Berichterstattung gestärkt, auch für das Gemessene und das Visualisierte. Gleichzeitig mehrten sich aber auch Probleme mit der Medienkommunikation: Der Spardruck, verbunden mit dem Abbau von Ressourcen in den Redaktionen, macht Spezialisierung in den Medien bis zu



Claude Longchamp:
«Die Inspiration ist
die Quelle des Aufbaus
von Neuem.»

Stimmungen entstehen, bleibt meist verborgen; man erkennt sie fast immer erst im Nachhinein. Bekannt ist aber, dass sie eine höhere Stufe des öffentlichen Bewusstseins sind und uns qualitative Aussagen über das, was ist oder wird, erlauben. Gleichzeitig gehören sie zum Unbeständigen in der öffentlichen Meinung, sind also eher kurzfristige Rahmungen unserer Vorstellungen.

Von Parteien wird kritisiert, dass Prognosen das Abstimmungsverhalten beeinflussen können. Sind Sie mitunter mehr Meinungsbilder statt Meinungsabbilder?

Jedenfalls ist das nicht die Absicht. Natürlich bietet jede gut gemachte Untersuchung Einsichten in das, was ist – aber auch, warum es ist. Das ist das Wesen einer jeden Analyse. Es kommt aber sehr wohl darauf an, wann und wie sie kommuniziert wird. Generell machen wir die Erfahrung, dass es keine eindeutige Wirkung gibt, wenn man eine Studie öffentlich kommuniziert, denn es partizipieren meist zu viele Sprecher an der Anschlusskommunikation. Wenn sich etwas ändert, sind es Erwartungshaltungen, wobei unsicher ist, ob das auch das Verhalten beeinflusst.

Ganz grundsätzlich: Wieso benötigen wir eigentlich Abstimmungsumfragen und -hochrechnungen?

Ach, die Frage wird mir seit 30 Jahren praktisch unverändert gestellt, wenn wir unsere Arbeit gemacht haben – nicht aber, wenn wir unsere Arbeit machen sollen. Ich habe gelernt, dass die Neugier genauso eine Feder des menschlichen Handelns ist wie der Zweifel. Letzterer ist in der Wissenschaft dominant, ersterer in der Praxis. Ich gebe zu, dass ich die Neugier für den besseren Ratgeber der Forschung halte als den Zweifel. Der ist zwar kritisch, aber zu wenig inspirierend. Und die Inspiration ist die Quelle des Aufbaus von Neuem.

Nun sprechen Sie im Herbst in St.Gallen am Networking-Tag. Der Event beschäftigt sich unter anderem mit der Theorie der «langen Wellen». Wie ist Ihre persönliche Meinung dazu – und was dürfen die Anwesenden von Ihrem Referat erwarten?

Ich bin ja von Haus aus Historiker. Von Fernand Braudel habe ich gelernt, dass die Zeit drei Qualitäten hat: das Kräuseln des Wassers, wenn es wellt, die Schwingungen des Meeres, wenn Ebbe und Flut sich abwechseln, und die Veränderungen von Gewässern und Landschaften, wenn sich beispielsweise das Klima wandelt. Die Demoskopie beschäftigt sich mit kurzen Welle, die Konjunkturforschung mit mittleren, und die Geschichtswissenschaft hat die langen Wellen entdeckt. Wohl verstehe ich etwas anderes als sie unter langen Wellen, denn ich meine die ganz grossen Veränderungen, etwa die Teilung der Mittelmeerkultur nach dem Zerfall des Römischen Reiches in eine islamische und christliche Welt oder die Teilung des westlichen Christentums in katholische und reformierte Gebiete am Ende des Mittelalters. Und heute brechen die so entstandenen, geschlossenen Herrschaftsräume rasant auseinander. Wir erleben durch Handel, Tourismus und Flucht wie Kulturen, die sich unterschiedlich entwickelt haben, aufeinandertreffen. Wachstumsphasen begünstigen die Integration, sagt die Ökonomie. In der Schweiz hat man den Eindruck, sie bringen eine neue Polarisierung mit sich.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg.

Networking-Tag 2016

«The Next Wave» ist das übergeordnete Thema des diesjährigen Networking-Tag in St.Gallen. Er findet am Freitag, 9. September, von 13 bis 18 Uhr auf dem Olma-Areal statt.

Unternehmensberater Reinhard K. Sprenger führt am Event in seinem Referat aus, was menschenzentrierte Führung ist. Oliver Haas, Begründer Corporate Happiness®, Buchautor und Unidozent, beschreibt, wie Wertschöpfung durch Wertschätzung entsteht. Und Doris Straus, CEO und medizinische Direktorin des Kurhotels und der Privatklinik Oberwald AG, zeigt, wie psychosoziale Kompetenz umgesetzt wird. Die Referentenrunde komplettieren schliesslich Karin Vey, Innovations- und Trendexpertin, ThinkLab, IBM Research Zürich; Roland Waibel, Institutsleiter IFU-FHS und Buchautor; Patrik Gisel, Vorsitzender der Geschäftsleitung Raiffeisen Schweiz; Schriftsteller Philipp Tingler und Politikwissenschaftler Claude Longchamp.

Anmeldeschluss ist am Freitag, 26. August.

Der LEADER ist Medienpartner der Veranstaltung. Weitere Infos unter www.networkingtag.ch.

the investor – Der Schweizer Börsenbrief seit 1985

Jetzt 4 Wochen kostenlos testen!

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

www.theinvestor.ch

Kompetente Infos zu Geld und Börse

- wöchentlich erscheinend
- 24 Seiten Finanz-Analysen
- ohne Werbung und bankenunabhängig!
- digital oder in gedruckter Form
- **täglich informiert mit unseren Daily News**



Image-Video:



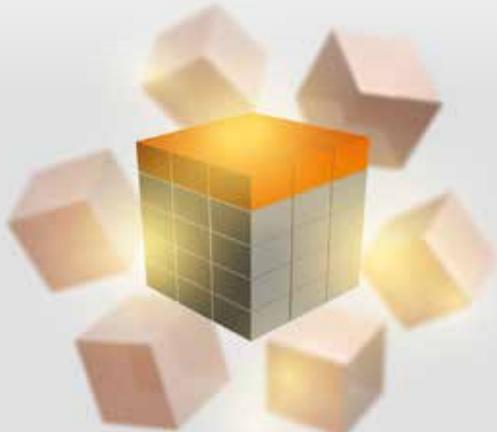
Renditen des Musterdepots:

2015: + 4,65%	2008: - 11,4%	2001: + 8,7%	1994: + 6,6%
2014: +11,66%	2007: + 13,4%	2000: + 8,4%	1993: + 34,4%
2013: +15,39%	2006: + 16,0%	1999: + 7,1%	1992: + 21,2%
2012: +11,64%	2005: + 22,8%	1998: + 23,1%	1991: + 15,6%
2011: + 7,3%	2004: + 10,8%	1997: + 38,8%	1990: + 11,3%
2010: + 7,4%	2003: + 24,2%	1996: + 35,1%	1989: + 34,8%
2009: + 34,1%	2002: - 8,2%	1995: + 21,2%	

theinvestor.ch

Rütistrasse 20, CH-9050 Appenzell
Tel. +41 71 353 35 65, info@theinvestor.ch

Mit Calibration CUBEs IT-Risiken minimieren!



Production Management | Satisfaction Management | Disaster & Recovery

Erleidet das Business Ausfälle durch Systemveränderungen? Sind Qualität und Verfügbarkeit der IT Leistungen mit dem Business verhandelt? Sind Vorkehrungen definiert für den Katastrophenfall?

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



LEADER ist eine Marke – und davon profitieren auch Sie!

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

www.leaderonline.ch

Presented by **LEADER** **SPECIAL**



André Merz

Leiter Firmenkundengeschäft Region Ostschweiz & Liechtenstein Commerzbank AG, St.Gallen

Womit haben Sie Ihr erstes Geld verdient?

Beim Zeitungsaustragen. Dabei das erste "richtige" Geld gab es dann mit 16 firs Beladen von Lastwagen bei einer Spedition: ganze 12,50 DM pro Stunde!

Hatten Sie als Kind einen andern Berufswunsch?

Eigentlich nicht - schon als Teenager hat mich die grosse ' der Börsen & Kapitalmärkte fasziniert.

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

Ganz klar: Eine Weltreise. Allerdings hat das noch viel Zeit...

Was bedeutet Ihnen Erfolg?

Einen Beitrag für die Gesellschaft zu leisten. Und das wiederum macht mich zufrieden.

Welchen Luxus gönnen Sie sich ab und zu?

Gutes Essen mit ausgewählten Zutaten. Ob selbst gekocht oder im Restaurant - das gönne ich mir gerne.

Welche Ostschweizer Persönlichkeit bewundern Sie?

Ich bewundere einige Ostschweizer Familienunternehmen, die sich täglich mit Herzblut und unternehmerischem Geschick auf dem Weltmarkt behaupten müssen und alles für ihr Unternehmen geben.

Welche Lektüre kann Sie vom Schlafen abhalten?

Ein Krimi von Jo Nesbø.

Die Kleinen hängt man...

Vor gut vier Jahren musste Philipp Hildebrand als Präsident der Nationalbank zurücktreten. Heute ist er wieder dick im Geschäft. Die Männer hingegen, die ihn zu Fall brachten, stehen vor Gericht.

von Stephan Ziegler

In der Affäre, die den ehemaligen Nationalbankpräsidenten Philipp Hildebrand das Amt kostete, gab es Mitte April zwei Schuldsprüche: Das Bezirksgericht Zürich hat den Bankangestellten Reto T., der die Affäre ins Rollen brachte, wegen Verletzung des Bankgeheimnisses verurteilt, den Thurgauer Kantonsrat Hermann Lei wegen Gehilfenschaft – beides bedinge Geldstrafen. Leis Anwalt Valentin Landmann will das erstinstanzliche Urteil weiterziehen.

Die Strafverfahren gegen den Bankmitarbeiter und den Politiker sind in der Affäre Hildebrand die einzigen geblieben: Philipp Hildebrand wurde wegen der Devisengeschäfte auf seinem privaten Konto bei der Bank Sarasin vor und nach der Verhängung des Euro-Mindestkurses von 1.20 Franken nie angeklagt, obwohl Spekulationen mit US-Dollars eine Rendite von 75 000 Franken brachten. Ins Rollen gebracht hatte die Affäre Reto T., Informatiker bei der Bank Sarasin: Er war aufgrund eines Tipps auf die Devisentransaktionen gestossen und hatte davon Printscreens gemacht. Diese übermittelte er seinem damaligen Anwalt und Freund Hermann Lei, den er seit dem Kindergarten kennt.

Lei schaltete den damaligen Nationalrat Christoph Blocher ein, der wiederum die damalige Bundespräsidentin Micheline Calmy-Rey informierte. Schliesslich landeten die Dokumente bei der «Weltwoche». Sie verfügte damit über Munition, um den «Gauner» – so nannte die Zeitschrift den Präsidenten – zur Strecke zu bringen. Zwar übernahm Hildebrands Ehefrau Kashya, die in Zürich eine Galerie führte, die Verantwortung für die Dollardeals – den Job ihres Mannes konnte sie aber nicht retten. Geschadet hat ihm das nicht: Wohl wurde er anfangs 2012 als Präsident der SNB in

die Wüste geschickt; heute surft Philipp Hildebrand beruflich und privat allerdings auf der Erfolgswelle.

Anders siehts für seine Gegenspieler aus: Gegen die drei SVPLer Christoph Blocher, Hermann Lei und Reto T. wurde ein Verfahren wegen Verletzung des Bankgeheimnisses eröffnet. «Gauner» Hildebrand hingegen blieb von der Justiz unbehelligt: Seine Devisengeschäfte hätten weder gegen ein Gesetz noch gegen das damals geltende Reglement der Nationalbank verstossen. Und der Luzerner fand rasch wieder einen erstklassigen Job: Im Sommer 2012 heuerte er bei Blackrock an, dem weltgrössten Vermögensverwalter. Heute bewegt sich Vizepräsident Hildebrand auf Augenhöhe mit den Mächtigen der Welt.

Auch privat läuft es für Philipp Hildebrand, der in London lebt, prächtig: Von Kashya hat er sich getrennt. Seine neue Lebensgefährtin ist Margarita Louis-Dreyfus, Witwe des Milliardärs und Adidas-Retters Robert Louis-Dreyfus. Ausserdem gilt Hildebrand als Anwärter auf die Nachfolge von Larry Fink: Dem Blackrock-CEO werden Ambitionen auf das Amt des US-Finanzministers nachgesagt, falls Hillary Clinton die US-Präsidentschaftswahl im November gewinnt.

Während der Ex-Nationalbanker auf der Sonnenseite des Lebens steht, geht es seinen damaligen Gegenspielern bedeutend weniger gut: Zwar wurde das Verfahren gegen Christoph Blocher eingestellt (der Kanton Zürich musste ihm sogar eine Genugtuung von 133 000 Franken zahlen), Hermann Lei und Reto T. hatten sich aber vor Gericht verantworten. Die Kleinen hängt man, die Grossen lässt man laufen.



LEADER 6/2016

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, Axel Thoma, Nathalie Schoch, Simon Scherrer, Walter Locher, Paul Beerli, Eva Hediger, Malolo Kessler
Fotografie:	Stéphanie Engeler, Bodo Rüedi, Gian Kaufmann
Herausgeberin, Redaktion und Verlag:	MetroComm AG Bahnhofstrasse 8 9001 St. Gallen Tel. 071 272 80 50 Fax 071 272 80 51 www.leaderonline.ch www.metrocomm.ch leader@metrocomm.ch
Geschäftsleitung:	Natal Schnetzer nschnetzer@metrocomm.ch
Verlags- und Anzeigenleitung:	Martin Schwizer mschwizer@metrocomm.ch
Marketingservice/ Aboverwaltung:	Verena Zäch info@metrocomm.ch
Abopreis:	Fr. 60.– für 18 Ausgaben
Erscheinung:	Der LEADER erscheint 9x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni, August, September, Oktober, November/Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben
Gestaltung/Satz:	Tammy Rühli truehli@metrocomm.ch
Produktion:	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

St.Galler Kantonalbank präsentiert:

NACHT

DES OSTSCHWEIZER
FUSSBALLS

5. Nacht des Ostschweizer Fussballs

Die «Nacht des Ostschweizer Fussballs» feiert ihr 5-jähriges Jubiläum. Sichern Sie sich jetzt Tickets und Lose für den Gala-Abend mit unserem diesjährigen Stargast Bastian Baker.

Die Tombola hält Preise im Gesamtwert von rund CHF 200'000 für Sie bereit – dabei kommen die Erlöse der Tombola dem Nachwuchsprojekt «Future Champs Ostschweiz» zugute.

29.10.16 | Olma-Halle 9.1 | St.Gallen

Tickets & Infos www.fussballnacht.ch



Medienpartner

LEADER



20. WIRTSCHAFTSFORUM THURGAU
21. September 2016, 13.30 Uhr

Thurgauerhof, Weinfelden
Details und Online-Anmeldung: www.wft.ch



Felix Addor



Marcel Jüstrich



Dr. Ludwig Hasler



Hermann Hess



Alexander von Witzleben



Mona Vetsch

**Frühbucher-Preis
bis 30. Juni 2016
www.wft.ch**

**SWISSNESS – DAS KREUZ MIT
DEM SCHWEIZER KREUZ:**

Mit Schweizer Werten und Tugenden zum Erfolg

Patronat

**GEWERBE
THURGAU**

IHK Industrie- und
Handelskammer
Thurgau

weinfelden
mittelthurgau

Hauptsponsor

 **UBS**

Medienpartner

LEADER