

ZANOTTA AG Ökologie lohnt sich.Aktenvernichtung St.Gallen
071 244 55 03, www.zanotta.ch**Milo Stössel, MS Direct Group AG:**

Konstanter Weg in einem dynamischen Markt

Seite 18

In dieser Ausgabe:Peter Gmünder, Guido Graf,
Bruno Eschmann, Peter
Frischknecht, Karl Güntzel,
Ralph Engel, Roland Schegg **winterthur**

Ihr Ansprechpartner für Firmen-Versicherungslösungen /

AXA.ch

Vielversprechende Start-ups

Wer der Meinung ist, es sei kaum mehr möglich, eine neue Geschäftsidee zu entwickeln, der irrt sich gewaltig. Ein Blick auf mehrere Ostschweizer Start-ups beweist das Gegenteil.

Ab Seite 38

Sauber bleiben!

pronto-ag.ch

pronto
Wir verstehen mehr
als Reinigung.



Infoabend
14.6.2017
Weiterkommen!

QUELLE: GETTY IMAGES

Dipl. Betriebswirtschafter/in HF

Der Studiengang **Dipl. Betriebswirtschafter/in HF** richtet sich an Berufsleute mit abgeschlossener Lehre und kaufmännischem Grundwissen. Die **6-semestriige Ausbildung** an der Höheren Fachschule für Wirtschaft führt zum eidgenössischen Diplom. Eine Besonderheit dieses Studiums: **Eine Maturität ist nicht erforderlich**, dafür erfolgreiche Berufspraxis. Persönliche Beratung unter Telefon 058 345 75 75, weiterbildung@bzww.ch oder www.hfw-tg.ch.

Der Lehrgang startet im Oktober 2017. Jetzt informieren, anmelden und weiterkommen.





Start-ups: Zuerst gefördert, dann behindert

Wer in der Schweiz mit einer guten Idee und einer sauberen Vorbereitung inklusive Zahlen ein Start-up gründet, hat grosse Chancen, in irgendeiner Weise staatlich unterstützt zu werden. Der Bund hat diverse Förderprogramme, die Kantone stehen Jungunternehmern zur Seite, auch grössere Gemeinden kennen solche Möglichkeiten. Nicht immer geht es dabei um Geld, oft wird der Support im Rahmen von Coaching, Beratung oder Vernetzung geleistet. Startups auf die Beine zu helfen ist eine sympathische Sache, und kaum ein Gemeinwesen will sich nachsagen lassen, hier zu kleinlich zu sein. Ganz abgesehen davon, dass es sich auch lohnen kann. Man weiss ja schliesslich nie, aus welcher jungen Firma später das nächste Google oder Facebook wird.

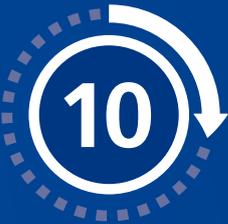
Allerdings nimmt sich die staatliche Förderung etwas seltsam aus, wenn man den gesamten Lebenszyklus eines Unternehmens betrachtet. Nach wie vor ist der Staat öfter Verhinderer als Ermöglicher, wenn es um die Wirtschaft geht. Stichworte dazu sind eine überbordende Bürokratie, unnötige Auflagen und Regulierungen und nicht selten auch einfach eine unflexible Haltung, wenn es beispielsweise um Bewilligungen geht. Natürlich liegt das nicht immer nur an der Verwaltung, in vielen Fällen liegt das Problem an den Auflagen, welche die Politik definiert hat. Aber dort, wo es Spielraum gibt, wird er von den Ausführenden am Schalter leider selten zu Gunsten der freien Wirtschaft genützt.

Es ist gut und richtig, wenn staatliche Fördermassnahmen, wenn es sie denn schon gibt, hoffnungsvollen Start-ups zugute kommen. Noch besser wäre es, wenn diese auch dann noch vom Goodwill des Staates profitieren könnten, wenn sie in die Jahre gekommen und – im Idealfall – gewachsen sind. So mancher Gründer wird sich nach überstandener Start-phase fragen, warum ihm dieselben Leute, die ihm einst auf die Schulter geklopft haben, nun Steine in den Weg legen, wenn er beispielsweise einen Erweiterungsbau plant. Als Unternehmer wird er wohl eine Lösung finden, denn das ist seine Aufgabe. Für den Staat und seine Steuereinnahmen wäre es aber der bessere Weg, der Wirtschaft ein generelles Wohlwollen entgegenzubringen statt nur Geburtshilfe zu leisten.

Natal Schnetzer
Verleger

Anzeige

Die Zeit läuft...



ISDN ist Vergangenheit.
IP-Telefonie ist Zukunft.

ELEKTROTECHNIK
Huber+Monsch
Starkstrom | Automation | Telematik | Informatik
www.hubermensch.ch

**Wir verbinden Menschen
und Technik.**



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

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



Das Cofox Office-Team (v.l.): Estelle Speck (in Ausbildung), Fadri Cadonau (Geschäftsleitung), Claudia Eicher (Sekretariat), Enrica Cadonau-Freund (Geschäftsleitung, HR), Sebastian Heeb (in Ausbildung), Sandra Müntener (Leiterin Administration), Subi Srikantharajah (in Ausbildung).



Würth bringt sich in Stellung

Bis Redaktionsschluss dieser LEADER-Ausgabe war er noch Kandidat. Doch am 17. März wurde Benedikt Würth aller Voraussicht nach neuer Präsident der Konferenz der Kantonsregierungen (KdK). Der leitende Ausschuss der KdK hatte ihn nominiert – und Würth war der einzige Kandidat. Anfang April übernimmt er damit das Amt von Jean-Michel Cina, der als Walliser Staatsrat zurücktritt und neuer Präsident der SRG wird. Der St.Galler CVP-Regierungsrat wird seit geraumer Zeit auch immer wieder als möglicher Bundesratskandidat gehandelt.



28



52



22

- 08 Roland Rino Büchel**
Gouvernante Simonetta
- 10 Der Fall Karl Güntzel**
Liebe Politiker: Jetzt mal ehrlich!
- 13 Barbara Gysi**
Familien unterstützen statt Steuerabzugs-Schach
- 13 Michael Götte**
Staatliche Pensionskassen
- 14 Lemmenmeier, Dürr, Frei und Gartmann**
St.Galler Parteipräsidenten im Interview
- 18 Milo Stössel, MS Direct Group AG**
«Anfangs hat man uns belächelt»
- 22 Peter Gmünder, Bioforce AG**
«Wir werden auf unsere Kernstärke fokussieren»
- 25 Michael Zeller**
Neue Chancen mit Kreditversicherung
- 28 Klinik Schloss Mammern**
Von der Kuranstalt zur Vorzeigeklinik
- 30 Guido Graf, Deluxe Targets**
Per U-Boot zur Titanic
- 32 Bruno Eschmann, «Säntisblick Destillerie»**
Hochprozentiger Genuss
- 34 Alpha Solutions AG**
Ostschweizer IT-Unternehmen ausgezeichnet
- 37 Sven Bradke**
Der Twitterpräsident
- 37 Walter Locher**
Gebühren nicht aus den Augen verlieren
- 38 Vielversprechende Jungunternehmen**
Auf dem Weg zum Höhenflug
- 45 Claudia Vieli Oertle**
«Das Marketing wird unterschätzt»
- 46 Peter Frischknecht, Startfeld**
«Immer wieder raten wir zum Abbruch von Projekten»



14



45



46



49 Private Banking

Die Banken reagieren – aber besonnen

52 Ralph Engel, CongressEvents

Der Konkurrenz hart auf den Fersen

56 Urs Fueglistaller, KMU-Tag

«Ein garantiertes Erfolgsrezept haben auch wir nicht»

59 Rolf Brunner

Eignerstrategie – Teil der Familienstrategie

62 Roland Schegg, PwC

«Wir brauchen neue Denkansätze in der Mobilität»

64 Namics-Neubau

Der Hauptsitz bleibt in St.Gallen

65 Jan Martel

«Atmen»

66 Schlusspunkt

Sturm im Wasserglas

Markt/Publireportagen

02 Bildungszentrum Wirtschaft Weinfelden

04 Cofox

12 Nater

26 Baumann Mode AG

36 Altherr Nutzfahrzeuge AG

36 Selection 1847

42 FHS St.Gallen

42 EY Entrepreneur Of The Year

44 Ostschweiz Druck

44 Ostschweizer Personaltag

48 Julius Bär

51 Hypo Landesbank Vorarlberg

54 Start Netzwerk Thurgau

58 Appenzellerland Tourismus

67 IT-Expo.ch

68 Jungunternehmer Forum

Markttest in der Realität



Eine Gruppe von Journalisten startet das Project R. Erstaunlich ist nicht der Ansatz oder die gezielte Inszenierung der Idee. Erstaunlich ist der Weg zu Finanzierung.

von Marcel Baumgartner

In aller Kürze: Anfang 2018 soll ein neues digitales Magazin lanciert werden. Im Hintergrund steht ein neues, von Medienkonzernen unabhängiges Geschäftsmodell. Eines der Aushängeschilder von eben diesem «Project R» ist der ehemalige «Tagi»-Journalist Constantin Seibt. Er – 50-jährig – will nichts anderes, als den Schweizer Journalismus revolutionieren. Mit welchem konkreten Konzept man das zu tun gedenkt, wird man erst in geraumer Zeit erfahren. Noch hält sich die Aufbau-Crew bedeckt. Und noch ist auch unklar, ob es überhaupt jemals zu einer Realisierung kommen wird. Entscheidend werden die nächsten Wochen. Wie meistens geht es um die Finanzierung. Und diese steht und fällt nicht aufgrund der Spendierfreudigkeit von ein paar wenigen Investoren, sondern ist von der Masse abhängig – genauer genommen von rund 3000 künftigen Leserinnen und Lesern.

Konkret haben die Initianten bisher 3,5 Millionen Franken an Investoren- und Spendengeldern zugesagt bekommen. Damit diese Gelder aber überhaupt ausgelöst werden, muss das Team das drittgrösste Crowdfunding überleben, das in der Schweiz je stattgefunden hat. Start ist Ende April. Ab dann dauert die Aktion knapp fünf Wochen. Fünf Wochen, in denen man mindestens 3000 Personen überzeugen muss und damit rund 750 000 Franken sammeln will.

Ein sehr geschickter Marketingzug. Über das Project R wird man in den nächsten Wochen regelmässig lesen. Die Aktion ist aber nicht nur eine reine PR-Plattform. Mit ihr wollen Seibt und seine Mitstreiter auch den Beweis erbringen, dass genügend Leute an unabhängigem Journalismus interessiert sind. Die grosse Frage wird also sein: Wie viele Leserinnen und Leser sind bereit, für ein digitales Magazin zu bezahlen? Das Crowdfunding ist ein Markttest in der Realität. Erreicht man die gesetzten Ziele, stehen rund 4,25 Millionen Franken zu Verfügung und die Redaktion des neuen Mediums ist für knapp zwei Jahre finanziert. Erreicht man die magische Hürde nicht, wird der Stecker gezogen. Das Project R wäre dann noch vor der eigentlichen Geburt tot.

Marcel Baumgartner ist LEADER-Chefredaktor

Gouvernante Simonetta

Heute geht es um eine unhaltbare Bevormundung von Unternehmen durch den Staat. Dafür werfen wir einen Blick hinter die verschlossenen Türen des Bundesratszimmers. SP-Bundesrätin Sommaruga will die Unternehmen «am Händli» führen. So, wie man es mit kleinen Kindern tut.

von Roland Rino Büchel

Noch in diesem Jahr behandelt das Parlament die «Botschaft zur Aktienrechtsrevision». Die Mehrheit des Bundesrats will den Unternehmen für den Verwaltungsrat und für die Geschäftsleitung Frauenquoten befehlen. Das ist nicht nur ein Unsinn, sondern ein weltweit einmaliger Eingriff in die Wirtschaftsfreiheit. Und, nebenbei, eine ausgesprochen perfide Art der Frauenverachtung.

In unserer Landesregierung sitzen mit Simonetta Sommaruga und Alain Berset zwei Sozialisten. Ergo haben dieser Farce mindestens zwei Bürgerliche zugestimmt. Ich tippe auf Doris Leuthard (CVP) und Didier Burkhalter (FDP). Warum? Von Wirtschaftsminister Schneider-Ammann (FDP) ist nicht zu erwarten, dass er derartigem Zeugs seinen Segen gibt. Und die beiden SVP-Magistraten Maurer und Parmelin hatten sich in schriftlichen Mitberichten gegen die Quote geäussert. Wollen Sie wissen, was Bundesrätin Sommaruga im Parlament dereinst erzählen wird? Sie wird verkünden, dass bei einer Nichtbeachtung im Moment noch keine harten Sanktionen vorgesehen seien. «Im Moment noch nicht» bedeutet für falsch gepolte, staatsgläubige Gesinnungspolitiker immer: «Bald aber schon».



Falsch bleibt falsch

Weltweit will kein einziger Staat die Unternehmen derart bemuttern wie die Schweiz. Sommaruga versucht, der Wirtschaft ihr linkes Weltbild aufzuzwängen. Dass die Justizministerin null Erfahrung in der Privatwirtschaft hat, bremst ihren Regulierungsdrang keineswegs. Im Gegenteil.

Unternehmen haben ein ureigenes Interesse, die besten Leute in ihren Reihen zu haben. Männlein oder Weiblein? Das ist nicht von Belang. Zahlreiche Betriebe fördern Frauen ganz gezielt. Das Diktat eines Lebens- und Weltbildes durch den Staat hingegen, hat in einer freien Gesellschaft nichts zu suchen. Es geht direkt zu Lasten der Besten und der Leistungsfähigsten. Und damit indirekt zu Lasten der Benachteiligten.

Widerstand ist angesagt

Wenn die Politik das freie Wirtschaften sabotiert, ist der Ruf der Schweiz als attraktiver Unternehmensstandort bald dahin. Wir brauchen eine Anti-Sommaruga-Strategie und müssen massiv Regulierungen abbauen. Wenn wir hingegen auf die ideologische Träumerin setzen, verlieren wir im internationalen Wettbewerb den Kontakt zur Spitze.

Wenn ich meine vierjährige Tochter überfürsorglich «am Händli» führen will, rebelliert sie. Wer bürgerlich denkt, hat bei der Revision des Aktienrechts mit der kleinen Ilaria ein gutes Vorbild. Widerstand ist angesagt. Gegen die gestrenge Simonetta, die ihren sechs Bundesrats-Gspänli gerne auf die Finger gibt, wenn sie nicht so tun, wie sie es gerne hätte.

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



Aufgefallen:

Der Thurgauer Hund setzt sich gegen den deutschen Puma durch: Dass der Holzbrettchen-Hersteller Urwyler & Hostettler aus Ermatingen als Markensignet auf einen springenden Hund setzt, rief den Sportartikel-Hersteller Puma auf den Plan. Dieser warf der Holzmanufaktur vor, das Puma-Logo kopiert zu haben, und legte beim Institut für Geistiges Eigentum in Bern Widerspruch ein. Ohne Erfolg: Ein Vorliegen einer markenrechtlich relevanten Verwechslungsgefahr sei nicht gegeben, so das Urteil des Instituts.

Zitat des Monats:

«Die Spieler haben wirklich gemerkt, dass wir in der Not sind.»

Ganz kurze Verschnaufpause für Roger Bigger, VR-Präsident FC Will: Fast in letzter Sekunde wurden Anfang März die Januarlöhne überwiesen. Aus dem Schneider ist der FC damit noch nicht. Die nächsten Wochen werden über die Zukunft entscheiden.

Übernahme:

Mit der Übernahme der Gebäudeautomationsfirma Geatec GmbH aus Lyss weitet das St.Galler Ingenieurbüro für Elektroplanung, Gebäudeautomation und Montageleitung Bühler+Scherler AG seinen Marktraum in Richtung Westen aus und sichert die Nachfolge des Unternehmens. Die Geatec wird unter gleichem Namen am Standort Lyss weitergeführt und ausgebaut. Die Kunden werden auch in Zukunft von den bereits vertrauten Personen betreut und beraten. «Die Übernahme der Geatec führt zu einer Win-win-Situation, die unseren Kunden einen Mehrwert bietet», sagte Geatec-Geschäftsführer Markus Hostettler. Und Thomas Bischofberger, Geschäftsführer Bühler+Scherler AG, ergänzte: «Die beiden Unternehmen passen vom Lösungsportfolio und geografisch hervorragend zusammen.»

Weintipp:

Kollwentz, Blaufränkisch vom Leithagebirge, 2013

Das moderne Weingut in Grosshöflein im Österreicher Burgenland verfügt über sensationelle Weinlagen. Die Rebgärten sind so «massgeschneidert», als ob sie sich für den Wiener Opernball getrimmt hätten. Andreas Kollwentz interessiert nichts anderes als perfektes, vollreifes Erntegut für seine Weine von Weltklasse-Format. Namensgeber für den Blaufränkisch «Leithagebirge» ist der milde Hügelzug mit Sicht auf den nahen Neusiedlersee. Erhältlich unter anderem bei www.martel.ch.



Chefsessel:

Gemäss Kantonsverfassung ist es Aufgabe des Thurgauer Grossen Rates, Präsidium und Vizepräsidium des Regierungsrates zu wählen. Für das kommende Amtsjahr, das vom 1. Juni 2017 bis zum 31. Mai 2018 dauert, beantragt der Regierungsrat die Wahl von Carmen Haag (CVP) zur Präsidentin sowie von Cornelia Komposch (SP) zur Vizepräsidentin. Die Wahl erfolgt an der Sitzung des Grossen Rates vom 17. Mai. Carmen Haag ist 43 Jahre alt und seit 2014 Mitglied des Regierungsrates. Sie ist erstmals für das Regierungspräsidium nominiert.

Kopf des Monats:

Alfred Müller, Stutz AG

Kürzlich erhielt die Stutz AG mit ihren Bauunternehmungen in Hatswil, Frauenfeld und St.Gallen den Motivationspreis der Thurgauer Wirtschaft 2017. «Die Firma Stutz genießt heute zu Recht den Ruf eines äusserst zuverlässigen, von Qualität geprägten, sozial umsichtigen und fairen Baupartners», sagte Werner Messmer, ehemaliger Nationalrat und Präsident des Schweiz. Baumeisterverbandes, in seiner Laudatio. Messmer gehört zu den Mitbegründern des Motivationspreises im Kanton Thurgau, der im Jahr 1999 erstmals vergeben wurde. Über den Entscheid der Jury, erstmals ein Unternehmen der Baubranche auszuzeichnen, zeigte sich Messmer begeistert. Er würdigte weiter das vielfältige Wirken von Alfred Müller, Präsident des Stutz-Verwaltungsrates. Alfred Müller habe den Beweis erbracht, dass eine erfolgreiche Unternehmensführung öffentliches Engagement nicht ausschliesse.

Die Würdigung sei mit Emotionen wie Stolz und Freude verbunden, aber auch mit Realitätssinn, so Alfred Müller. Er sei sich bewusst, dass die Stutz AG nur eines von vielen Thurgauer Unternehmen sei, die den Preis ebenso verdient hätten. Das Preisgeld von 10 000 Franken verwendet die Firma als Ersteinlage in einen neu zu bildenden Fonds zur betrieblichen Eingliederung von Menschen mit einem Handicap.

Neben dem Preisgeld erhielt die Stutz AG, vertreten durch Alfred und Susanne Müller, die von Roland Friedl gestaltete Trophäe mit einem angebissenen Apfel – den so genannten «Thurgauer Apfel». An der Preisverleihung wirkten Heinz Huber, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Thurgauer Kantonalbank und Präsident der Jury, Hansjörg Brunner, Präsident des Thurgauer Gewerbeverbandes, Christian Neuweiler, Präsident der Industrie- und Handelskammer Thurgau, sowie Regierungsrat Walter Schönholzer mit.



Liebe Politiker: Jetzt mal ehrlich!

Dass Karl Güntzel nicht neuer vollamtlicher Richter am Verwaltungsgericht wird, lässt sich verschmerzen. Wir haben es vermutlich in wenigen Wochen bereits vergessen. Nicht verdrängen sollten wir aber die Grundlage für Güntzels Nichtwahl: Die offenkundige Lüge von Politiker zu Politiker – und Medien, die dieses Spiel mitspielen.

Wer Karl Güntzel für eine Wahl nominiert, weiss vermutlich, dass das kein reiner Durchmarsch werden kann. Auch der SVP muss das bewusst gewesen sein, als sie ihren Kantonsrat zum vollamtlichen Richter am Verwaltungsgericht machen wollte. Güntzel erfüllt alle offensichtlichen Kriterien für das Amt, aber er tut das in einer Weise, die ihn gleichzeitig für viele unwählbar macht. Erstens: Der St.Galler ist Jurist, aber man kennt ihn in erster Linie als Verbandsfunktionär. Wer sein halbes Berufsleben Lobbying betreibt, und sei es nur für etwas Harmloses wie Hauseigentümer, dem traut man nicht automatisch zu, plötzlich die Unabhängigkeit in Person zu sein. Zweitens: Güntzel ist zwar stark vernetzt, aber

Der eine oder andere Parlamentarier hatte nicht die Zivilcourage, seine Abneigung im Vorfeld transparent zu machen.

für jeden neuen Freund hat er sich mindestens zwei neue Feinde gemacht, auch im Kantonsrat, wo er stets forsch auftrat. Drittens: Der Mann verfügt über jahrzehntelang Berufs- und Politerfahrung, was aber in der Summe dazu geführt hat, dass er im Pensionsalter ist. In Zeiten, wo man mit 50 kaum wagt, eine Stellenbeschreibung abzuschicken, scheint es vielen als Anmassung, mit 66 eine neue Karriere mit sechsjähriger Laufzeit anzustreben.

Medienwirksame Wut

Der Ausgang der Geschichte ist bekannt: Güntzel wurde nicht gewählt, für die SVP amtet nun mit Stefan Zürn bald ein Mann am Verfassungsgericht, dessen Namen bei einer Strassenumfrage vermutlich zehn von zehn Befragten nicht gekannt hätten, der aber fraglos sehr gut qualifiziert ist und die zahlreichen Hypotheken des offiziellen Kandidaten nicht herumschleppen musste. Die SVP zeigte sich nach diesem Wahlausgang medienwirksam wütend, durfte aber letztlich vom Resultat profitieren: Sie stellt nun einen guten und vor allem auch gut verkäuflichen Amtsträger aus ihren Reihen – eine positive Nachricht in der traditionell beim Thema «Köpfe» mager aufgestellten Partei.

Wer hat gelogen?

Was von der Sache störend zurückbleibt, ist aber die Vorgeschichte. Gemäss Informationen aus den Reihen der SVP gab es vor der Wahl deutliche Signale von zahlreichen Vertretern der anderen (bürgerlichen) Parteien mit der klaren Aussage: Wir wählen Karl Güntzel. Oder wie SVP-Fraktionspräsident Michael Götte rückblickend gegenüber LEADER sagt: «Hätten alle, die seine Wahl zugesichert haben, auch so gehandelt, müsste das Resultat von Karl Güntzel anders ausgesehen haben.» Mit anderen Worten: Der eine oder andere Parlamentarier hatte nicht die Zivilcourage, seine Abneigung im Vorfeld transparent zu machen. Die SVP lag also wohl nicht ganz falsch, als sie von «politischen Spielchen» sprach. Man darf und soll zwar als Volksvertreter nach eigenem Wissen und Gewissen wählen. Noch schöner wäre es aber, wenn Worte und Taten in Übereinstimmung stehen.

Befeuert wurde das Ganze vom St.Galler Tagblatt, das die Kritik an Güntzel in mehreren Artikeln ins Zentrum stellte und sie damit legitimierte. Der Kritisierte selbst kam erst zu Wort, als das Wahlgeschäft bereits durch war. Dasselbe Vorgehen wurde gewählt, als Herbert Huser für die SVP in die Regierung wollte: Zuerst erfolgte die Diffamierung auf breiter Front, danach erhielten die Diffamierten grosszügig Platz, um Stellung zu beziehen. Ob das jeweils «zufällig» geschah oder bereits die Bezeichnung «Kampagne» verdient, liegt im Auge des jeweiligen Betrachters.

Karl Güntzel selbst hat das Resultat einst in einem Interview anlässlich seines Abtritts als Geschäftsführer des St.Galler Hauseigentümergeverbandes übrigens quasi vorweggenommen: Seine Direktheit habe ihm «womöglich auch Nachteile in der Politik eingebracht», meinte er damals. Mit etwas Verspätung ist das so eingetroffen. Genau so übrigens wie eine andere Aussage, die er damals machte: Für seine persönliche Zukunft wünsche er sich «mehr Freizeit».

Die hat er nun.

Text: Stefan Millius

Illustration: Esther Gloor



Karl Güntzel:

***Direktheit
als Nachteil?***

NATER TOP-ANGEBOTE



7875



Fiat Scudo Starter 1.6, 90 PS

Schiebetüre rechts mit Fenster, Flügeltüren hinten mit Fenster, Trennwand mit Schiebefenster, Radio/CD-Gerät

CHF 16'600.-



Fiat Fiorino 1.4, Benzin, 77 PS

Zentralverriegelung, El. Fensterheber, Schiebetüre rechts, Flügeltüren hinten

CHF 12'700.-



35S13V H2, Radstand 3520L

Radstand 4040, Klimaanlage, Verkleidung des Laderaums, Park Distance Control hinten, Flügeltüren hinten verglast, Schiebetüre rechts verglast

CHF 29'990.-

**Top-Angebote
für jeden
Einsatzbereich.**

**Infos: www.nater.ch
Telefon: 071 388 00 20**

Alle Preise exkl. MwSt und exkl. Abbleterpauschale.



Fiat Ducato 30 Starter, 115 PS

Hecktüren verglast, Radio-Bedienung am Lenkrad, Trennwand mit Fenster, Radio MP3 und Bluetooth

CHF 20'170.-



Fiat Doblo 1.3 Starter, 90PS

Radio/CD, Zentralverriegelung, Flügeltüren hinten verglast, Doppelsitzbank

CHF 15'990.-

**IVECO, ISUZU +
FIAT PROFESSIONAL
TRANSPORTER
mit Diesel-Motoren**

erreichen

**EURO 6
ABGASWERTE**

**ohne
AdBlue System**

**= mehr Nutzlast
bei weniger
Betriebskosten!**



35S12, Werksbrücke, 120 PS

Radstand 3450, Anhängersteckdose 13-polig, Anhängerkupplung Kugel, Radio/CD Bluetooth, Rückspiegel elektrisch verstell- und heizbar

CHF 29'500.-



35S12, Doppelkabiner, Werksbrücke

Radstand 3450, 120PS, Rückspiegel elektrisch verstell- und heizbar, Anhängersteckdose 13-polig, Anhängerkupplung Kugel, Radio/CD Bluetooth, USB/AUX

CHF 33'400.-



Crew Solar 4x4 A/T A/C

Klimaanlage, Radio/CD, Rückfahrkamera, elektrische Fensterheber, Anhängelast 3.5t, Rückspiegel elektrisch verstell- und heizbar

CHF 31'500.-



Fullback Base 6-Gang

NEUHEIT

Klimatomatic, Radio/CD MP3 Bluetooth, Rückfahrkamera, Lenkradbedienungen, Radio/Telefon, Tempomat, Nebelscheinwerfer, Regen-Dämmerungssensor, etc.

CHF 32'000.-



Fiat Talento, 95PS

Radio/CD-Gerät + MP3, Seitenspiegel elektrisch verstellbar und einklappbar, Pastellfarbe

CHF 19'100.-



35S16V H2, Radstand 3520L

Radio DAB/CD/Bluetooth/Navigation, Rückfahrkamera, Klimaanlage, Nebelscheinwerfer, LED Innenbeleuchtung im Laderaum

CHF 36'750.-



35C16 E6, Krapf Kippbrücke

2,3 Liter Diesel-Motor ohne Ad-Blue-System, Hydraulisch gefedert, Fahrer- und Beifahrer-Sitz, HA-Federung verstärkt, AHK Kugel/Haken, Radio/CD-Gerät Bluetooth

CHF 43'900.-



L35 F ADAPTOR (Motor 150PS, E6)

150 PS, Euro 6, Dreiseitenkipper Titan, (LxBH in mm) 3300/1990/300, Anhängelast 3.500 kg

CHF 34'900.-

IVECO ISUZU



DAF



NATER

Staad | Gossau | Müllheim

Die linke Seite:

Familien unterstützen statt Steuerabzugs-Schach

Während immer neue Protokolle zum Abstimmungskampf über die Unternehmenssteuer-Reform III aus den Beratungszimmern der Wirtschaft den Weg in die Presse finden und die gezielte Einflussnahme auf die Politik aufzeigen, wird bereits heftig um die Inhalte der neuen Vorlage gefeilscht. Ich nenne es Steuerabzugs-Schach.



Welche Instrumente sind für die Zukunft am besten aufgestellt – welches sind Läufer, König oder agile Dame?

Wie gut es Bundesrat Ueli Maurer gelingen wird, all die Interessen zu einer neuen mehrheitsfähigen Vorlage zu bündeln, wird sich zeigen. «Zurück auf Feld 1» hat er das Projekt zuerst einmal umbenannt. Wer hätte das nicht getan? Zumindest entfernt sich Maurer damit von der Idee des grossen Aufwisches. Er versucht natürlich auch eine Verknüpfung mit den Steuererausfällen der USR II. Dies wird ihm wenig nützen, Korrekturen diesbezüglich sind absolut notwendig.

Einseitige Steuerbevorzugung

Einen Negativpunkt zur Neuauflage gibt es bereits: den Ausschluss der Städte und Gemeinden von den Beratungen.

Weitere sind zu vermeiden: zu viel zu wollen und eine einseitige Steuerbevorzugung der Unternehmen und des Kapitals hineinzupacken. Das Privileg der Statusgesellschaft darf nicht wieder durch einen Strauss zusätzlicher Steuerabzugsinstrumente ersetzt werden – und die neue Gesetzgebung sollte Bestand haben und nicht Instrumente beinhalten, die schon morgen auf der Verbotsliste der OECD auftauchen. Steht die Patent Box womöglich schon bald schachmatt?

Verpasste Chance

Und schliesslich muss die Rechnung durch die Unternehmen selbst beglichen werden: Die arbeitende Bevölkerung, die natürlichen Steuerzahlenden, dafür zahlen zu lassen, hat definitiv nicht funktioniert. Ansonsten muss es einen vollständigen Ausgleich der Steuererausfälle geben. Und eine Kompensation, zum Beispiel durch eine markante Erhöhung der Kinder- und Ausbildungszulagen. Es ist eine verpasste Chance, dass die Beiträge an die Firmen gesenkt werden sollen. Hier muss die St.Galler Politik ohne zusätzliche Kosten endlich etwas für unsere Familien tun.

Text: Barbara Gysi, SP-Nationalrätin, Wil

Die rechte Seite:

Staatliche Pensionskassen

Seit Jahren zeichnen die Vorsorgeeinrichtungen für Angestellte des öffentlichen Sektors vielfach ein düsteres Bild, das sich nicht einfach korrigieren lässt.



Viele Pensionskassen (PK) haben einen Deckungsgrad von unter 100 Prozent, das Anlagevermögen ist also kleiner als die Vorsorgeverpflichtungen. Die Regierung des Kantons St.Gallen wird in den nächsten Wochen der Finanzkommission beziehungsweise dem

Kantonsparlament ein Vorlage präsentieren, in der der Steuerzahler erneut über CHF 200 Mio. in die PK einbringen sollte. Die Vorlage wurde bereits vor einem Jahr präsentiert. Die Finanzkommission hatte sie damals nicht beraten, in der Hoffnung, dass sich der Stiftungsrat der PK zusammen mit der Regierung für eine nachhaltigere Vorlage entscheidet.

2013 fand der letzte Urnengang zu diesem Thema statt. Damals ging es darum, die Pensionskassen des Staatspersonals und der Volksschullehrer zu selbstständigen und in einer Stiftung mit dem Namen «St.Galler Pensionskasse (SGPK)» zusammenzuführen. Damals wiesen beide Kassen eine Unterdeckung auf. Diese wurde mit 287 Mio. durch den Steuerzahler und 71,8 Mio. (als politischen Kompromiss) durch die Versicherten finanziert. Die St.Galler stimmten dem Geschäft zu.

Die vorgesehene, erneute Einlage wäre ein freiwilliger Schritt der Regierung, die bereits bei der Ver selbstständigung im Jahr 2013 vage in Aussicht gestellt wurde. Mit dieser Zahlung sollen die Rentenverpflichtungen sicher-gestellt werden, die damals vom Kanton an die SGPK übertragen wurden. Bei der vorliegenden Sanierung sollen sich die Arbeitnehmer nicht erneut beteiligen müssen. Es ist auch diesmal nicht ausgeschlossen, dass in Zukunft weitere Sanierungen nötig werden. Ich werde die aktuelle Vorlage ablehnen, denn jedes privatwirtschaftliche Unternehmen muss seine PK-Probleme auch selber lösen und kann nicht den Steuerzahler zur Kasse bitten.

Michael Götte ist Gemeindepäsident von Tübach und Fraktionspräsident der SVP SG

Über verschärfte Töne und Vereinfachung in der Politik

Wo besteht auf kantonaler Ebene besonders Handlungsbedarf? Müssen Politiker gewisse Dinge vereinfachen, um gehört zu werden? Und schützt uns unser politisches System vor allzu grossen Ausreissern nach links oder rechts? Diese und weitere Fragen beantworten die Präsidenten der vier grossen St.Galler Kantonalparteien im Interview: Max Lemmenmeier (SP), Patrick Dürr (CVP), Raphael Frei (FDP) und Walter Gartmann (SVP).

Weltpolitisch haben uns die Wahl von Donald Trump oder der Brexit vor Augen geführt, dass ein Grossteil des Volks mit der eingeschlagenen Richtung nicht zufrieden ist. Es wird eine neue Politik gefordert. Beobachten Sie solche Bewegungen auch im Kanton?

Max Lemmenmeier: Trump, der Brexit sowie die stärker werdende extreme Rechte in Europa und in unserem Kanton sind die Folge einer neoliberalen Wirtschaftspolitik. Vor 30 Jahren begann mit Reagan und Thatcher ein ideologischer Staatsabbau. Steuer-senkungen reduzieren die Staatseinnahmen, Privatisierung und Deregulierung führen zum Abbau des

drossenheit gegenüber der Politik und gegenüber den Entscheidungsträgern schliessen lässt. Hier zeigen sich die Sorgen der Bevölkerung über die Sicherung des Wohlstands und einer nachhaltigen Entwicklung in unserem Land. Die CVP kann in diesen Zeiten der Verunsicherung ihre Werte wie Berechenbarkeit, Verlässlichkeit und Konsensfähigkeit ausspielen.

Raphael Frei: Ich beobachte solche Bewegungen keineswegs. Die Ergebnisse der kantonalen Gesamterneuerungswahlen der letzten Monate legen einen ganz anderen Schluss nahe: Gewonnen haben jene Parteien, die seit Jahren einen konstanten Kurs verfolgen, anstatt mit der kurzfristigen politischen Mode zu gehen oder nur auf populistische Themen zu setzen. Jene Parteien, die aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger die kompetentesten Lösungsansätze für die aktuellen Herausforderungen anbieten. Was wiederum zeigt, dass die Bevölkerung der Schweiz dem politischen System grundsätzlich Vertrauen entgegenbringt. Die FDP verfolgt dabei eine gradlinige und lösungsorientierte Politik mit klaren Werten – das hilft.

Walter Gartmann: Ich beobachte dies nicht nur, sondern nehme diese Bewegungen ernst – und gerne zur Kenntnis: Viel zu lang haben Politiker sich selbst anstatt ihre Bevölkerung ernst genommen. Im Wahlkampf predigen alle Eigenständigkeit, tiefere Steuern und weniger Abgaben. Kaum ist die Wahl vorbei, sind ausser der SVP wieder alle regierungshörig. Das heisst, sie stimmen jeder Regulierungswut und mehr Staatsausgaben mit Steuererhöhungen blindlings zu. Was sich bei all diesen Themen – sei es Brexit, Trump oder im Kanton – besonders mies finde, ist, dass die Bevölkerung, die eine neue Politik wünscht und wählt, von Medien, Regierungen und Parteien nicht ernst genommen oder gar als dumm abgekanzelt wird.

Max Lemmenmeier, SP

«Die Steuerpolitik ist so auszurichten, dass sich die Unternehmen nicht weiter aus der Finanzierung des Staates verabschieden, sondern zum sozialen Ausgleich in der Gesellschaft beitragen.»

Service public. Aus der Chancengesellschaft wurde eine Angst- und Neidgesellschaft. Es ist das Ziel von SVP, FDP und CVP auch in St.Gallen, dass der Staat geschwächt wird. Jede Initiative auf Entwicklung scheitert an den zu engen Finanzregeln und einem regionalen Neidverhalten, das eine Konzentration auf zukunftsweisende Investitionen verhindert.

Patrick Dürr: Bei Sachvorlagen ist diese Bewegung auf kantonaler Ebene nicht festzustellen. In den vergangenen Jahren wurden die meisten Vorlagen – teilweise mit grosser Mehrheit – angenommen. Das zeigt, dass die oft von der CVP geprägten Gesetze und Projekte durchaus im Sinne der Bürgerinnen und Bürger ausgestaltet sind. Hingegen stelle ich bei Wahlen einen zunehmend rauerem, ja gehässigen Umgang fest, was auf eine gewisse Ver-

Links: Max Lemmenmeier (1951), SP-Kantonalparteipräsident seit September 2016. Die SP St. Gallen zählt 1500 Mitglieder.

Rechts: Patrick Dürr, Jahrgang 1973, präsidiert die CVP des Kantons St. Gallen mit ihren 6500 Mitgliedern seit August 2014.



In der Schweiz geht es im Vergleich zum Ausland ruhig zu und her. Schützt uns unser politisches System vor allzu grossen Ausreisern auf die eine oder andere Seite?

Lemmenmeier: Ich sehe nicht, dass in der Schweiz die Entwicklung vergleichsweise ruhig verläuft. Seit mehr als zwanzig Jahren verteufelt die SVP Flüchtlinge, Ausländer und Sozialhilfeempfänger. Ebenso schimpft sie ununterbrochen gegen das politische System und unsere Nachbarn. Mit diesen feigen Angriffen schafft sie Sündenböcke und verhindert eine ökologische und soziale Politik: die Grundlagen für eine erfolgreiche Entwicklung in der Zukunft.

Patrick Dürr, CVP

«Nur mit politischen und institutionellen Reformen von Behörden und Verwaltung kann es uns gelingen, den Kanton schlanker, beweglicher und kostengünstiger zu machen.»

Dürr: Die direkte Demokratie, die föderalen Strukturen und das Milizsystem bieten Gewähr dafür, dass die Politik nahe an den Bürgern und gemeinsam mit ihnen gemacht wird. Überraschungen und Ausreisser kommen auch in unserem System vor, sind aber sicherlich seltener und weniger ausgeprägt.

Frei: Ganz klar ja. Die Stimmberechtigten haben alle drei Monate die Möglichkeit, selber zu gewissen Entscheiden der Regierung beziehungsweise des Parlaments Stellung zu nehmen. Einzelne Projekte werden so abrupt gestoppt – wie etwa jüngst die Expo2027, was ich in dem konkreten Fall bedaure. Ich wage die Behauptung, dass einzelne Ratsentscheide wohl anders herauskommen würden, gäbe es das System der Volksabstimmung nicht.

Gartmann: Solange unsere direkte Demokratie nicht wiederholt aufs Spiel gesetzt wird, geht es in der Schweiz noch ruhig zu und her. Ich kann nicht verstehen, dass immer wieder versucht wird, ein Land

wie die Schweiz in ihren erfolgreichsten Punkten zu demontieren: In der Schweiz regiert das Volk, es regieren nicht die Politiker! Zumindest war dies so, bis im letzten Herbst einige eigenmächtige Politiker mit der Missachtung eines Volksentscheides das Schweizer Demokratierecht in seinen Grundwerten zutiefst erschüttert haben.

Von links bis rechts hat sich bei den Politikern der Ton in den vergangenen Jahren verschärft. Es wird nicht immer nur sachlich diskutiert. Erreicht man nur so seine Wählerschaft?

Lemmenmeier: Der Ton ist in den letzten Jahren vor allem von rechts, insbesondere von der SVP, massiv verschärft worden. Gefährliche Eskalationen und geschmacklose Grenzüberschreitungen des politischen Anstands sind dabei gewollt: Minderheiten werden gezielt herabgesetzt und das Ausland wird als feindliches Lager angeschwärzt. Beide Feindbilder dienen der Rechten in der Schweiz als Alibi, um die unsoziale bürgerliche Agenda durchzusetzen. Die fortgesetzte Verächtlichmachung von Minderheiten und die Behauptung, die Schweiz sei durch «feindliche Mächte» bedroht, sind als Mittel in der Politik historisch gesehen ja nicht neu. Für die Sozialdemokratie ist es zentral, diesen politischen Bestrebungen mit allen Mitteln entgegenzutreten, denn die rassistisch-nationalistischen Anfeindungen endeten in der Geschichte in Auschwitz und in Srebrenica. Bedauerlicherweise distanzieren sich FDP und CVP nur selten von der Politik der SVP.

Dürr: Der Ton hat sich nicht nur unter Politikern, sondern auch in den Medien und in der öffentlichen Diskussion zugespitzt. Differenzierte Überlegungen sind schwierig zu platzieren und finden leider nicht das nötige Gehör. Momentan scheint es mir fast so, als würden nur noch Botschaften wahrgenommen, die laut, plakativ und provokativ daherkommen. In einem Land, das mit einer konkordanten Politik jahrzehntelang gut gefahren ist und Wohlstand erreicht hat, ist das ebenso erstaunlich wie bedauerlich. Die Parteien sind daher gefordert, ihre Politik nicht nur

an den nächsten Wahlen zu orientieren, sondern sich genauso wie Unternehmen in der Privatwirtschaft langfristig auszurichten.

Frei: Meiner Meinung nach trifft das weniger auf die Wählerschaft als auf die Medien zu. Diese kämpfen jeden Tag aufs Neue um die knappe Aufmerksamkeit des Publikums und sind entsprechend dankbar für auffällige Persönlichkeiten. Die Politikberichterstattung macht hier schon lange keine Ausnahme mehr. Wer mit Konventionen bricht oder andere provoziert, dem sind am Anfang die Mikrofone sicher. Ob diese Politiker in Bezug auf ihren Leistungsausweis langfristig erfolgreich sind, darf man jedoch bezweifeln. Populistische Aussagen sind oft nur Effekthascherei; ich bevorzuge mit meiner Partei einen geradlinigeren Weg.

Gartmann: Ich bin schon der Meinung, dass sachlich und mit Fakten politisiert wird. Nur haben einige Mühe, mit Tatsachen umzugehen – und tun diese als Polemik ab.

Raphael Frei, FDP

«Der Bildungsbereich, insbesondere die Ausgestaltung der künftigen Organisation der Fachhochschule Ostschweiz, wird uns in den kommenden Monaten stark beschäftigen.»

Der kürzlich zurückgetretene deutsche Bundespräsident Joachim Gauck warnte in seiner Abschiedsrede von einer «Vereinfachung der Politik». Gehen Sie mit ihm einig?

Lemmenmeier: Die gesellschaftlichen Probleme der heutigen, aber auch der vergangenen Welt sind und waren komplex. Zur Aufgabe der Politik gehört die Erklärung der Welt und der politischen Massnahmen, die sich daraus ergeben. Eine verantwortungsvolle Politik führt nicht zu einer Vereinfachung, sondern zeigt der mündigen Bürgerin und dem mündigen Bürger die langfristigen Konsequenzen eines Entscheides auf. Deshalb ist es wichtig, die Bürgerinnen und Bürger politisch zu bilden. Nur so lässt sich verhindern, dass die Lügengebilde hetzerischer Nationalisten Erfolg haben.

Dürr: Politik muss verständlich sein. Wie sonst sollen unsere Bürgerinnen und Bürger sich eine Meinung bilden und abstimmen können? Verstanden wird die Politik, wenn sich die Erklärungen auf die wesentlichen Fakten beschränken, wenn nicht mit Fachbegriffen vernebelt wird und sich die Politiker, auch wenn es ihnen schwerfällt, kurz halten. Das ist eine «Vereinfachung» im Ausdruck, was aber nicht ausschliesst, dass alle zentralen Facetten eines Themas angesprochen werden. Inhaltlich, da bin ich mit Joachim Gauck einig, darf keine «Vereinfachung» stattfinden.

Frei: Gauck hat diese Äusserung im Zusammenhang mit der politischen Entwicklung in den USA, in Teilen Europas und nicht zuletzt bei sich in Deutschland gemacht, wo die Unzufriedenheit breiter Bevölkerungsschichten politisch gezielt bewirtschaftet wird. Sofern mittels Schwarz-Weiss-Malerei der Grundkonsens beziehungsweise der soziale Frieden innerhalb einer Gesellschaft bewusst infrage gestellt wird, wird Gauck niemand widersprechen wollen. Andererseits gehören Vereinfachungen zur Politik, erst recht in einer direkten Demokratie: Gewisse Vorlagen sind derart komplex, dass sie heruntergebrochen werden müssen. Dabei gilt es, jeweils die richtigen und wichtigen Argumente herauszuschälen. Die Politik muss aber auch aufpassen, dass sie nicht zu viele Anliegen in eine Vorlage packt.

Gartmann: Ich mische mich nicht in fremde Händel ein und habe Herrn Gauck nicht gehört. Deutschland hat in den letzten Jahren viele «Geister» gerufen, die es nicht mehr so schnell loswird.

Die grossen Würfe sind in der Politik nur selten möglich. Wie gross ist Ihr Einflussbereich als Kantonalpräsident?

Lemmenmeier: Die SP ist eine Mitgliederpartei, keine Führerpartei. Die Mitglieder setzen die Akzente in der Politik; jedes Mitglied ist aufgerufen, sich einzubringen und sich am Meinungsbildungsprozess zu beteiligen. Mein Fokus liegt im jetzigen Zeitpunkt auf dem Austausch mit den Sektionen im Sinne einer inneren Stärkung. Inhaltlich liegen meine Akzente auf der Steuer- und Familienpolitik sowie auf der Ökologie.

Dürr: Beim Jassen sagt man, der Puur allein sei ein armer Mann. Aber ich spiele zum Glück ja nicht allein: Im Konzert mit den Parteigremien und unter Einbezug der Parteibasis in die Fraktionsarbeit kann ich als Parteipräsident den Takt vorgeben und thematische und inhaltliche Akzente vorschlagen beziehungsweise vertreten. Akzente setzen kann ein Parteipräsident aber auch in der Kommunikation gegen aussen. Wichtig ist ebenfalls der konstruktive Dialog über die Parteigrenzen hinweg, mit anderen politischen Kräften. Zudem kann ich als Mitglied des Parteivorstands der CVP Schweiz auch auf Bundesebene unsere Interessen einfließen lassen.

Frei: Ich wurde Ende Oktober 2016 an die Spitze einer Kantonalpartei gewählt, die inhaltlich und personell gut aufgestellt und gestärkt aus den Wahlen hervorgegangen ist. Auch deshalb gelten unsere Grundwerte «Freiheit – Gemeinsinn – Fortschritt» weiterhin. Die jüngsten Erfolge haben eine zusätzliche positive Dynamik innerhalb des St.Galler Freisinns ausgelöst; das ist eine hervorragende Basis für die weitere Arbeit. Unsere Partei verfügt über viele gute Köpfe. Eine meiner Aufgaben muss es sein, das vorhandene Know-how zu bündeln. Als Präsident

Links: Raphael Frei
(1980), FDP-Kantonals-
parteipräsident
seit letztem Jahr.
Die kantonale FDP hat
5000 Mitglieder.

Rechts: Walter
Gartmann, Präsident
der SVP SG seit 2016
und Jahrgang 1969.
Anzahl Mitglieder
gibt die Kantonalpartei
nicht bekannt.



will ich das Potenzial der Mitglieder möglichst optimal nutzen. Wer sich auf der Basis einer liberalen Grundhaltung politisch engagieren will, bekommt bei uns die Möglichkeit dazu.

Gartmann: Nicht mein Einflussbereich ist wichtig, sondern eine erfolgreiche, geeinte und glaubwürdige SVP, die sich klar und konsequent positioniert und für den Erhalt unserer Werte kämpft.

In welchem Bereich besteht im laufenden Jahr auf kantonaler Ebene der grösste Handlungsbedarf?

Lemmenmeier: In der Familienpolitik. Angesichts der schwierigen Verhältnisse für viele Familien ist es dringend angezeigt, die Kinder- und Ausbildungszulagen zu erhöhen und nach dem Vorbild anderer Kantone Ergänzungsleistungen für einkommensschwache Familien einzuführen. Kinder dürfen nicht

beitsplätze. Und: Die Gesundheitsvorsorge – Stichwort Krankenkassenprämien – muss für alle Beteiligten bezahlbar sein. Zweitens brauchen unsere Gesellschaft und unsere Wirtschaft eine Migrationspolitik, die integriert und klare, konsequente Regeln setzt. Drittens benötigt unser Kanton eine Fitnesskur: Nur mit politischen und institutionellen Reformen von Behörden und Verwaltung kann es uns gelingen, den Kanton schlanker, beweglicher und kostengünstiger zu machen. Das ist unabdingbar, wenn wir im Wettbewerb der Standorte wieder konkurrenzfähig sein wollen.

Frei: Massgeblich bleiben zweifellos die Finanzen. Die mittelfristigen Haushaltsaussichten zeigen, dass für politisch Wünschbares nach wie vor kein Geld zur Verfügung steht. Wir werden uns dafür einsetzen, das steile Kostenwachstum im Bereich der Staatsbeiträge zu brechen. Auch der Bildungsbereich, insbesondere die Ausgestaltung der künftigen Organisation der Fachhochschule Ostschweiz, wird uns in den kommenden Monaten stark beschäftigen. Die wirtschaftspolitische Tragweite dieses Geschäfts ist enorm. Die Freisinnigen orientieren sich bei all ihren politischen Aktivitäten auch in den kommenden Monaten an ihren Werten «Freiheit – Gemeinnutz – Fortschritt».

Gartmann: Es gibt einiges zu tun: Die Kantonsausgaben müssen eingedämmt, Sozialmissbrauch muss resolut gestoppt werden. Zudem frage ich mich immer wieder, wieso ein Asylbewerber, sofern er überhaupt einer ist, mehr Geld zur Verfügung hat als ein Schweizer Rentner, der das ganze Leben geschuftet hat? Oder wieso wir uns laufend den Einwandererkulturen anpassen und nicht umgekehrt? Es gibt viel zu tun – aber die SVP packt es ganz bestimmt an.

In der nächsten LEADER-Ausgabe: Die Präsidenten der Inner- und Ausserrhoder Kantonalparteien im Interview.

Umsetzung: Marcel Baumgartner und Malolo Kessler

Bilder: zVg

Walter Gartmann, SVP

**«Die Kantonsausgaben müssen eingedämmt,
Sozialmissbrauch muss resolut gestoppt werden.»**

länger ein Armutsrisiko darstellen; wir müssen ihnen allen gleiche Chancen bieten. Ausserdem ist die Steuerpolitik so auszurichten, dass sich die Unternehmen nicht weiter aus der Finanzierung des Staates verabschieden, sondern zum sozialen Ausgleich in der Gesellschaft beitragen. Schliesslich gilt es, mit allen Mitteln das öffentliche Gesundheitswesen zu verteidigen, das Bildungssystem schwerpunktmässig auszubauen und den Kanton konsequent auf die internationale Klimapolitik auszurichten.

Dürr: Ich sehe vor allem drei Handlungsfelder, die auf den Werten der CVP basieren: In der Familien- und Wirtschaftspolitik wollen wir bessere Rahmenbedingungen schaffen, etwa durch weniger Bürokratie, erstklassige Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten oder dadurch, dass das Potenzial von Frauen und Müttern durch flexible Arbeitszeitmodelle besser genutzt wird. Dadurch sichern und schaffen wir Ar-



Milo Stössel, CEO der MS Direct Group AG:
*«Anfangs hat man
uns belächelt.»*

«Werbung muss direkt sein»

Mit einer Occasionskuvertiermaschine und einem kleinen Team fängt es 1978 an. Knapp vierzig Jahre später ist es eine 3500-köpfige Firmengruppe, die Schweizer Marktführerin im Kundenbeziehungsmanagement und im E-Commerce ist. Die Rede ist von der MS Direct Group AG mit Hauptsitz in St.Gallen. Die treibende Kraft hinter diesem Erfolg: CEO Milo Stössel.

Milo Stössel, Sie haben 2013 – nach dem Tod Ihres Vaters Peter Stössel – die Führung der gesamten MS Direct Group übernommen und innert drei Jahren die Mitarbeiterzahl verdoppelt. Was treibt Sie derart an?

Einerseits unsere Kunden: Sie wachsen. Sie wachsen mit uns und wir mit ihnen. Auf der anderen Seite das fantastische Team, das an unsere Vision glaubt und sie mit Leidenschaft umsetzt.

Aber nicht alle Kunden kommen von selbst, man muss schon etwas dafür tun?

Absolut, ja. Ich denke, es liegt daran, dass wir unsere Aufgabe danach richten, durch unseren Fullservice die Beziehung unserer Auftraggeber mit ihren Kunden zu verbessern. Dazu kommt, dass wir strategisch

Heute sind wir der einzige private Briefdienstleister der Schweiz.

Mit 3500 Mitarbeitern an acht Standorten: Wie behalten Sie da den Überblick?

Vielleicht noch kurz zur Mitarbeiterzahl: Rund 2600 Mitarbeiter sind bei Quickmail beschäftigt und etwa 900 bei der Muttergesellschaft MS Direct. Viele von ihnen schätzen die Möglichkeit, bei uns Teilzeit arbeiten zu können. Zurück zu Ihrer Frage: Es ist in der Tat eine grosse Herausforderung, den Überblick zu behalten. Gerade, weil dieser Markt so dynamisch ist. Das Wichtigste ist, ein gutes Team zu haben, auf das man sich verlassen kann. Deshalb achte ich darauf, immer wieder direkt und persönlich bei den Leuten nachzufragen, ob und wie es läuft, was die Herausforderungen sind. Mit den Menschen zu sprechen, ist in unserem Geschäft extrem wichtig. Schliesslich sind sie unser wichtigster Schatz, in den wir hauptsächlich investieren.

«Eben noch sass ich im Lastwagen und begleitete einen unserer Chauffeure auf seiner Tour.»

sehr früh die richtigen Weichen gestellt haben: zum einen mit E-Commerce, zum anderen mit der Gründung der Quickmail AG. Beide Felder komplettieren unseren Fullservice, der von Adressmanagement über CRM, Mailingproduktion, Telefonmarketing und IT bis hin zu Logistikdienstleistungen und Zustellung geht.

Dann ist es Ihrem Gespür für Trends zu verdanken, dass das Unternehmen gewachsen ist?

Nicht nur. Der Dank gilt vor allem auch meinem Vater, der mir einfach vertraute und mir bereits 2008 die Leitung der MS Mail Service übertrug. So konnte ich damals schon mit der Überführung von Offlinediensten in Richtung E-Commerce und Multi-Channel-Commerce beginnen. Ich weiss noch, als uns das den ersten Onlineshopkunden brachte, sagte mein Vater: «Das funktioniert doch nicht. Die haben keinen Katalog, also wie wollen sie Kunden gewinnen?» Aber er liess mich machen. Heute sind wir Marktführer in E-Commerce-Dienstleistungen. Ein anderes Beispiel: Quickmail. Anfangs hat man uns belächelt.

Aber Sie kennen nicht alle Mitarbeiter persönlich?

Nein, das nicht. Aber mir ist daran gelegen, die meisten einmal persönlich kennenzulernen. Gerade auch, weil sich unsere Leben und Interaktionen immer mehr digitalisieren, ist es mir wichtig, Einblick in die authentische Welt meiner Mitarbeiter zu haben: Eben noch sass ich im Lastwagen und begleitete einen unserer Chauffeure auf seiner Tour. Vor einigen Wochen habe ich bei der Samstagmorgenschicht mitgearbeitet. Das tue ich, um den Boden unter den Füissen nicht zu verlieren und den Alltag unserer Angestellten miterleben. Zudem habe ich unser internes Facebook «Workplace» lanciert: Da kann jeder Mitarbeiter mit mir chatten oder bei Livebeiträgen direkt Fragen an mich oder das Führungsteam stellen.

Wie war das für Sie, mit 29 eine so grosse Verantwortung zu übernehmen?

In erster Linie hat klar die Freude überwiegt: Ich betrachtete es als Privileg, ein Familienunternehmen in die zweite Generation führen zu dürfen. Dazu kommt, dass die Firma gut aufgestellt war. Natürlich hatte ich viele Hausaufgaben zu tun, aber das

machte es noch interessanter. Natürlich war auch Druck da. Vor allem, als mein Vater krank wurde und dann verstarb. Er war für mich nicht nur Vater, sondern auch Coach und Sparringpartner, dem ich zu 100 Prozent vertrauen konnte. Nichtsdestotrotz gehörte die Stabübergabe zu einem der schönsten Momente in meinem Leben.

Was haben Sie von Ihrem Vater gelernt?

Sicher den unbändigen Optimismus. Dies gibt mir auch heute noch Kraft. Sein Leitsatz war immer: «Es kommt schon gut.» Auch unternehmerisch habe ich viel von ihm mitgenommen: «Man hört den Kunden zu, handelt flexibel respektive bedürfnisorientiert und man wertschätzt die Mitarbeiter.» Ganz im Sinne von: Der Erfolg gehört den Mitarbeitenden, der Misserfolg dem Chef.

Bei der Stabübergabe haben Sie gesagt, Sie wollen das Internet im Auge behalten, in Zukunft noch aktiver auf Kunden zugehen, neue Angebote besser kommunizieren und die Dynamik des Marktes frühzeitig erkennen. Acht Jahre später: Was ist Ihnen davon gelungen?

Wir haben vieles davon umgesetzt. Gerade im Onlinebereich und in Bezug auf die Dynamik des Marktes, sprich E-Commerce. Aber auch mit dem innovativen Angebot von Quickmail haben wir einen extremen Schritt vorwärts gemacht. Wenn Sie für

«Er war für mich nicht nur Vater, sondern auch Coach und Sparringpartner, dem ich zu 100 Prozent vertrauen konnte.»

Zalando oder Esprit arbeiten dürfen, können Sie davon ausgehen, dass man Sie für kompetent und zuverlässig hält. Jetzt sind wir bereits mit einer neuen Welle von Digitalisierung gefordert: Ende 2016 haben wir das Pilotprojekt «Same Day Delivery» für und mit Manor ausgeführt, also Bestellungen am selben Tag auszuliefern. Auch in der externen Kommunikation sind wir kanalgerechter und dynamischer geworden, zum Beispiel in der Art, wie wir Social Media aktiv nutzen.

Gerade im E-Commerce-Bereich tut sich Gewaltiges, und das in immer kürzeren Intervallen. Wie gehen Sie damit um?

Es sind drei wesentliche Punkte: Erstens, jede Veränderung positiv anzunehmen, statt sich vor ihr zu verschliessen. Denn Veränderungen passieren sowieso. Zweitens, die Chancen aus den Veränderungen erkennen. Diesbezüglich gehen wir sehr kundenorientiert vor: Wir überlegen uns, welche Entwicklung für welchen Kunden sinnvoll ist. Schon früh haben wir zum Beispiel mit dem Chatten in unseren Callcentern

begonnen. Damals sagten viele, dass sich das nie durchsetzen würde. Heute ist es gang und gäbe. Und drittens, ausprobieren, ausprobieren, ausprobieren.

Wo zielt E-Commerce gerade hin?

Aktuell läuft ein Test von «Amazon Go»: Der Konzern hat in den USA einen Testladen eröffnet. Dort können Sie in den Supermarkt reinspazieren und identifizieren sich mit dem Handy, stecken dieses wieder in die Tasche, kaufen sich Ihre Produkte und gehen damit zur Tür heraus. Alles wird direkt auf der Mobile-App abgebucht, Sie brauchen weder an der Kasse anzustehen noch selber die Ware zu scannen. Das heisst aber nicht, dass der persönliche Service ausgedient hat. Aber erwarte ich ihn von einem Supermarkt? Kaum einer von uns kennt die Dame an der Kasse oder plaudert mit dem Mitarbeiter, der gerade die Regale auffüllt. Wir werden also noch bedürfnisgerechter und zielgruppenorientierter operieren. Dabei spielt die Digitalisierung eine wesentliche Rolle.

Und mit welchen Trends beschäftigt sich die MS-Direct-Gruppe gerade?

Die nächste grosse Welle wird «Artificial Intelligence» sein. Unsere Systeme lernen, Tag für Tag. In den kommenden drei bis fünf Jahren werden wir dieses Wissen nutzen, um unsere Supplychain und den direkten Kundenkontakt zu verbessern. Einfache und unnötige Arbeiten werden immer mehr wegfallen, und unsere Mitarbeiter werden wieder mehr Zeit haben, sich qualitativ um unsere Kunden zu kümmern. Zudem haben unsere Mitarbeiter bessere Informationen zur Verfügung, mit welchen sie im besten Fall beim ersten Kundenkontakt eine Lösung bieten können.

Werden Sie, wenn es soweit ist, Stellen in Ihrem Callcenter abbauen und Roboter einsetzen?

Wir müssen und möchten uns am Kundenbedürfnis orientieren. In unserem Dienstleistungssegment müssen wir genau genommen die Kunden unserer Kunden zufriedenstellen. Wir haben super Kunden, die uns fordern und fördern. Wenn wir mit Computern das Kundenbedürfnis besser bedienen können, so müssen wir entsprechend reagieren. Der Mensch wird aber trotz dieser höchst spannenden Entwicklungen für gewisse – vor allem komplexere – Aufgaben unentbehrlich bleiben. Wir nehmen, wo immer möglich, unsere Mitarbeiter auf diese Reise mit und werden für ihre Weiterentwicklung sorgen.

Wie wichtig ist Ihnen denn Ihr Team?

Sehr wichtig: Alleine gehts nicht. Geschäftsleitung und Verwaltungsrat erarbeiten Zielvorgaben. Diese Ziele können aber nur unter Mitarbeit jedes Einzelnen im Unternehmen erreicht werden. Die notwendigen Ambitionen bis hinunter in die Kapillaren der Organisation zu tragen und so die Kraft für das Erreichen der Ziele zu schöpfen, geht zurück auf die



Unternehmenskultur, also auf die Frage, wie der Geist einer Organisation ist. Ich freue mich, dass wir trotz und auch gerade dank vieler Veränderungen in den letzten Jahren, eine passende, coole Kultur geschaffen haben. Wir sind dynamisch und kundenorientiert. Meine Co-Geschäftsführer sind diejenigen, die mit ihren Teams unsere Kultur fördern. Und da ist natürlich auch noch mein ganz persönliches Team, das mir Kraft für die tägliche Leistungserbringung gibt: meine Freundin, meine Mutter und meine Schwester.

«Die Effizienz im Direktmarketing wird enorm zunehmen. Gleichzeitig muss und wird Volumen wegfallen.»

Was versuchen Sie, Ihrem Team vorzuleben?

Dass wir aus den Kundenbedürfnissen Inspiration und Orientierung schöpfen können und sollen. Wir sind Dienstleister aus Leidenschaft. Dies braucht persönlichen Biss und Leistungsbereitschaft. Unsere Mission heisst «Best Service Company (BSC)» und diese fängt bei jedem einzelnen Mitarbeiter an. Darin steckt vor allem auch der Gedanke der Lösungsorientierung. Jedes Mal, wenn jemand den Satz mit «s'Problem isch...» beginnt, kommt ein Fünfliber in die BSC-Kasse. Wir leben das Motto «Geht nicht, gibts nicht».

Hat also das physische Mailing aufgrund der Digitalisierung ausgedient?

Definitiv nein. Wir glauben an den Briefkasten. Er ist doch das einzige verbliebene Medium, wo man sich immer noch auf Werbung freut und am Samstag enttäuscht ist, wenn nichts im Kasten ist. Die Menschen wollen durchaus mal etwas in der Hand halten, und man kann damit noch immer ganz bestimmte Zielgruppen erreichen. Ein Beispiel ist der Shopping-Club für Wohnaccessoires und Möbel «Westwing»: Angefangen nur mit dem Onlinegeschäft und Social Media, hat der Konzern erkannt, dass ihm zur

vollständigen Abdeckung der Zielgruppe ein Magazin fehlt. Deshalb bin ich überzeugt: Ein physisches Mailing funktioniert heute nach wie vor, sofern es gut gemacht ist und die Verbindung mit dem Internet herstellt.

Was wird sich generell im Direktmarketing verändern?

Ich denke, wir werden es noch besser schaffen müssen, die richtige Botschaft zum richtigen Zeitpunkt bei der richtigen Zielgruppe abzuliefern. Zwar hat man das schon immer versucht, aber wir müssen noch mehr segmentieren, noch mehr personalisieren und damit noch punktgenauer auf eine passende Zielgruppe abzielen. Eine 22-jährige Studentin kann dieselben Kaufinteressen haben wie eine aktive Pensionärin. Genau hier liegt die grosse Veränderung: Die Zielgruppen werden heterogener, sie sind längst nicht mehr nur in demografische Merkmale gefasst. Es gilt, sie in ihren Bedürfnissen abzuholen. Mithilfe intelligenter Systeme wie Artificial Intelligence oder Big-Data-Analyse.

Aber die Menschen leiden auch an Reizüberflutung. Das stimmt. Deshalb muss es in der Werbung künftig gelingen, eine Botschaft zu verkünden, die erwünscht ist und nicht stört. Die Effizienz im Direktmarketing wird enorm zunehmen. Gleichzeitig muss und wird Volumen wegfallen. Ziel muss sein, das Nutzerverhalten und individuelle Interesse der jeweiligen Personen zu verfolgen und zu analysieren, damit man genau im richtigen Moment passende Angebote machen kann. Dann werden die Leute auch bereitwilliger sein, ihre Kontaktdaten anzugeben: Man fühlt sich nicht mehr gestört, sondern freut sich, das gefunden zu haben, wonach man eigentlich gesucht hat.

Welches Ziel haben Sie sich für 2017 vorgenommen?

Ende 2017 haben wir durch unsere Leidenschaft mehr Kunden begeistert als 2016 und unsere ehrgeizigen Ambitionen in Form von Projekten, Budgets und Initiativen erfüllt. Dann können wir mit viel Vorfreude ins 2018 starten, in welchem wir zudem 40 Jahre alt werden.

Wenn Sie in diesem Moment etwas zu Ihrem Vater sagen könnten, was wäre das?

Ich möchte mich bedanken: Deine unternehmerischen Werte tragen wir in unseren Herzen. Wir führen nicht nur eine AG weiter, sondern entwickeln Deine Ideen und Tugenden weiter, damit wir mit Leidenschaft wachsen, unsere Kunden begeistern und weiterhin ein attraktiver Arbeitgeber bleiben können.

Interview: Nathalie Schoch

Bilder: Stéphanie Engeler

«Wir werden auf unsere Kernstärken fokussieren»

Die Bioforce AG vertreibt unter der Marke A.Vogel pflanzliche Medikamente, Nahrungsmittel und Nahrungsergänzungsmittel. Seit Anfang Dezember hat das Ostschweizer KMU einen neuen CEO: Peter Gmünder spricht im Interview über seine Ziele, die Entwicklung neuer Produkte und Wachstumspotenzial.

Peter Gmünder, Sie sind im September 2015 bei Bioforce eingetreten und seit kurzem CEO. Haben Sie sich in Ihrer neuen Funktion bereits gut eingelebt?

Ja, die Ablösung ist fast schon lehrbuchartig abgelaufen, da ich als Teil einer gut durchdachten strategischen Nachfolgeplanung ins Unternehmen eintreten konnte. Als Chief Marketing Officer habe ich in den ersten Monaten das Geschäft von der Verkaufs- und Marketingseite her sehr gut kennenlernen dürfen. Anschliessend habe ich diese Position weitergegeben und mich in den letzten Monaten in die CEO-Aufgaben eingearbeitet.

«Die Kombination von Frischpflanzenverarbeitung und Wissenschaftlichkeit macht uns in der Branche einzigartig.»

In welche Richtung soll sich das Unternehmen unter Ihrer Führung entwickeln?

Wir werden an unseren drei Produktionsstandorten mit eigenem Anbau von Pflanzen in Roggwil TG, Colmar in Frankreich und Elburg in Holland festhalten und diese weiter ausbauen. Die Forschungs- und Entwicklungsabteilungen an den Standorten hier in der Schweiz und in Holland werden wir optimal aufteilen, damit wir Synergien schaffen können. Wir streben ein gesundes, selbstfinanziertes Wachstum in der Schweiz als auch bei unseren internationalen Tochtergesellschaften und vielen bestehenden Distributionspartnern an, um unsere Eigenständigkeit und Unabhängigkeit sicherzustellen.

Das heisst konkret?

Wir wollen über die nächsten Jahre trotz schwieriger Währungssituation ein organisches Wachstum von etwa vier Prozent pro Jahr erreichen.

Ihre Produkte treffen den Zeitgeist. Spüren Sie das?

Unsere Produkte basieren nicht auf chemisch-synthetischen Wirkstoffen, sondern auf pflanzlichen. Sie werden, abgesehen von ganz wenigen Ausnahmen, auf der Basis von frischen Pflanzen hergestellt. Es macht uns einzigartig, dass wir wirksamere Frischpflanzen aus eigenem Anbau verarbeiten. Gleichzeitig arbeiten wir nach modernsten medizinisch-wissenschaftlichen Kriterien. Unsere wichtigsten pharmazeutischen Produkte sind mit klinischen Studien auf Wirksamkeit überprüft, einige unserer Hauptprodukte werden von der Krankenkasse in der Grundversicherung übernommen. Auch das macht uns einzigartig in der Branche: die Kombination von Frischpflanzenverarbeitung und Wissenschaftlichkeit. Ein nachhaltiger, biologischer Anbau ist bei uns mehr als nur eine Selbstverständlichkeit. Damit treffen wir den Zeitgeist: Komplementärmedizin ist nicht nur in der Schweiz, sondern auch international im Trend.

Sie haben viele Produkte seit Jahren im Sortiment. Entwickeln Sie auch neue?

Wir fokussieren unsere grossen Forschungs- und Entwicklungsinvestitionen auf unsere Hauptprodukte und -linien, wie zum Beispiel Echinaforce, das bei Erkältungen und Grippe hilft, oder Prostanan, das bei Prostatabeschwerden eingesetzt werden kann. Unsere Produkte werden laufend weiterentwickelt und verbessert. Zudem entwickeln wir auch neue, zum Beispiel gegen Schlaf- oder Stressbeschwerden. Das sind Bereiche, in denen die Komplementärmedizin sehr gut helfen kann und in denen wir weiter forschen.

Bioforce hat rund um den Globus Tochtergesellschaften und Partner, ausser in Südamerika. Planen Sie, in absehbarer Zeit neue Märkte zu erschliessen?

Unsere Ländervertretungen und Tochtergesellschaften sind historisch gewachsen. Die meisten sind aus Bekanntschaften unseres Firmengründers Alfred



*Peter Gmünder ist in Rheineck aufgewachsen,
hat in St. Gallen VWL studiert und ist
seit Dezember CEO der Roggwiler Bioforce AG.*



Peter Gmünder

Der neue CEO der Bioforce ist in Rheineck aufgewachsen und hat an der HSG Volkswirtschaftslehre studiert. Er arbeitete in Genf und Cambridge für Procter&Gamble und war anschliessend in verschiedenen Positionen international und in der Schweiz für das Unternehmen Kraft Foods tätig. Vor seinem Wechsel zu Bioforce war der heute 50-Jährige drei Jahre lang CEO bei Valortrade Schweiz. Peter Gmünder ist verheiratet, Vater dreier Kinder und lebt in Jona SG.

Vogel entstanden, und an diesen Partnerschaften halten wir fest und bauen sie weiter aus. Wir beabsichtigen nicht, nach Südamerika zu expandieren, wir wollen klar in den von uns bereits erschlossenen Ländern wachsen. Denn diese bergen noch genügend Wachstumspotenzial. Wenn wir nur schon in der Schweiz den Marktanteil hätten, den wir in Holland haben, wären wir deutlich grösser. Nicht daran zu denken, wie gross wir wären, wenn wir in Frankreich oder Grossbritannien den Marktanteil der Schweiz hätten!

Wie schwierig ist es, als Ostschweizer KMU in diesem globalen Markt zu bestehen?

Ein Ostschweizer KMU mit einem Gruppenumsatz von um die 110 Millionen Franken und einer Exportlastigkeit von über 80 Prozent ist schon aufgrund der Währungssituation und der Aufwertung des Schweizer Frankens der letzten Jahre und insbesondere seit zwei Jahren gegenüber dem Euro, dem britischen Pfund, dem kanadischen Dollar oder auch dem südafrikanischen Rand sehr gefordert. Zudem tätigen wir im Vergleich zu den riesigen globalen

Anzeige

11

12. St.Galler
Festspiele
23. Juni
bis 7. Juli 2017

www.stgaller-festspiele.ch
Tickets +41 (0)71 242 06 06

Presenting Partner
CREDIT SUISSE

Oper

Klosterhof
Loreley, Alfredo Catalani

Tanz

Kathedrale
Kranzrede, Jörg Weinöhl

Konzert

Loreley Legenden

Hauptspensoren

helvetia

Medienpartner

TAGBLATTMEDIEN **Neue Zürcher Zeitung** **LEADER**

Ticketing Partner

starticket

Pharmakonzernen aufgrund unserer Grösse relativ bescheidene Forschungs- und Entwicklungsinvestitionen. Darum müssen wir uns klar auf unsere Spezialgebiete fokussieren. Ebenfalls eine grosse Herausforderung für Firmen unserer Grösse sind die

«Wir wollen über die nächsten Jahre trotz schwieriger Währungssituation ein organisches Wachstum von um die 4 Prozent pro Jahr erreichen.»

sich laufend verändernden regulatorischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen für die Produktion und den Vertrieb von pharmazeutischen Produkten. Diese werden uns auch in Zukunft ganz besondere Anstrengungen abverlangen. Ich bin aber überzeugt, dass wir auch künftig sehr erfolgreich sind, wenn wir uns auf unsere Kernstärken fokussieren.

Interview: Malolo Kessler

Bilder: Stéphanie Engeler

Bioforce



Die Bioforce AG wurde 1963 vom Heilpraktiker und Naturheilkundepionier Alfred Vogel gegründet. Unter dem Markennamen A.Vogel entwickelt, produziert

und vertreibt das Unternehmen vor allem Phytopharmaka, also Medikamente aus pflanzlichen Wirkstoffen. Zum Sortiment gehören zudem Lebensmittel, beispielsweise das Herbamare-Salz, und Nahrungsergänzungsmittel. Im ausserrhodischen Teufen betreibt A.Vogel eine Drogerie, ein Museum, einen Heilkräuter-Schaugarten, ein Gesundheitszentrum sowie einen Verlag, der die Monatszeitschrift «Gesundheits-Nachrichten» sowie die Bücher von Alfred Vogel herausgibt und das Portal www.avogel.ch betreut.

Die Fabrikationsbetriebe befinden sich in Roggwil TG, Colmar (F) und Elburg (NL). Das Unternehmen hat Tochtergesellschaften in Holland, Frankreich, Belgien, Kanada und Finnland und Partnerfirmen in den USA, Südafrika, Australien, Indien, Israel, Island, Südkorea und zahlreichen westeuropäischen Ländern wie Grossbritannien, Schweden, Spanien, Dänemark, Norwegen oder Griechenland. Weltweit arbeiten gut 500 Personen für A.Vogel-Produkte, in der Schweiz beschäftigt Bioforce etwa 140 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und zehn Lehrlinge.

Neue Chancen mit Kreditversicherung

Schon die Gewinnung eines Auftrages ist schwer. Das anschließende Ausbleiben des Zahlungseinganges hingegen ist schwerwiegend.



von Michael Zeller

Rund zwei Prozent der in der Schweiz ausgestellten Rechnungen werden durch die Schuldner nie bezahlt. Zahlungsverprechen werden nicht eingehalten, und nach Ablauf der vereinbarten Zahlungsfrist stehen die Lieferanten mit ihren Zahlungsverpflichtungen wie Gehälter, Materialeinkäufe, Transportkosten usw. da und können infolge mangelnder Liquidität ihre eigenen Verpflichtungen nicht erfüllen. Ein Teufelskreis nimmt seinen Lauf, bis einer definitiv fällt und viele andere mitzieht – der ominöse Dominoeffekt.

Haben Sie ein gutes Produkt, das aber austauschbar ist? Welchen Vorteil könnten Sie sich gegenüber ihren Mitbewerbern verschaffen? Den Preis? Sicher, der muss stimmen. Aber als Nächstes werden Sie über die Zahlungsbedingungen sprechen müssen. Mit der Sicherheit einer Kreditversicherung (auch Forderungsausfall-, Debitorenausfall- oder Warenkreditversicherung genannt) können Sie Vertrauen und Sicherheit generieren.

Warum? Weil die Versicherung vorgängig Ihren potentiellen Geschäftspartner prüft und sich erkundigt, ob er seinen Verpflichtungen nachkommen kann. Und zwar diskret und rücksichtsvoll, mithilfe unseres Netzwerks an Informationsquellen. Sollte er dann wider Erwarten seinen Verbindlichkeiten trotzdem nicht nachkommen, so führt die Versicherung das Inkasso durch, egal wo auf der Welt und mit welchem Aufwand. Aber auch das garantiert die Zahlung noch nicht: Deshalb vergütet die Kreditversicherung die Entschädigung der unbezahlten Rechnung nach einer kurzen, zuvor festgelegten Wartezeit.

Fortschrittliche Unternehmungen – die Marktführer sowieso – führen ihr Geschäft und nutzen diesen Vorsprung. Eine Kreditversicherung ist das ideale System dazu, um informiert und gewappnet zu sein. Aber auch, um Chancen zu erkennen und sie zu nutzen, am richtigen Ort zu riskieren, um Verantwortung zu teilen und um zu kalkulieren: Weil nicht alles so gut ist, wie es auf den ersten Blick scheint. Vieles ist wesentlich besser!

Michael Zeller ist Leiter Grossunternehmen Region OST bei der AXA Winterthur in St. Gallen

«Ein Traum geht in Erfüllung»

Das traditionsreiche Herrenmodegeschäft «Adrian Baumann's» in der Spisergasse in St.Gallen wurde vor einem knappen Jahr von Andreas Egger übernommen. Im Interview verrät der ehemalige Geschäftsführer-Stellvertreter und heutige Inhaber, was ihn zu diesem Schritt bewogen hat, an wen sich sein Sortiment richtet und was sein Geschäft besonders auszeichnet.



Andreas Egger:
**«Wir verkaufen
Identität.»**

Das Modegeschäft kann auf eine schon über 30jährige Geschichte zurückblicken: Seit 1985 wurde die damalige Schneiderei durch Adrian Baumann zu einem in St.Gallen und Umgebung renommierten Herrenmodehaus geformt. Nach dem Besitzerwechsel 2016 ist nun Andreas Egger alleiniger Inhaber der Baumann Mode AG. Sein Angebot zeichnet sich durch einen erstklassigen Service aus und richtet sich an den modernen Mann, der Qualität und Individualität schätzt.

Andreas Egger, was gab den Ausschlag, dass Sie vor knapp einem Jahr dieses Unternehmen übernommen haben?

Ein langjähriger Traum ging in Erfüllung – meine grosse Passion und Freude an der Mode, mein Interesse an neuen Trends, den Umgang mit Menschen, auf diese eingehen, verstehen und zugehen zu können, dann selber anzupacken und Verantwortung zu übernehmen sind die wesentlichen Beweggründe. Hinzu kommt, dass ich schon vier Jahre in diesem Modehaus stellvertretender Geschäftsführer war. Somit kenne ich meine Kundschaft, die schönen Seiten der Selbstständigkeit, aber auch deren Herausforderungen sehr genau.

«Wir erfüllen hier nicht einfach einen Job, für uns ist die Arbeit hier Berufung.»

Modegeschäfte schliessen und öffnen fast tagtäglich. Sie sind demzufolge in einer schwierigen Branche tätig?

In der heutigen Zeit gibt es eine Vielzahl von Branchen, die grosse Herausforderungen zu bewältigen haben. Ja, die Modebranche zählt auch dazu. Durch das breite, individuelle Serviceangebot und das attraktive Sortiment grenzen wir uns gegenüber Grossanbietern aber ab. Der persönliche Umgang mit den Kunden bereitet mir grosse Freude, denn das Schönste ist, wenn sie das Geschäft mit einem Lächeln verlassen.

Was zeichnet Ihr Geschäft besonders aus?

Baumann Mode versteht sich als Nischenplayer: Zuoberst stehen unsere Leidenschaft für Mode und die Freude am Umgang mit unseren Kunden. Wir erfüllen hier nicht einfach einen Job, für uns ist die Arbeit Berufung. Und: Wir bieten nicht einfach Herrenbekleidung von der Stange an. Masskonfektion und eine eigene Schneiderei gehören zu den Bausteinen, die das Unternehmen einzigartig machen. Auf Wunsch kann man sich auch ausserhalb der regulären Öffnungszeiten beraten lassen – sogar Beratungsgespräche zu Hause sind möglich. Service und Dienstleistungen sind also unsere Kernkompetenzen. Ganz nach dem Motto: «Individualität – Exklusivität – Einzigartigkeit: Wir verkaufen Identität».

Macht Ihnen die Grenznähe zu schaffen?

Als Nischenplayer mit unserem individuellen Serviceangebot heben wir uns weitgehend von ausländischen Mitbewerbern ab. So spüren wir die Grenznähe nicht allzu stark. Ich kann mir auch nicht vorstellen, dass nervenaufreibende Staus in der Grenzregion attraktiver sein sollen als das entspannte Einkaufen in unserer wunderschönen, attraktiven Stadt St.Gallen. Auch bin ich überzeugt, dass länger je mehr Einheimische sich bewusst werden, dass man Arbeitsplätze – auch seinen eigenen – nicht erhalten kann, wenn man hier verdientes Geld im Ausland ausgibt.

**Schneidertage bei Baumann Mode – an der Spisergasse 21 in St.Gallen
Freitag und Samstag, 7. und 8. April 2017**

Verleihen Sie Ihrem Aussehen die Individualität die Sie verdient haben. Kreieren Sie mit uns zusammen Ihren individuellen Eduard Dressler Anzug oder Sakko. Um Ihrer Persönlichkeit, Ihren Bedürfnissen und Wünschen optimal gerecht zu werden, bieten wir Ihnen eine umfassende Stoffauswahl – passend für jeden Anlass.

Profitieren Sie während diesen zwei Tagen von den einmaligen Spezialangeboten auf die gesamte Auswahl der vielfältigen Stoffe.

Jeder Kunde der sich an den beiden Tagen einen Mass-Anzug oder Sakko anfertigen lässt, erhält einen **Gutschein im Wert von CHF 100.– nach freier Wahl** in einem der fünf renommierten Gaststätten:

- Gasthaus zur Fernsicht, Heiden
- Gasthaus Krone, Speicher
- Hotel und Restaurant Metropol, St. Gallen
- Kurhotel und Restaurant Oberwaid, St. Gallen
- La Vigna, Enoteca, St.Gallen

Werden Sie Teil der jahrzehntelangen Tradition bei Baumann Mode und melden Sie sich schon heute für einen Beratungstermin an.

Wir freuen uns auf Sie!

ADRIAN BAUMANN'S

Baumann Mode AG
Spisergasse 21
CH-9000 St.Gallen
Tel. 071 222 56 51
mail@adrianbaumanns.ch
www.adrianbaumanns.ch

Von der Kuranstalt zur Vorzeigeklinik

Seit mehr als 125 Jahren ist die Klinik Schloss Mammern in Familienbesitz – beachtlich in der heutigen Spitallandschaft, eine Erfolgsgeschichte. Aber eine mit dem einen oder anderen düsteren Kapitel. Denn in all diesen Jahren stand die Klinik am Bodensee nicht nur einmal vor dem Ende. Und sogar ein Mord gehört zur Geschichte des Hauses.

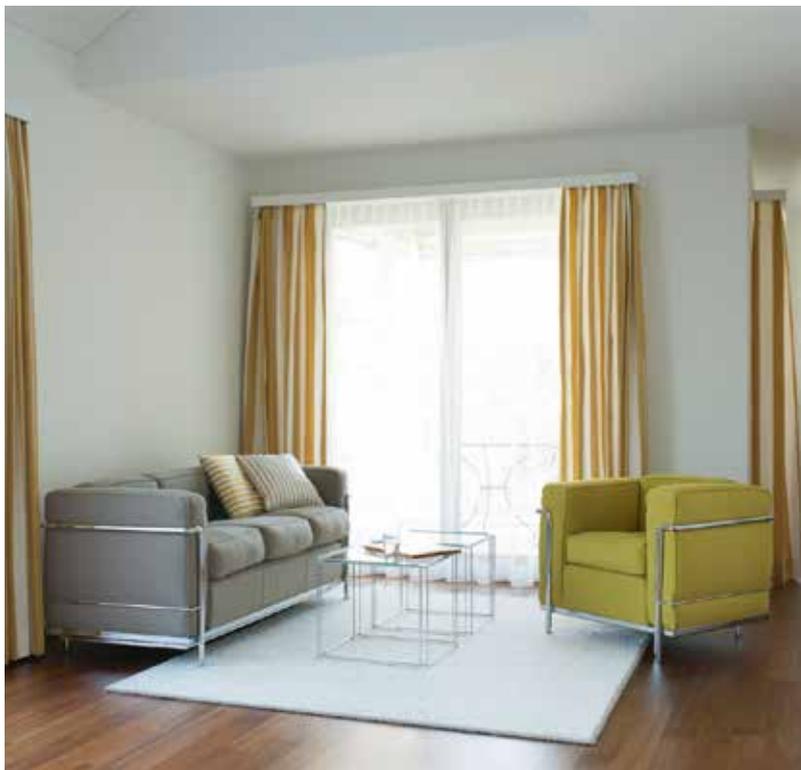
Beat Oehrli, Direktor der Klinik Schloss Mammern, und die Chefärztinnen Ruth Fleisch-Silvestri und Annemarie Fleisch Marx (von links).

Ein Bootssteg, eine Badi, ein Bahnhof: Das Dörfchen Mammern, am Untersee zwischen Steckborn und Stein am Rhein gelegen, zählt gerade einmal ein paar Hundert Einwohner. Das historische Dorf gehört damit zu den kleinsten Gemeinden im Thurgau. Hier, inmitten einer riesigen idyllischen Parkanlage, steht eine einzigartige Institution: Die Klinik Schloss Mammern, seit 125 Jahren in Familienbesitz. Dass eine Klinik über vier Generationen – und nach wie vor – in einer Familie bleibt, ist aussergewöhnlich in der heutigen Schweizer Spitallandschaft. Und war, wenn man einen Blick in die bewegte Geschichte der Klinik wirft, auch nicht immer ganz selbstverständlich.

Der Gärtner war's

Die Geschichte beginnt im Jahr 1889: Zwei Jahre, nachdem Dr. Oscar Ullmann in der damaligen Wasseranstalt in Mammern eine Stelle angetreten hatte, kaufte er sie. Das Kapital lieh ihm eine wohlhabende Patientin. Ullmann, Sohn eines Dorfschullehrers und späterer Nationalrat, setzte bereits damals auf eine wohlhabende Klientel. 1902 baut er eine Villa auf dem Areal, zudem kauft er nach und nach umliegende Grundstücke und Häuser dazu. Die Klinik geniesst zu dieser Zeit einen internationalen Ruf: So kurz beispielsweise König Boris von Bulgarien in Mammern. Dann bremst der Ausbruch des Ersten Weltkriegs





den Erfolg der Klinik massiv: Gäste reisen abrupt ab, neue bleiben aus. 1935 verkauft Oskar Ullmann die Kuranstalt seinem ältesten Sohn Waldemar. Dieser gerät allerdings durch die Weltwirtschaftskrise und den Zweiten Weltkrieg mehr und mehr in finanzielle Schwierigkeiten, die Klinik verliert ihren guten Ruf und verlottert.

Und dann passiert sogar ein Mord: Waldemar Ullmann wird 1944 von einem ehemaligen Gärtner erschossen. Weil er keine Kinder hatte und seine Frau nicht in der Lage ist, den Betrieb weiterzuführen, übernimmt sein Schwager Alfred Fleisch den Betrieb. Mit Geld aus seinem Privatvermögen saniert

«Die Familie hat das Wohl der Klinik immer über die eigenen Interessen gestellt.»

er die Gebäude und bringt die defizitäre Klinik auf Vordermann, bis sein Sohn Alfred Oskar Fleisch 1958 übernimmt. Unter dessen Leitung folgen weitere Renovationen, Erweiterungen und Neubauten. Fleisch tritt 1997 als medizinischer Direktor zurück. Die medizinische Leitung übernimmt das Chefärztinnen-Duo, das sie heute noch innehat: Fleischs Tochter Annemarie Fleisch Marx und Schwiegertochter Ruth Fleisch-Silvestri.

Wirtschaftlich wird die Klinik Schloss Mammern heute von Beat Oehrli geführt. «Die Klinik konnte nur dank des grossen Familienengagements erfolgreich bleiben», sagt er. «Die Familie hat das Wohl der Klinik immer über die eigenen Interessen gestellt.» Auch in den letzten zehn Jahren habe sich die Privatklinik verschiedenen Herausforderungen stellen müssen.

120 Betten, über 2000 Patienten

So etwa dem Kampf um einen Platz auf der Spitalliste: Seit 2012 muss der Kanton für die Kliniken auf der Liste, also auch für Schloss Mammern, denselben Kostenanteil wie bei den Kantonsspitalern übernehmen. Oder, wie Oehrli sagt: «Gleich lange Spiesse für alle.» Die Klinik beschäftigt heute 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, darunter 20 in Ausbildung, und bietet 120 Betten. Im Jahr 2016 verzeichnete sie laut Oehrli 2256 stationäre Eintritte. 39,8 Prozent waren privat versichert, 34,9 Prozent halbprivat, 25,3 Prozent allgemein. Hinzu kamen 557 Eintritte von Privatpersonen.

Schloss Mammern ist heute spezialisiert in vier Fachbereichen: auf kardiologische, internistisch-onkologische, muskuloskelettale und pneumologische Rehabilitation. «Am häufigsten therapieren wir Patienten nach Herz- und Gefässoperationen und nach Gelenk- und Rückenoperationen», sagt Beat Oehrli. Nebst den stationären Angeboten bietet die Klinik ambulante Therapien. Immer im Vordergrund: das Zwischenmenschliche, das Familiäre. «Darauf legen wir besonderen Wert.»

Geht es so weiter, kann das Haus in zwei Jahren sein 130-Jahr-Jubiläum feiern. Beziehungsweise das 130-Jahre-in-der-Familie-Jubiläum. Und wenn das Chefärztinnen-Duo einst abtritt, wären auch schon ein paar Nachfolger bereit: «Es gibt acht Nachkommen», sagt Oehrli. «Und es wäre natürlich schön, wenn jemand von der Familie die Klinik dann weiterführen würde.»

Text: Malolo Kessler

Bilder: Stéphanie Engeler

Per U-Boot zur Titanic

Deluxe Targets aus Teufen bietet schweizweit die grösste Vielfalt im gehobenen Reisesegment. Ihre Kunden sind Menschen, die nichts dem Zufall überlassen wollen. Menschen, die mit dem Helikopter in aktive Vulkankrater fliegen oder mit Walen schwimmen wollen.

Guido Graf ist gebürtiger Schweizer, wuchs jedoch in Wien auf. Als talentierter Handballspieler kam Graf im Alter von 25 Jahren zum TSV Otmar St.Gallen. Durch den Sport sah er viel von der Welt und entwickelte eine Affinität zum Reisen. 2001 gründete Graf seine Reiseagentur Deluxe Targets in Teufen und begann, seine zweite Leidenschaft zum Beruf zu machen. «Ich baute mir eine Existenz auf für die Zeit nach dem Leistungssport», sagt der studierte Wirtschaftswissenschaftler.

Der Kunde von heute kommt mit konkreten Vorstellungen in die Agentur, da er sich vorab im Internet erkundigt.

Als Guido Graf Deluxe Targets gründete, war die Welt der individuellen und gehobenen Reisen auf das Sortiment in den Reisekatalogen beschränkt. Der Kunde ging zur Beratung und der Reiseagent prüfte die verfügbaren Reise- und Flugoptionen an. «Schon damals war ich der Überzeugung, dass Reisende die schönsten Tage des Jahres nicht an Katalogen festmachen sollten», erzählt Graf. «Ferien sollten den persönlichen Vorstellungen und Wünschen zu 100 Prozent entsprechen.» Deshalb organisiert Deluxe Targets nie die gleiche Reise für zwei unterschiedliche Kunden. Graf nennt seine Philosophie «Reisen 2.0» und beschreibt sie wie folgt: «Persönlicher, individueller und nachhaltiger.»

Vom «Seller-Markt» zum «Buyer-Markt»

Seit der Gründung von Deluxe Targets hat das Internet die Reisebranche stark verändert. «Heute ist die Situation ganz eine andere als noch zur Jahrtausendwende», so der Unternehmer. Das Reisegeschäft habe sich von einem «Seller-Markt» zu einem «Buyer-Markt» entwickelt. Der Kunde von heute komme mit konkreten Vorstellungen in die Agentur, da er sich vorab im Internet erkundige. «Auch bei Flügen ist es heutzutage einfach, sich online einen Überblick über die Möglichkeiten und Preise zu verschaffen», weiss Guido Graf.

Da stellt sich die Frage, ob es im Zeitalter des allgegenwärtigen Internets überhaupt noch physische

Reisebüros braucht. «Reisende suchen mehr und mehr nach speziellen und nachhaltigen Reiseerlebnissen», sagt der Experte. «Hier bieten wir als sogenannte Travel Designer einen entscheidenden Mehrwert.» Im Grunde genommen schenkt ein Travel Designer seinen Kunden mehr Freizeit. Denn eine gelungene Reise will gut geplant sein. «Das ist oft sehr zeitaufwendig», erklärt Graf. «Zudem haben wir Zugang zu exklusiven Spezialangeboten, die schweizweit ausschliesslich über uns zur Verfügung stehen.» Deluxe Targets bemühe sich stets um das beste Preis-Leistungs-Verhältnis. Graf nennt etwa einen Retourflug in der Business Class von Zürich nach Australien für nur 1500 Franken oder kostenlose Upgrades und Extras in Hotels, die bei der Buchung über die Homepage nicht dabei seien.

Ein weiterer Vorteil ist die persönliche Beziehung: Im Gegensatz zu einem herkömmlichen Reiseberater bietet ein Travel Designer seinen Kunden eine effiziente Anlaufstelle. Der Reisende hat bei Bedarf die Möglichkeit, jemanden anzurufen, der sich mit seinen Details auskennt. «So setzt sich der Trend des Personal Trainers oder des Finanzberaters in Form eines Freizeitberaters fort», sagt Graf.

Touristen im Weltall

Deluxe Targets hat gemäss seinem Gründer eine breite Palette an Kunden: «Das Budget ist nicht entscheidend, ob man sich an uns wenden kann.» Sei es ein junges Paar, das sich die perfekte Hochzeitsreise ersehne oder ein Topverdiener auf der Forbes-Liste: «Oft können wir selbst normale Strandferien optimieren.» Eines haben alle Kunden von Deluxe Targets gemeinsam. «Es sind Menschen, für die der Urlaub so wichtig ist, dass sie nichts dem Zufall überlassen», sagt Graf. «Menschen, die vor, während und nach der Reise einen persönlichen Ansprechpartner und Berater wollen.» Selbst KMU aus der Region liessen ihre Geschäftsreisen von Deluxe Targets zeit- und kostenoptimiert planen.

Graf liegt die Kundenzufriedenheit besonders am Herzen. Er will das komplette Spektrum an Reismöglichkeiten anbieten können. Dabei gilt es oftmals, sich gegen viele Konkurrenten durchzusetzen. «2008 etwa rangen wir mit 30 anderen Agenturen erfolgreich um den Exklusivvertrag von Virgin Gala-

DELUXE TARGETS

Guido Graf von Deluxe Targets:

***Den ganzen Planeten
als Lieblingsdestination.***



ctic», erinnert sich Graf. Die Firma will bis 2020 die ersten Touristen in das Weltall fliegen. «Und 2012 sicherten wir uns die Rechte für den Südpol, sodass wir seither Touren anbieten können», fügt er stolz hinzu. Heute sei Deluxe Targets in der Schweiz die Reiseagentur mit der grössten Vielfalt im gehobenen Segment.

**«Der Trend des Personal Trainers
oder des Finanzberaters setzt sich
in Form eines Freizeitberaters fort.»**

Spektakuläre Kundenwünsche

Der bisher spektakulärste Kundenwunsch lässt sich gemäss Guido Graf schwer küren. «Davon hatten wir in den 15 Jahren schon zu viele», sagt er. «Mit dem Helikopter in aktive Vulkankrater zu fliegen, mit dem U-Boot die Titanic zu besuchen oder auf Skiern die

Antarktis zu sehen, sind nur einige nennenswerte Beispiele.» Oft seien es aber die kleinen Wünsche, die eine Reise in eine Deluxe-Reise verwandelten: die Lieblingsblumen auf dem Hotelzimmer, das Lieblingsgetränk in der Minibar, ein Kochkurs mit dem Chefkoch oder ein romantisches Abendessen an einem abgelegenen Ort.

«Ich durfte sehr viele Reisen unternehmen und die Welt von ihren schönsten Seiten kennenlernen», kommentiert Graf seinen Job. «Jedes Land und jede Kultur hat ihren Reiz und erweitert den eigenen Horizont.» In den vergangenen 15 Jahren besuchte Graf über 700 Luxushotels in 62 Ländern. Heute betitelt er den ganzen Planeten als seine Lieblingsdestination. Allerdings könnte sich das in ein paar Jahren ändern: Denn dann fliegt er vielleicht schon ins Weltall.

Text: Tamara Johnson

Bild: Stéphanie Engeler

Hochprozentiger Genuss

Eigentlich entstand die «Säntisblick Destillerie» aus einem wetterbedingten Zufall. Bruno Eschmanns Sinn fürs Unternehmertum führte den Betrieb aber schon nach kurzer Zeit auf die Erfolgsspur – und zu zahlreichen Auszeichnungen. Heute gehören die Edelbrände und Liköre aus Niederbüren zu den beliebtesten der Ostschweiz.

Die «Schnapsideen», wie sie Bruno Eschmann bezeichnet, sind in der Firmengeschichte erst spät entstanden. Denn als sein Grossvater den Bauernhof auf dem Geisberg in Niederbüren 1933 kaufte, war er ein für die Region typischer Mischbetrieb mit Kühen, Getreide- und etwas Mostobstanbau. Und auch als in den 1960er Jahren die zweite Generation das Ruder übernahm, wurde das Unternehmen als Milchwirtschaftsbetrieb mit «etwas Mostobstanbau» weitergeführt. Erst mit der Übernahme durch Bruno Eschmann – und damit der dritten Generation – erfolgte im Jahr 2000 die Umstellung. Der Betriebszweig der Milchviehhaltung wurde aufgegeben – auf den Flächen entstanden Zwetschgen- und Kirschenplantagen. Damit wurde der eigentliche Grundstein für die Säntisblick Destillerie, wie sie sich heute präsentiert, gelegt.

«Stellen Sie sich den süssen Duft in der Luft vor, das heimelige Gefühl des warmen Raumes im kalten Winter...»

Eschmann, der das Familienunternehmen nach verschiedenen anderen Tätigkeiten im In- und Ausland übernahm, erklärt: «Die wirtschaftliche Situation hat eine Komplettumstellung auf den Intensiv-Steinobstanbau erfordert. Eine Laune der Natur hat dann Zwetschgenernten so vernichtet, dass sie nur noch zum Brennen geeignet waren.» Dass daraus die heutige Brennerei entstanden ist, könne man so natürlich dem Zufall zuordnen. «Es gilt aber auch, im richtigen Moment die Nischen zu sehen», stellt der Eigentümer fest. Und so folgte nach dem grossen Ernteverlust im Jahr 2006 eine eigentliche «Rezepturphase». Das Ganze war damals noch mehr ein Hobby denn ein eigentlicher Betriebszweig. «Es wurden Produkte ausprobiert, wieder verworfen und weiterentwickelt – alles mit dem Schwerpunkt auf «Vielle Prune» und «Likör».

Internationale Auszeichnung

Doch auch wenn – oder gerade weil – die wirtschaftlichen Aspekte nicht im Mittelpunkt standen, wurde ein Höchstmass an Qualität angestrebt. Man gab sich nicht mit dem Erreichten zufrieden, sondern wollte

klare Akzente setzen. Und dieser Fleiss, dieser eigene Ansporn schlug sich in Produkten nieder, die innerhalb kürzester Zeit ihre Geniesser fanden. So wurde der eigens hergestellte Vielle Prune bereits 2008 an der vierten Ostschweizer Edelbrand Prämierung mit 17 von insgesamt 20 Punkten ausgezeichnet. Dies brachte das Fass im positiven Sinne zum Überlaufen. Noch im selben Jahr wurden Etiketten gestaltet, die Homepage aufgesetzt und erste Abfüllungen und Verkäufe getätigt. Schrittweise wurden auch die Verkaufspunkte ausgebaut.

Die Produkte der Säntisblick Destillerie waren nun in so manchem Munde. Fortan verging praktisch kein Jahr, in dem das Unternehmen nicht durch einen Preisgewinn auf sich aufmerksam machen konnte. Besonders erwähnenswert ist die Silbermedaille an der IWSC International Wine & Spirits Competition. Auf das Produkt, mit dem diese Auszeichnung eingheimst werden konnte – den fassgelagerten Vielle Prune «Reserve du Patron» –, ist Bruno Eschmann denn auch besonders stolz.

Eigene Brennerei

Eschmann, der eigentlich Bäcker werden wollte, konnte sich mit der Säntisblick Destillerie einen eigentlichen Traum erfüllen. Er schätzt insbesondere das Zusammenspiel mit der Natur, den Menschen und die Vielseitigkeit der Aktivitäten. Und das Schönste: Seine Liebe zum Produkt wird von immer mehr Kundinnen und Kunden geteilt. Neben dieser emotionalen Verbindung und dem Drang nach stetiger Qualität bildet natürlich in erster Linie der Produktionsprozess das eigentliche Herzstück. «Seit 2011 dürfen wir mit der eigenen Brennerei unsere Edelbrände nach unseren Vorstellungen destillieren», erklärt Eschmann. «Hier entsteht die Grundlage für unsere Vielle Prunes, Vielle Poires, Liköre und neuerdings auch Whisky und Gin.»

Und wer sich von einem solchen Duft mehr als «nur» eine Flasche nach Hause holen möchte, für den hat die Säntisblick Destillerie ein eigenes Fass Whisky im Angebot. Preis auf Anfrage.

Text: Marcel Baumgartner

Bild: zVg



Obstbauer Bruno Eschmann:

***Hat im richtigen Moment
die Nische erkannt.***

Ostschweizer IT-Unternehmen ausgezeichnet

Die wachstumsstärksten Unternehmen der Schweiz stehen fest. Die wenigen Ostschweizer unter ihnen stammen mehrheitlich aus der IT-Branche.

In einer Beilage präsentierten die «Handelszeitung» und «Le Temps» kürzlich eine Rangliste, die sie zusammen mit dem unabhängigen Marktforschungsinstitut Statista erarbeiteten: die 55 wachstumsstärksten Unternehmen der Schweiz. Insbesondere Zürcher, Berner und Romands ergatterten Spitzenplätze. Doch auch einige Ostschweizer Firmen gehören zu den sogenannten «Wachstums-Champions 2017»: Die PowerFood AG aus Schaffhausen etwa rangierte auf Platz 27. Das Unternehmen bietet Sportnahrungsprodukte, Fitness- und Sportmode und Zubehör wie Sportaschen oder Shaker an. Roland Beuter, Reto Hugi und Marco Hostettler gründeten ihre Unternehmung 2004 als Kollektivgesell-

schaft. Damals studierten die jungen Männer noch am Technikum in Winterthur. 2009 wandelten sie PowerFood in eine Aktiengesellschaft um. Ausser dem branchenführenden Online-Shop auf powerfood.ch betreibt die PowerFood AG heute mehr als 20 Filialen in der ganzen Schweiz.

Fachkräftemangel bekämpfen

Die Clavis IT AG aus Herisau rangierte auf dem 40. Platz und erzielte damit das zweitbeste Resultat in der Ostschweiz – mit einer Wachstumsrate von fast 47 Prozent. Das Unternehmen ist auf Business- und IT-Consulting, Software-Lösungen für KMU und Cloud-Services spezialisiert. CEO Paul Zähler

Die Inhaber der Alpha Solutions AG, Stefan Heim (links) und Daniel Popp, in den neuen Räumlichkeiten im Osten der Stadt St. Gallen.



und CFO Martin Frischknecht gründeten die Clavis IT AG im Jahr 2000. Der Firmenstandort spielte damals keine Rolle. Die Unternehmer mussten allerdings feststellen, dass das Appenzellerland unter einem akuten IT-Fachkräftemangel leidet. Um dennoch genügend qualifizierte Mitarbeiter ins Boot zu holen, eröffnete die Clavis IT AG eine Zweigniederlassung in Winterthur. Zudem bietet das Unternehmen besonders familienfreundliche Arbeitszeitmodelle sowie verschiedene Informatiklehrstellen an. Damit hat der einzige Appenzeller «Wachstums-Champion 2017» offenbar das Rezept zum Erfolg gefunden.

«Wenig überraschend sind es vor allem IT- und Softwarefirmen, die in der Auswertung besonders gut abschneiden.»

Installationen und Wartungen entfallen

Aus dem Kanton St.Gallen schafften es gleich mehrere Unternehmen auf die Rangliste. Allen voran die Alpha Solutions AG auf Platz 42: Das inhabergeführte Softwareunternehmen ist auf die Prozessberatung und auf die Transformation der Geschäftsprozesse von KMU spezialisiert. In den vergangenen drei Jahren schaffte es die Alpha Solutions AG, ihren Jahresumsatz von 7,1 Millionen Franken auf 10,3 Millionen Franken zu erhöhen. Das entspricht einer Wachstumsrate von über 45 Prozent. Die 17-jährige Firma führt das Wachstum insbesondere auf einen strategischen Entscheid zurück: den Aufbau eines eigenen Geschäftsfelds für Cloud-Services. In jüngster Vergangenheit wuchs die Alpha Solutions AG auch personell: Sie schaffte über 30 zusätzliche Stellen, sodass das Team heute rund 80 Mitarbeiter zählt. Und mit Blick auf die Zukunft bezog das Softwareunternehmen neue Räumlichkeiten an der Schuppistrasse in St.Gallen-Ost.

Die weiteren St.Galler «Wachstums-Champions» sind die Proffix Software AG aus Vilters-Wangs auf Platz 53 und die Verwaltungsrechenzentrum AG St.Gallen auf Platz 55. Damit stammen vier der fünf Ostschweizer Sieger aus dem IT-Bereich. Das gesamtschweizerische Bild sieht ähnlich aus: «Wenig überraschend sind es vor allem IT- und Softwarefirmen, die in der Auswertung besonders gut abschneiden», berichtete die Handelszeitung. «In den Top 10 stammen vier aus diesem Umfeld, in den Top 55 sind es mit 24 fast die Hälfte, was die Dominanz dieses Bereichs unterstreicht.»

Text: Tamara Johnson

Bild: zVg

Cicor setzt auf die Ostschweiz

Cicor, eine in Mikroelektronik, Substrate und Elektronikdienstleistungen führende international tätige Hightech-Industriegruppe mit Sitz in Boudry NE, hat am 28. November 2016 in Bronschhofen bei Wil ein neues Produktions- und Verwaltungsgebäude eröffnet.



Cicor konsolidierte die beiden Produktions- und Verwaltungsstandorte ihrer Swisstronics Contract Manufacturing AG in Bronschhofen in einem neuen, modernen Gebäude im Industriegebiet Gebenloo. Zusätzlich ist die Cicor Management AG von Zürich-Oerlikon in die Ostschweiz umgezogen. Die Cicor-Gruppe bietet weltweit qualitativ hochwertige, massgeschneiderte Lösungen aus zehn Produktionsstandorten an. Der Bereich Electronic Solutions der Cicor-Gruppe entwickelt und produziert kundenspezifische elektronische Geräte und Systeme sowie Kunststofflösungen in der Schweiz, in Osteuropa und in Asien.

«Der Neubau ist ein Bekenntnis zum Werkplatz Schweiz und zur Region Will», sagte Heinrich J. Essing, Verwaltungsratspräsident der Cicor-Gruppe, in seiner Ansprache anlässlich der Eröffnung des neuen Produktions- und Verwaltungsgebäudes in Bronschhofen. Cicor-CEO Alexander Hagemann betonte die Wichtigkeit des Schweizer Standortortes im Verbund mit den anderen, weltweiten Cicor-Produktionsstätten und ist überzeugt, dass der Neubau ein wichtiger Schritt für die Zukunft der Gruppe darstelle. Im neuen, mehrgeschossigen Gebäudekomplex sind auf rund 9300 Quadratmetern Fläche die gesamte Fertigung sowie das Engineering und die Verwaltung unter einem Dach vereint.

Der Leiter der Standortförderung des Kantons St.Gallen, Beat Ulrich, sagte in seiner Ansprache, dass die Entscheidung von Cicor für die Region Ostschweiz eine Signalwirkung habe. «Der Standort bietet beste Bedingungen, um die Chancen und Herausforderungen, die die digitale Welt mit sich bringt, optimal zu nutzen.» Und Peter Kuratli, der Leiter des Amtes für Wirtschaft und Arbeit, betont ergänzend, dass ein äusserst erfreuliches Zusammenspiel von verschiedenen kantonalen und kommunalen Amtsstellen stattgefunden habe und der Bau sowie die damit verbundenen Arbeitsplätze für die Region von wichtiger volkswirtschaftlicher Bedeutung seien.

Der Geschäftsführer der Swisstronics Contract Manufacturing AG, Erich Künzle, bezeichnet den Standort im Gewerbegebiet Gebenloo in unmittelbarer Nähe zu den beiden alten Standorten denn auch als Glücksfall und freut sich über kürzere Wege, effizientere Produktions- und Logistikabläufe und dass nun alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unter einem Dach vereint sind.

altherr
trucks & vans

**EINE
KLASSE
FÜR SICH.**



altherr
trucks & vans

ALTHERR NUTZFAHRZEUGE AG

CH-9650 Nesslau | T. +41 71 994 12 52 | www.altherr.ch

ALTHERR AG

FL-9494 Schaan | T. +423 237 50 50 | www.altherrag.li



SELECTION
1847
SWITZERLAND
MEN'S SOLUTION

Traditionelles Handwerk kombiniert mit moderner Technologie

Schuh-Shopping ist nicht jedermanns Hobby. Deshalb bietet Selection 1847 eine Dienstleistung für all jene Männer, die bequemes Einkaufen und höchste Qualität schätzen.

Dank einmaliger 3D-Fussanalyse wissen Sie immer, was zu Ihren Füßen passt - auch online.

Erfahren Sie mehr auf www.selection1847.ch.

Dieses Modell passt
hervorragend
zu Ihrem Fuss

L

R



Der Twitterpräsident



Dr. Sven Bradke,
Wirtschafts- und
Kommunikationsberater,
Geschäftsführer
Mediapolis AG, St. Gallen

Der 45. Präsident der USA versteht es meisterlich, die öffentliche Diskussion zu beherrschen: Entweder mit politischen Inhalten oder mit provozierenden Aussagen.

Auch sein Team sorgt immer wieder für Schlagzeilen. Kellyanne Conways «alternative Fakten» gelten bereits als geflügeltes Wort. Und die Ära Trump wird schon als «postfaktisches Zeitalter» bezeichnet. In einem Fox-Interview meinte der deutschstämmige Präsident aus New York jüngst, dass seine Arbeit eine Bestnote verdient hätte. Seine Kommunikation sei aber noch verbesserungsfähig. Erstaunlich, eine solch selbstkritische Beurteilung war bisher nicht die Stärke dieses Mannes. Reift er langsam zum Präsidenten? Absolviert er in gerade eine Lehre, wie er ein besserer Präsident werden könnte?

Der wahre Trump

Auch seine Erläuterungen vor dem Kongress liessen aufhorchen. Einer seiner schärfsten Kritiker unter den Journalisten warnte, dass nach diesem Auftritt mit acht Jahren Trump gerechnet werden müsse. Wenige Tage später gebärdete sich Donald J. Trump gegenüber den Medien aber wieder wie eh und je.

Zwischenbilanz

Aufgrund des mehrjährigen amerikanischen Wahlkampfes meinen wir, diesen Präsidenten bestens zu kennen. Er hat aber noch nicht einmal seine ersten 100 Tage hinter sich. Als Zwischenbilanz lässt sich festhalten: Der neue Mann im Weissen Haus will etwas verändern. Was, steht in seinem Buch «GREAT AGAIN: How to Fix Our Crippled America».

Twittern was das Zeug hält

Wie er das erreichen will, wissen wir auch schon. Er versucht mit Dekreten seinen präsidentiellen Spielraum bestmöglich zu nutzen sowie mit seiner «Stacato-Kommunikation», insbesondere auch mit seinen täglichen Tweets, die Deutungshoheit über Nachrichten und Fakten zu erzielen sowie den Rhythmus vorzugeben. Millionen von Menschen folgen seinen Worten.

Störenfriede

Die traditionellen Medien sind für ihn vor allem Störenfriede. Sie kritisieren fast alles, was er verlautbart und wie er agiert. Bei der angekündigten Verbesserung seiner Kommunikation wird er deshalb wohl noch intensiver den direkten Draht vom Präsidenten zum Wahlvolk suchen. Das ist sein Weg.

Gebühren nicht aus den Augen verlieren



Walter Locher ist Anwalt
und FDP-Kantonsrat
des Kantons St. Gallen.

Im Gegensatz zu Steuern können Gebühren von der Regierung respektive der Verwaltung nach eigenem Ermessen festgesetzt werden.

Bereits 2010 hiess der Kantonsrat deshalb ein Postulat gut, mit dem die Regierung aufgefordert wurde, in einem Bericht eine Gesamtschau über die Entwicklung der Steuern und Gebühren auf der Ebene des Kantons zu erstellen. In diesem Bericht sollten insbesondere die Belastungen der Unternehmen sowie der Privaten umfassend dargelegt werden.

2012 wurde der Bericht vorgelegt und richtigerweise die Darstellung der Entwicklung auch auf die Ebene der Gemeinden ausgedehnt. Klare Schlüsse, wie sich die Gebühren und Abgaben entwickelt hatten, enthielt der Bericht allerdings nicht. Der Kantonsrat gab sich mit dem Bericht nur deshalb zufrieden, weil die Regierung gleichzeitig zusicherte, die Ent-

wicklung der Fiskaleinnahmen und der Gebühren von Kanton und Gemeinden regelmässig aufzuarbeiten und transparent zu machen. Dazu erklärte sie ein entsprechendes Monitoring als notwendig, das in Zusammenarbeit mit den Gemeinden aufgebaut und geführt werden sollte.

Bis 2017 – also 5 Jahre später – ist jedoch diesbezüglich nichts geschehen, weshalb die FDP-Fraktion in einer Interpellation in der Februarsession 2017 nachhakte. Die Regierung gestand ein, das Monitoring noch nicht aufgebaut zu haben und säumig zu sein. Sie sicherte jedoch zu, im Jahre 2017 tätig zu werden. Die Berichterstattung soll nun im Rahmen der Rechnung 2016 erfolgen. Zudem ist vorgesehen, den Gebührentarif für die Kantons- und Gemeindeverwaltung zu überprüfen und notwendige Anpassungen vorzunehmen.

Wir bleiben dran.

Auf dem Weg zum Höhenflug

Wer der Meinung ist, es sei kaum mehr möglich, eine neue Geschäftsidee zu entwickeln, der irrt sich gewaltig. Ein Blick auf mehrere Ostschweizer Start-ups beweist das Gegenteil: Von neuen Methoden in der Personalvermittlung über innovative Produktentwicklungen bis hin zu ausgefallenen Dienstleistungen ist alles vertreten. Von einigen der hier aufgelisteten Jungunternehmen wird man in Zukunft ganz sicher noch Erfolgsmeldungen hören.

eventfieber

eventfieber realisiert für ihre Kunden seit der Gründung im Juli 2016 individuelle Hochzeiten, Private und Corporate Events – kurz gesagt «sparkling moments» – die überzeugen und berühren. Als spezialisierte Wedding- und Eventplanerinnen unterstützen die zwei Bündnerinnen Andrea Anhorn (links im Bild) und Olivia Derungs ihre Kunden mit viel Herz und Leidenschaft bei der Gesamtorganisation eines Events oder auch bei der Teilorganisation wie Vermittlung von Locations oder Dienstleister, Erstellung Drehbuch, Koordination vor Ort, Erstellung Budget, Kostenkontrolle sowie vielem mehr. Insbesondere schätzen Brautpaare, Privatpersonen und Firmen an der Zusammenarbeit mit eventfieber das Full-Service-Angebot, die frischen Ideen, hohe Zuverlässigkeit und Professionalität sowie das starke Partner- und Netzwerk. www.eventfieber.ch



Enluf AG

Die Enluf AG mit Sitz in Klosters hat seit der Gründung 2014 ein klares Ziel: Den Gast bei seinem Aufenthalt im Bergsportgebiet zu unterstützen und dessen Aufenthalt einfacher und transparenter zu gestalten. «Ihr Ziel: Talstation Sesselbahn Brüggerhorn. Starten Sie auf der Piste Nummer 10», sagt die weibliche Stimme. Sie klingt wie jene, die Autofah-

rer von A nach B führt. Die Stimme gehört zum sogenannten «Mountain Navigator», einer Applikation für Smartphones, die Wintersportlern dabei hilft, sich im Skigebiet zurechtzufinden. Der «Mountain Navigator» für Wintersportgebiete ist eines von mehreren mobilen Modulen, die das Bündner Jungunternehmen rund um CEO August Schärli seit 2014 auf den Markt gebracht hat. www.enluf.ch



Viamala Sportwerkstatt GmbH

«Das Grösste, was ein Biker erleben kann!» Mit dieser Absicht gründeten Matthias Nidecker, Johannes Nidecker und Martin Gerber 2011 die Viamala Sportwerkstatt GmbH in Thusis. Die Vision «Beste Mountainbike Erlebnisse in Graubünden» steuert die Angebotsgestaltung: Die Jungunternehmer begleiten ihre Gäste über die schönsten Trails des Kantons und bieten mit Transport, Übernachtungen in ausgewählten Mountainbike-Hotels, samt Guide gesamtgesellschaftliche und unvergessliche Erlebnisse an. Im Winter erweitern Ski-Service und Vermietung die Dienstleistungen. www.viamalaspportwerkstatt.ch



Studio Gabor Gyenese

Im Studio Gabor Gyenese dreht sich alles rund um 3D. Das Einmannbüro ist auf Architekturvisualisierungen spezialisiert. Durch die dreidimensionale Präsentation von Bauprojekten wird das räumliche Vorstellungsvermögen der Kunden unterstützt. Ambiente, Dimensionen, Licht, Farben und Materialien können bildlich vermittelt werden – diese visuelle Kommunikation ist in der heutigen Zeit nicht mehr wegzudenken. Der Architekt Gabor Gyenese mit ungarischen Wurzeln gründete sein Unternehmen im Jahr 2014 in Chur. Seitdem durfte er bereits 91 erfolgreiche Projekte mit 332 Visualisierungen von Skizzen und 2D-Plänen in 3D-Perspektiven zum Leben erwecken. Mit viel Leidenschaft setzt er seine Arbeit um; an oberster Stelle steht für Gyenese die Zufriedenheit seiner Kunden. www.gyga.ch



Meteomatics AG

Die 2012 gegründete Meteomatics AG aus St.Gallen ist auf meteorologische Dienstleistungen für industrielle Bedürfnisse der Kunden spezialisiert: Zu den Kunden gehören unter anderem Energie- und Trading-Unternehmen, sowie Firmen aus den Bereichen Versicherung, Logistik und Aviatik. Als erstes Schweizer Unternehmen hat Meteomatics eine Wetterdrohne entwickelt, die Meteodrone. Mit präzisen

Messungen diverser meteorologischer Parameter in den unteren Luftschichten (bis 1500 m) kann eine bisherige Datenlücke für Wettermodelle geschlossen werden. Mit dieser innovativen Technologie ist es zum ersten Mal möglich, eine deutliche Verbesserung der Vorhersage von Gewitter- und Nebelereignissen zu erreichen. Geschäftsführer des Unternehmens ist Martin Fengler.

www.meteomatics.com

Jobs Grischun

Mit dem Slogan «Bock uf Job» vermittelt Jobs Grischun seit 2011 technische und handwerkliche Fachkräfte in der Südostschweiz. Ein übersichtliches Bewerbungsdossier mit einem aussagekräftigen Kandidatenprofil – so präsentiert das Team von Jobs Grischun ihre Bewerber beim Unternehmen. «Dazu kommt, dass das Unternehmen erst nach bestandener Probezeit ein Vermittlungshonorar zahlen muss und den neuen Mitarbeiter unentgeltlich kennenlernen kann», erklären die Geschäftsführer Peder Kerber und Jessica Kappeler. Bei einer erfolgreichen Vermittlung begleiten sie die Bewerber am ersten Arbeitstag und bringen für die neuen Arbeitskollegen Gipfeli mit. Dies sei in der Ostschweiz einzigartig und komme sehr gut an. www.jobsgrischun.ch



MessX AG

Die MessX AG wurde 2014 in Rorschach gegründet und ist ein unabhängiges, eigenständiges Unternehmen für Messdienstleistung im Bereich der industriellen Computertomografie (CT), einem Fachbereich der industriellen Messtechnik. Das grösste Bedürfnis produzierender Firmen ist die Kosten- und Zeiterparnis innerhalb der Entwicklung und der Produktion. Diesem Anliegen kann durch die Computertomo-

grafie bestens entsprochen werden, da sie in der Lage ist, verschiedene einzelne Prüfschritte komplett zu ersetzen. Zudem ermöglicht die Tomografie, in kurzer Zeit ein digitales Abbild eines Bauteiles sichtbar zu machen, ohne es zu zerstören. Das technisch hochstehende Verfahren ist für Unternehmen aus allen Bereichen der Industrie interessant. CEO des Unternehmens ist Lars Kahl.

www.messX.ch



H₂K Personal GmbH

Im April 2013 wurde die H2K Personal GmbH mit Sitz in Oberuzwil von Carole Morellon (Bild) und Laila Saladin ins Leben gerufen. Die Geschäftsidee besteht darin, den Kunden als mobile Personalabteilung in sämtlichen Themen rund ums Human-Resources-Management professionell Hand zu bieten.

Mit der Nachfrage wuchs das Angebot stetig. Heute bieten acht erfahrene HR-Spezialistinnen individuell zugeschnittene Lösungen, sei es in den Bereichen Personaladministration, -betreuung oder -entwicklung, in der Lohnverarbeitung oder im Interimsmanagement bis hin zu Projekten, Beratungen und Prozessoptimierungen. www.h2k.ch

pandoolino gmbh

«Mit der Geburt unseres Sohnes 2013 hatten mein Mann und ich eine ungewöhnliche Idee, die zugleich Start von pandoolino war: Babybodies und -accessoires aus Bambus. Wir produzieren ökologische, faire sowie nachhaltige Babybekleidung aus feinsten Bambusfaser», erklärt Geschäftsführerin Eva De Salvatore-Spaar die Geschäftsidee der pandoolino gmbh mit Sitz in St.Gallen. pandoolino ist ein kleines, aber feines neues Öko-Label. Das Familienunternehmen wurde 2014 gegründet. pandoolino steht für Einzigartigkeit, Umweltfreundlichkeit und Qualität. «Der Bambusstoff wird aus China importiert, ist zertifiziert und entspricht komplett unseren Grundwerten», so Eva De Salvatore-Spaar. «Wir beschäftigen aktuell im Raum Ostschweiz zwei freischaffende Schneiderinnen, die unsere ‚pandoolino individual‘-Produkte direkt auf Wunsch unserer Kunden nähen. In Italien stellt eine kleine Schneiderei unsere ‚pandoolino basic‘-Produkte her. www.pandoolino.ch



LIPartner AG

Die ganzheitliche Begleitung und Beratung des Bauherrn steht als Ausgangspunkt der Gründungsidee von LIPartner AG mit Sitz in Sargans: Bei der Sanierung einer Immobilie fallen neben technischen auch viele ökonomische und rechtliche Fragen an. Hier setzt die 2014 gegründete LIPartner AG von Daniela und Jeanette Lippuner neue Massstäbe, indem sie

die klassischen Dienstleistungen Recht und Bau als Einheit anbietet. «Begleitet wird beim Bauen, beim Vermieten, bei der Vertragsgestaltung und der Situationsanalyse. Meinungsverschiedenheiten der beteiligten Parteien begegnet man mit sorgfältiger Gestaltung der vertraglichen Grundlagen sowie mediativer Gesprächsführung», erklärt Rechtsanwältin Jeannette Lippuner. www.lipartner.ch



Schallplattenuhr

Plastikabfall ist unnötig. Trotzdem wandern alleine in der Schweiz jedes Jahr mehrere Hundert Tonnen davon auf dem Müll. Darunter auch das für die Herstellung von Schallplatten benötigte Polyvinylchlorid. Ein Bündner Start-up will dies ändern: Seit 2014 werden unter dem Label «Schallplattenuhr» einzigartige Uhren aus gebrauchten Vinyl-Discs vermarktet. «Wir sind überzeugt, dass gutes Design auch gut für die Umwelt sein kann», sagt Co-Gründerin Manuela Fetz. Fetz gründete das Unternehmen zusammen mit Thomas Bigliel. Die in der Schweiz designten und produzierten Uhren sind aktuell in 17 verschiedenen Designs erhältlich. Die Uhren sind im Einzelhandel (u. a. beim Schweiz. Heimatwerk) und unter schallplattenuhr.ch bezogen werden. Neue Vertriebspartner werden laufend gesucht. www.schallplattenuhr.ch



Vinval – Be Authentic.

«Vinval» steht seit 2015 für handverlesene Produkte und einen authentischen Lifestyle. In Valbella, mitten in den Bündner Bergen, wird der Besuch des Concept-Stores zum Erlebnis. Der Kunde entdeckt Designermöbel und einzigartige Objekte und lässt sich inspirieren oder persönlich beraten, um sein Traumheim einzurichten. «Vinval» beliefert den Schweizer Fachhandel exklusiv mit weltweiten Neuheiten und bietet im Online-Shop ein kleines, aber feines Portfolio an originellen Produkten, die teils in kleinen Manufakturen speziell hergestellt werden. Das Unternehmen wird von Nina Barandun und Dan Murdoch geführt. www.vinval.ch



Buyfresh AG

Der digitale Spezialitätenmarkt buyfresh.ch ist Tummelplatz für Genussentdecker und Liebhaber von ausgewählten, nachhaltig hergestellten Spezialitäten. Er bringt seit Juni 2015 moderne, digitale Einkaufsvorlieben und die steigenden Ansprüche der Konsumenten an eine nachhaltige und regionale Produktion zusammen. Die Kunden können bequem im Onlineshop aus einem grossen Sortiment an Pro-

dukten auswählen. Sie erhalten die bestellten Köstlichkeiten direkt vom Produzenten zugestellt. Herkunftstransparenz und persönliche Bindungen sind zentrale Werte von www.buyfresh.ch, die Vertrauen schaffen. Das Unternehmen Buyfresh AG mit Sitz in Maienfeld wurde 2014 von Daniel Kohler und Franco Jenal (Bild) gegründet. Jenal amtiert seither als Geschäftsführer. www.buyfresh.ch

LocalBini

LocalBini wurde am 8. September 2015 von Mateusz Mierzwinski (links im Bild) und Thomas Picariello in St.Gallen ins Leben gerufen. Das Ziel: Unvergessliche Erlebnisse zu fördern – von Mensch zu Mensch. Das Konzept ist einfach: Jeder, der besonders für seine Stadt brennt oder eine besondere Leidenschaft hat, kann sich auf der LocalBini-Plattform anmelden und Erlebnisse kreieren. Diese Erlebnisse eignen sich sowohl für Einheimische, die Aussergewöhnliches suchen, als auch für Touristen, die sich am Reiseziel integrieren wollen. Die Buchung kann auf der LocalBini-Website oder auf der App vorgenommen werden. Sind Datum und Uhrzeit bestätigt, erhält der Kunde ein Erlebnisticket – und es kann losgehen. LocalBini finanziert sich aus einer 19-prozentigen Vermittlungsgebühr auf jede Transaktion. www.localbini.com



Skinrock Schweiz AG

2013 wurde mit dem Ziel, im Bereich Naturstein neue Wege zu beschreiten, die Skinrock Schweiz AG in Saas gegründet. Ziel war ein innovatives, nachhaltiges Produkt aus Naturstein zu produzieren. Stein wird in dünnen Schichten auf eine stabile Trägerfolie aufgezogen. Selbst grosse Steinplatten in den Formaten 120 x 60 cm und 250 x 120 cm (auf Anfrage auch übergrosse Formate)

sind extrem leicht und können auf jedem erdenklichen Untergrund angebracht werden. Das eröffnet neue, uneingeschränkte Möglichkeiten, um auf Trockenbauwänden, Holz, Metall, Fiberglas, Keramik und Beton die natürliche Ambiance von Naturstein zu erreichen. Skinrock Produkte werden in der Schweiz produziert. Geschäftsführer des Unternehmens ist Ueli Stiffler. www.skinrock.ch

Jetzt weiterbilden. **MAS in Swiss Finance**

www.fhsg.ch/swiss-finance oder +41 71 226 12 50
Weiterbildungszentrum FHS St.Gallen

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

FHO Fachhochschule Ostschweiz

Beat Baumgartner
Kundenberater
St.Galler Kantonalbank,
Studierender MAS in
Swiss Finance



20 Jahre  **EY Entrepreneur
Of The Year™**

Spitzenleistung!

Jetzt bewerben für den weltweit
grössten und renommiertesten
Wettbewerb für Unternehmer;
auch für Start-ups.

www.eoy.ch



EY
Building a better
working world

Programmpartner

 **CREDIT SUISSE**

Sponsoren

amag

die Mobiliar

 **H. Moser & Cie.**
VERY RARE

 **SWISS**

Dualoo

Vorbei sind die Zeiten von Excellisten und sich stapelnden Bewerbungen: Das Goldacher Start-up macht mit Dualoo seit 2015 das Rekrutieren von Lernenden, Praktikanten und Mitarbeitenden einfacher, spassiger und effizienter. Die Cloud-Software Dualoo generiert Korrespondenz, sorgt für eine optimale Übersicht und führt das Rekruter-Team bequem durch den Prozess. Bewerbungsdossiers sind zentral abgelegt und es kann direkt kommentiert und einfach bewertet werden. Mit Dualoo gelingt es, die besten Talente zu erkennen und den administrativen Aufwand auf ein Minimum zu reduzieren. Das Gründerteam – Renato Stähli (Applikationsentwicklung), Raphael Mösch (Geschäftsführer), Tamara Gätzi (Verkauf, Marketing), Lukas Locher (Finan-

zen, Support), Luca Aquino (Applikationsentwicklung) – lädt alle LEADER herzlich ein, Dualoo 30 Tage gratis und unverbindlich zu testen. www.dualoo.com



surp.ch

Wollten Sie auch schon einmal an den Flughafen fahren und den erstbesten Flieger nehmen? Genau das ermöglicht die surp.ch GmbH aus Uzwil unter surp.ch: Der Kunde wählt ein Datum und sagt, ob er ab Zürich oder Basel fliegen will. Er kann zudem drei Städte angeben, in die er nicht reisen möchte. Seine Überraschungsreise dauert schliesslich drei oder vier Tage. Vor der Abreise erhält der Kunde per Email Zugang zu seiner mysurp-Seite. Dort erfährt er, wann er am Flughafen sein muss und wie das Wetter in «seiner» Stadt wird. Am Flughafen öffnet er einen zugestellten Umschlag und erfährt, wo ihn sein #surpcitytrip hinführt. Seit Januar 2016 bieten Andreas Näf, Nicole Grüninger und Marcial Bollinger diese Überraschungsreisen in europäische Städte an. www.surp.ch

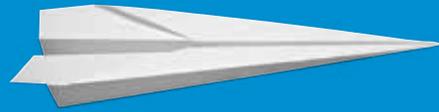
ipaster GmbH

Der Ursprung dieses Ostschweizer Start-ups liegt in der damaligen CM Reinigung, die im 2013 gegründet wurde. Der Wunsch, veraltete Prozesse in der Reinigungsbranche zu digitalisieren, wurde zur Realität, und im Herbst 2015 entstand aus dem Kleinunternehmen die Firma ipaster GmbH mit Sitz in Buchs. Auf der eigenen Online-Plattform kann der Kunde nun eine professionelle Reinigungsfachkraft, die von ipaster angestellt und versichert ist, in wenigen Schritten online buchen. Unter dem Motto «ipaster – einfach mehr Zeit» bieten der Jungunternehmer Larkind Cerkezi und sein Team einen top Reinigungsservice zu einem fairen Preis an. www.ipaster.ch



OSTSCHWEIZ DRUCK

Hofstetstrasse 14 • 9300 Wittenbach • ostschweizdruck.ch



**Papier
fällt auf.**

13. OSTSCHWEIZER PERSONALTAG DO, 08. JUNI 2017

Olma Halle 2.1, 13.30 Uhr
www.personaltag.ch

SPIELBALL ODER SPIEL- MACHER? STRATEGIEN FÜR ERFOLGREICHES, MESSBARES HRM

Details und Online-Anmeldung
www.personaltag.ch

Vorzugspreise
für Mitglieder
FEP, kfmv Ost
und ZGP



Manuela Broz



Marcel Oertig



Dr. Hans C. Werner



Dr. Martin
Weissleder



Lars Thomsen



Dr. Matthias Wipf
Moderation

Patronat



Hauptsponsoren



Medienpartner



ostschweizer

personaltag



«Das Marketing wird unterschätzt»

Eine Geschäftsidee tönt am Anfang immer sensationell und verlockend. Die Umsetzung sieht dann in der Realität meist anders aus. Diesen Umstand kennt Claudia Vieli Oertle (*1976) als Unternehmerin und Veranstalterin der Jungunternehmerforen nur zu gut. Wie aber kann man die eigene Idee am besten kritisch hinterfragen?



Claudia Vieli Oertle:
«Es lohnt sich,
darüber zu schlafen.»

Claudia Vieli Oertle, das Jungunternehmerforum ist unter anderem eine Plattform für Jungunternehmerinnen und -unternehmer. Informationen rund um die Unternehmergründung findet man inzwischen zu Unmengen im Internet. Geht es bei Ihrer Plattform demnach in erster Linie ums Vernetzen und den Erfahrungsaustausch?

Es geht bei den Jungunternehmerforen einerseits ums Vernetzen und den Erfahrungsaustausch, andererseits um Informationen aus erster Hand sowie das Sichtbarmachen von jungen, aktiven Unternehmern. Auch wenn man im Netz viele Informationen findet, sind der persönliche Austausch und das Gespräch nach wie vor sehr wichtig und zielführend.

Wer eine innovative Geschäftsidee hat, möchte am liebsten gleich sofort loslegen. Besteht in diesem Tatendrang eine Gefahr? Ist es nachhaltiger, zuerst eine Art «Gegencheck» zu vollziehen?

Ja, die Gefahr besteht: Eine Geschäftsidee tönt am Anfang immer sensationell und verlockend. Die Umsetzung sieht dann in der Realität meist anders aus. Es lohnt sich, darüber zu schlafen, mit Vertrauens-

personen Gespräche zu führen, gründlich zu recherchieren, das Businessmodell auf Papier festzuhalten und sich intensiver mit der Idee auseinanderzusetzen. Wenn einen die Geschäftsidee nicht mehr loslässt, dann muss man sich mit der realistischen Umsetzung auseinandersetzen.

Gibt es gewisse Bereiche, die von den meisten Start-ups immer wieder vernachlässigt werden?

Oft werden das Marketing und der Verkauf unterschätzt oder zu wenig beachtet. Auch die Liquiditätsplanung ist sehr wichtig: Bis der erste Lohn auf dem Konto ist bzw. ausbezahlt werden kann, vergeht oft mehr Zeit als gedacht bzw. geplant. Meist dauert es länger, bis das Produkt oder die Dienstleistung eingeführt oder bekannt ist und genügend Nachfrage generiert wird. Und die Arbeitszeiten sind oft länger als vorgesehen.

Welche drei Tipps geben Sie jemandem mit auf den Weg, der seine eigene Firma gründen möchte?

Erstens: Die Geschäftsidee auf Papier zu bringen. Das Canvas-Business-Modell ist ein gutes Arbeitsinstrument dafür. Zweitens: Mit verschiedenen Vertrauens- und Fachpersonen über die Geschäftsidee sprechen. Drittens: Das Umfeld (Partner, Familie) muss bereit sein, die Konsequenzen mitzutragen und die Gründerin, den Gründer zu unterstützen.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg

Jungunternehmerforen St.Gallen und Chur

Das 3. Jungunternehmerforum St.Gallen findet am 8. Juni 2017 im Stadtsaal in Wil und das 5. Jungunternehmerforum Graubünden am 26. Oktober 2017 an der ibW in Chur statt. In Graubünden bietet das Jungunternehmerforum mit dem Start-up-Duell jungen Unternehmen eine Plattform, um den Bekanntheitsgrad zu steigern und einen Videoclip zu gewinnen. Das 13. Jungunternehmerforum Thurgau wird ebenfalls im Herbst stattfinden.

«Immer wieder raten wir zum Abbruch von Projekten»

Startfeld, das Netzwerk für Innovationen und Start-ups in der Region St.Gallen-Bodensee, wurde 2010 gemeinsam mit der Universität St.Gallen, der Fachhochschule St.Gallen, der Empa sowie der Stadt St.Gallen gegründet. In allen Phasen der Innovation werden ambitionierte Gründerinnen und Gründer sowie etablierte KMU unterstützt, die offen für Impulse sind und Neues vorantreiben. So ermöglicht man rund 150 Projekten pro Jahr den Zugang zu Know-how, Kapital und Infrastruktur. Im Gespräch mit Geschäftsführer Peter Frischknecht (*1968).

Peter Frischknecht, es gibt inzwischen einige Anlaufstellen für Personen, die gerne eine eigene Firma gründen möchten. Wieso sollte man sich an «Startfeld» wenden?

Erstens: Startfeld verfügt über ein breites Netz von Fachexperten, die es bei Bedarf hinzuzieht, um eine optimale Unterstützung zu gewährleisten. Somit hat sich mit der jahrelangen Erfahrung ein Kompetenzzentrum für Unternehmertum entwickelt, von dem die ganze Region profitiert. Zweitens: Startfeld wurde als Non-Profit-Organisation gegründet, um Unternehmertum und Innovation in der Region zu fördern. Der Fördergedanke ist zentrales Element bei Startfeld. Und drittens: Startfeld eignet sich besonders für technologieorientierte und innovative Projekte sowie für solche, die eine besondere Nähe zu Hochschulen haben oder grösseren Finanzierungsbedarf aufweisen.

Nicht wenige haben ein viel zu geschöntes Bild vor Augen, wenn sie an eine Selbstständigkeit denken. Müssen Sie hin und wieder in einer ersten Phase vor allem Aufklärungsarbeit leisten?

Das gehört auf jeden Fall dazu. Unternehmer zu werden bedeutet auch, das Risiko des Scheiterns in Kauf zu nehmen. Immer wieder raten wir zum Abbruch von Projekten.

Was sind darüber hinaus Aspekte, bei denen Startfeld konkrete Hilfestellung leistet?

Zum einen mit Information zu allen Fragen im Zusammenhang mit dem Thema Unternehmertum – von der Gründung über Wachstum bis hin zu KMU-Erneuerung. Zum anderen inhaltliche Beratung und Coaching im Zusammenhang mit dem Gründungsprojekt. Jeder Jungunternehmer hat einen Anspruch



*Startfeld-Geschäftsführer
Peter Frischknecht:
«Die Sicherstellung der
Finanzierung ist für
ein Start-up wesentlich.»*

auf eine kostenlose Erstberatung, um die Bedürfnisse abzuklären und erste Eckpfeiler zu definieren.

Wie muss ich als Jungunternehmer vorgehen, um zu einer Start-up-Finanzierung zu gelangen? Und wie funktioniert anschliessend die Abwicklung bzw. Begleitung bis hin zur Tilgung des Kredits?

Die Sicherstellung der Finanzierung ist für ein Start-up wesentlich. Im Wissen darum haben wir verschiedene Finanzierungsmöglichkeiten geschaffen. Grundsätzlich muss dazu das Start-up eine Selektion überstehen. Diese wird von einer Gruppe von Fachexperten gemacht. Danach erhält das Start-up Zugang zur Stiftung und zum InvestorsForum: Die Stiftung Startfeld vergibt Darlehen bis 300 000 Franken an Unternehmer mit technologieorientierten Projekten in der Frühphase. Die Darlehen sind innerhalb von acht Jahren zurückzahlbar. Details werden individuell verhandelt. So kann eine Anschubfinanzierung sichergestellt werden. Das Kapital für die Stiftung stammt von der St.Galler Kantonalbank. Sogenannte Mikrokredite bis 50 000 Franken hingegen sind dank einer Bürgschaft unserer Partnerin BG OST möglich. Damit wird hier der Zugang zu einer Finanzierung durch eine Bank frei. Ohne diese Bürgschaft sind hier ansonsten i. d. R. drei Bilanzen nötig, was ein Start-up verständlicherweise nicht aufweisen kann.

«Mittlerweile wurden über 25 Millionen Franken in von Startfeld geförderte Start-ups investiert.»

Das InvestorsForum – ein weiterer Bereich von Startfeld – bringt ausgewählte Jungunternehmen, die eine weitere Kapitalisierung benötigen, mit potenziellen Investoren zusammen. Auf wie viele solcher Investoren können Sie bereits zurückgreifen?

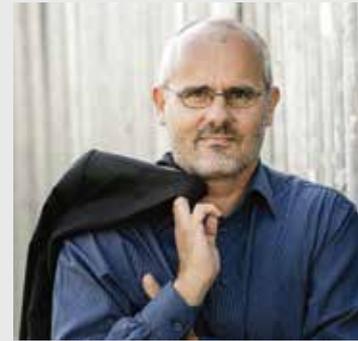
Beim InvestorsForum führen wir Investoren und Start-ups zusammen. Auf diese Art ermöglichen wir hochqualifizierten Start-ups, sich mit weiterem Kapital einzudecken oder einen strategischen Investor zu gewinnen. Auch für Investoren ist diese Plattform attraktiv: Beim InvestorsForum erhalten sie in kurzer Zeit Zugang zu einer grossen Anzahl an Start-ups, die einen Standard erfüllen. Die Konditionen werden unter den Parteien, ohne Startfeld, ausgehandelt. Unser Netzwerk umfasst mehr als 30 potenzielle Investoren. Teilweise bestehen formelle, teilweise informelle Beziehungen zu ihnen. Mittlerweile wurden über 25 Millionen Franken in von Startfeld geförderte Start-ups investiert.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: Stéphanie Engelerw

SIEG!

Denkmuster und Fehler beim Unternehmensverkauf. Wie man sich selber wiedererkennen, aber auch sich und andere motivieren kann. Eine Auslegung – wirtschaftlich, freundschaftlich, spirituell.



von Rolf Staedler

«Die Sinnlosigkeit, siegen zu wollen» – das ist doch mal eine Ansage! Es geht um Sein oder Nicht-Sein. Das hat William Shakespeare in der Tragödie Hamlet schön erkannt. Pures Überleben ist uns angeboren. Jeder will Siegen. Die Frage ist nur, ob siegen in jedem Fall Sinn macht. Schon allein der Weg dazu kann wesentlich mühsamer sein, als eine mögliche Niederlage in Kauf zu nehmen.

Beim Thema der Unternehmensnachfolge sollte man sich diese Frage ganz bewusst stellen. Wer bereit ist zu nehmen, sollte sich zuerst über das Geben Gedanken machen. Jedes Unternehmen unterliegt einem sehr dynamischen Prozess. Das macht die Planung so unendlich schwer, der Glaube ist so unfassbar gross. Darum bewegen wir uns in einem höchst unabwägbareren Prozess, bei welchem sich die Frage des Gewinns durchaus stellen lässt.

Umso wichtiger wird darum das bedingungslose Geben des Verkäufers über den gesamten Prozess hinweg. Was nützt ein Sieg, wenn der Aufwand nervenaufreibend, vage und selbstzerstörerisch ist? Dass wir uns richtig verstehen: Es geht nicht darum, zu schenken. Es geht um Geben von Möglichkeiten, Chancen, Hilfe, Zukunftsglauben, Fundamente. Wenn es dabei – nur am Rande – noch um materielle Dinge geht, fühlen Sie sich frei, im richtigen Moment auch diese Hürden zu nehmen. Der sensible Sieger weiss, dass seine eigenen Positionen nicht ausgereizt werden dürfen. Nicht nur eigene Ideen sind durchzusetzen. Es entscheidet nicht der Ideengeber über Erfolg oder Misserfolg, sondern die Zukunft.

Darum passt das 17. Strategem der Kriegskunst durchaus gut. Wenn Sie durch bewusstes Geben, das heisst offenlegen von Schwachstellen und Risiken Ihrer Firma dem Nachfolger ermöglichen, daraus eine Perle aus Jade zu formen, haben Sie ihr Ziel erreicht. Es macht Sie glücklich.

Weitere Gedankenanstösse unter www.awit.ch

*Rolf Staedler ist Leiter «Firmennachfolge» der awit consulting ag
rolf.staedler@awit.ch*

Julius Bär

YOUR PRIVATE BANK

WIR LIEBEN NOTEN
EBENSO WIE ZAHLEN.

KLINGT DAS WIE MUSIK
IN IHREN OHREN?

>> Entdecken Sie unser Engagement für Musik unter
juliusbaer.com/sponsoring



Private Banking: Die Banken reagieren – aber besonnen

Das eigene Vermögen erhalten oder gar ausbauen: Diese Herausforderung ist derzeit vielleicht grösser als je zuvor. Globale politische Entwicklungen, die Tiefzinssituation, uneinheitliche Aktienmärkte machen es unmöglich, klare und einfache Rezepte aufzustellen. Wie gehen Finanzinstitute aus der Ostschweiz damit um? Was tun sie für ihre Kunden, und was planen sie für die nähere Zukunft? Stimmen aus der Region zum Private Banking zeigen: Die Banken sind alles andere als untätig, auch wenn keine von ihnen über die berühmte «Glaskugel» für sichere Prognosen verfügt.

Die Zinsen sind auf rekordtiefem Niveau. Steigen sie bald an? Und wenn ja, was heisst «bald» – und wie stark? Kein Finanzexperte von Ruf wird diese Frage mit einem klaren Ja oder Nein beziehungsweise einer Datumsangabe beantworten. Für jedes Anzeichen in eine bestimmte Richtung gibt es meist auch

verheissen sie potenziellen Anlegern? Bei der Suche nach einer Antwort müsste zunächst die Frage geschärft werden: Welche Aktienmärkte? Sprechen wir von der Schweiz, von Europa, von den USA? Überall bewegen sie sich in ganz unterschiedlichen Dimensionen. Und das macht die Sache nicht einfacher.

Wer derzeit über liquide Mittel verfügt, unbesehen von der Höhe, ist im Zugzwang.

Signale in die Gegenrichtung. Dass der neue Präsident der USA Donald Trump heisst: Wie wirkt sich das aus auf die Aktienmärkte – mittel- und langfristige? Auch hier: Tendenzen waren unmittelbar nach der Wahl zu beobachten, aber wie nachhaltig sind sie, und was wird der Mann in den nächsten Monaten tun? Die Bewegung auf den Aktienmärkten: Was

Klüger ist man erst danach

Die Beispiele zeigen: Wer Geld anlegen will, muss sich den obigen Fragen stellen – und natürlich noch einigen mehr. Das gilt erst recht für jene, die ihren Kunden bei Anlagefragen helfen: Den Banken. Von ihnen wird erwartet, dass sie die Übersicht und Erfahrung haben, Entwicklungen einzuschätzen und daraus Vorschläge abzuleiten. Doch letztlich arbeiten auch ausgewiesene Finanzexperten mit denselben Instrumenten und Informationen, die uns allen theoretisch zur Verfügung stehen. Es ist eine Binsenwahrheit: Verlässliche Angaben über die Entwicklung der Anlagemärkte stehen jeweils erst im Nachhinein zur Verfügung – aber dann wenigstens bombensicher...

Wer derzeit über liquide Mittel verfügt, unbesehen von der Höhe, ist im Zugzwang. Auf einem Sparkonto ist Geld sicher – aber es tut sich nicht viel damit. Und darüber hängt das Damoklesschwert von künftigen Negativzinsen. Der Wunsch, die zur Verfügung stehenden Gelder arbeiten zu lassen, ist nachvollziehbar. Doch wer nicht gerade ein ausgesprochener Spieler ist, der selbst mit dem Totalverlust leben kann, steht derzeit vor einer ausgesprochen schwierigen Suche nach Anlagemöglichkeiten. Dazu kommt, dass der Begriff «Anlegen» oft zu eng gesehen wird: Angesprochen werden damit nicht nur ausgesprochen Vermögende, sondern auch «Normalverbraucher», die sich Gedanken über die Zukunft machen und eine aktive Vorsorge betreiben. Auch der Begriff



Private Banking ist weit gefasst: Selbst wenn ihn kaum jemand mit seiner letzten Hunderternote bemühen würde, so geht es keineswegs nur darum, riesige Summen zu verwalten.

Aktive Banken

Der LEADER hat mehrere Finanzinstitute in der Ostschweiz gefragt, wie sie auf die aktuelle Ausgangslage reagieren. Werden neue Produkte eingeführt, Anlagestrategien verändert, Beratungsmodelle angepasst? Die Antworten zeigen eines klar: Keine Bank nimmt für sich in Anspruch, die Zukunft zu kennen, und niemand hält es für angezeigt, das, was sich bisher bewährt hat, einfach über Bord zu werfen. Den-

noch sieht man Handlungsbedarf; da und dort wird tatsächlich an der Produktpalette geschraubt.

Ein Aktionsfeld ist auch das Thema Digitalisierung der Beratungsinstrumente, wobei dieses wohl auch unbesehen von der aktuellen Lage forciert wird. Schnellschüsse will keine Bank produzieren – nicht zuletzt deshalb, weil sich der Wind von einem Tag auf den andern drehen kann und Nachhaltigkeit, so abgegriffen der Begriff sein mag, bei Anlagefragen nach wie vor zentral ist.

Text: Stefan Millius

Bilder: zVg

Thomas Koller, Leiter Geschäftsbereich Privatkunden, Thurgauer Kantonalbank:

«Die Thurgauer Kantonalbank setzt gezielt auf eine ganzheitliche Vermögensberatung. Wir wollen die Ziele unserer Kunden umfassend verstehen, damit



wir sie optimal begleiten können. Kunden können für die Erreichung bestimmter Lebensziele (zum Beispiel Pensionierung, Familienvermögen erhalten, Lebenshaltung sichern) Teilvermögen bilden und diese unterschiedlich anlegen. Zudem lancieren wir immer wieder Anlageangebote, die dem aktuellen Umfeld Rechnung tragen. 2016 haben wir beispielsweise ‚TKB DuoInvest‘ entwickelt, ein Produkt, das Kasseobligationen und Wertschriftenanlagen kombiniert. In der strategischen Vermögensallokation setzen wir auf eine breite Diversifikation und halten im Vergleich zu traditionellen Ansätzen weniger Obligationen, für die wir in den nächsten Jahren eine negative Rendite erwarten. Traditionell achten wir in unseren Empfehlungen auf erstklassige und kostengünstige Anlageprodukte. Als kundenorientierte Bank stellen wir selbst keine Anlageprodukte her, um Interessenkonflikte zu vermeiden.»

Thomas Stucki, Anlagechef, St.Galler Kantonalbank:

«Im aktuellen Tiefzinsumfeld ist es nicht mehr möglich, allein mit risikoarmen Wertpapieren wie Schweizer Obligationen von erstklassigen Schuldner eine positive Anlagerendite zu erzielen. Es braucht einen gewissen Anteil an riskanteren Anlagen, wodurch die Diversifikation eine noch grössere Bedeutung erhält. Eine gute Risikoverteilung ist in den Vermögensverwaltungsmandaten der SGKB gewährleistet.

Um den verschiedenen Wünschen unserer Kunden bezüglich des Anlagestils und des Charakters ihres Portfolios Rechnung zu tragen, haben wir unser Angebot an Mandaten ausgeweitet. Neu bieten wir ein passives Mandat an (comfort strategy), das die Anlagestrategie der Kunden mit Indexbausteinen umsetzt. Mittels vorgegebener Rebalancing-Regeln wird das Portfolio regelmässig auf die Strategie ausgerichtet. Neu bieten wir auch ein Mandat an, das in der Um-



setzung im Aktienteil auf dividendenstarke Titel setzt (comfort dividend). Auf Wunsch kann sich der Kunde die Erträge aus Zinszahlungen und Dividenden sofort auf ein separates Konto gutschreiben lassen und erhält dadurch eine regelmässige Ausschüttung.»

**Adrian Künzi, CEO,
Notenstein La Roche Privatbank:**

«Wir investieren in die Zukunft: Im Sommer machen wir mit der Einführung eines neuen, hochmodernen Kernbankensystems einen wichtigen Schritt in Richtung Digitalisierung. Es ist unser grösstes Investitionsprogramm der letzten 20 Jahre. Damit schaffen wir die Grundlage, um effizient zu wachsen und gleichzeitig unsere individuelle Beratung weiter auszubauen. Zudem haben wir unser Produktangebot überarbeitet, um noch besser auf die Bedürfnisse unserer Kunden eingehen zu können. Wir bieten un-



seren Kundinnen und Kunden eine einzigartige Kombination aus höchster Anlagekompetenz und persönlicher Betreuung auf Augenhöhe.»

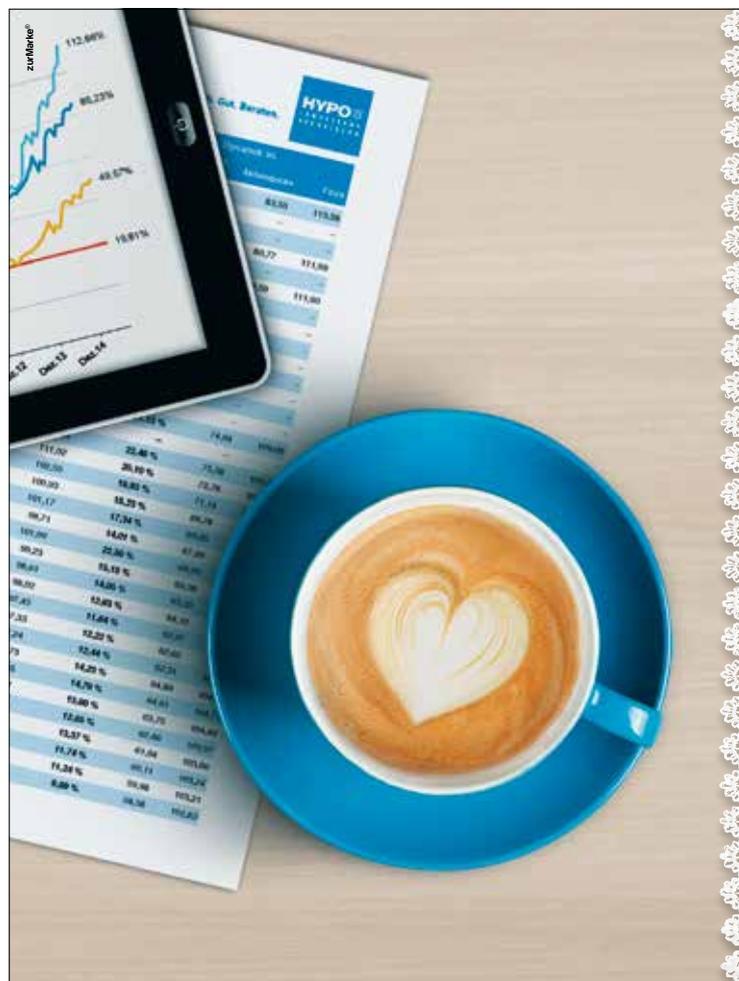


**Michael Steiner, Bereichsleiter Private Banking,
acrevis Bank:**

«Für den langfristigen, realen Vermögenserhalt spielen aus unserer Sicht Realwertanlagen eine zentrale Rolle. Realwerte wie Aktien, Immobilien oder Gold erhalten trotz kurzfristiger Schwankungen langfristig die Vermögenssubstanz. Demgegenüber führt Sparen via Obligationen und Cash im aktuellen Umfeld von negativen Realzinsen zu einem schleichen Vermögensverzehr. Je länger der Anlagehori-

zont, desto konsequenter kann eine Realwertstrategie umgesetzt werden. Beim konkreten Investieren ist vor allem der Risikobereitschaft, der breiten Diversifikation und der systematischen Aktienanalyse besondere Beachtung zu schenken. Unser innovatives Anlage- und Beratungsmodell acrevis Spektrum bietet dazu das optimale Fundament: acrevis setzt damit eine auf die Anlegerpersönlichkeit abgestimmte Anlagestrategie mittels massgeschneiderter, selektierten Realwertanlagen um.»

Anzeige



Leidenschaftlich. Gut. Beraten.



Wir verbinden Schweizer Private Banking mit Vorarlberger Herzlichkeit

Mit einem herzlichen Grüß Gott heissen wir Sie an der Bankgasse 1 in St. Gallen willkommen. Setzen Sie auf Ihren persönlichen Ansprechpartner, der Ihr Vermögen individuell und nach Ihren Bedürfnissen plant. Bereits ab einem Anlagebetrag von CHF 100'000.- erhalten Sie vollumfängliche Private Banking-Leistungen – ganz in der Tradition der österreichischen Servicequalität.



Vorarlberger Landes- und Hypothekenbank 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



Nehmen Sie Platz. Ihre Hypo Vorarlberg

Kongressstadt St.Gallen: Der Konkurrenz hart an den Fersen

St.Gallen als Standort für Kongresse, Seminare und Messen muss gegen bedeutende Konkurrenz im eigenen Land bestehen. Der Istzustand ist erfreulich, aber das Potenzial, weiter zuzulegen, ist gross. Ralph Engel, Abteilungsleiter CongressEvents bei den Olma Messen St.Gallen, zeigt im Gespräch auf, wie der Standort in Zukunft weitere Veranstaltungen für sich gewinnen will – und weshalb St.Gallen gute Karten hat, das auch zu schaffen.

Ralph Engel, St.Gallen bietet schon heute die nötige Infrastruktur für Grossanlässe im Bereich Kongresse, Seminare und Messen. Welche Argumente gibt es für Veranstalter aus anderen Regionen oder Ländern, die einen Austragungsort suchen, sich für die Ostschweiz zu entscheiden?

In der Stadt St.Gallen sind die Wege kurz. So sind die meisten Kongress- und Eventlokalitäten sehr zentral und nur wenige Gehminuten von der Innenstadt, den Hotels und unserem Unesco-Weltkulturerbe gelegen und sowohl mit dem ÖV und dem Auto bequem zu erreichen. Ausserdem bietet die Ostschweiz mit dem Bodensee und dem Säntis abwechslungsreiche

Versammlungsort. International kann St.Gallen bei den sogenannten DACH-Kongressen – Deutschland, Österreich, Schweiz – punkten. Dies gelingt insbesondere dort, wo nationale oder internationale Themenführer in der Region ansässig sind. St.Gallen bemüht sich aktiv, Konferenzen und Kongresse insbesondere mit begleitenden Sponsorenausstellungen bis etwa 1500 Personen zu akquirieren. Hierfür hat St.Gallen gute Voraussetzungen.

Sie sind also bereits am Ziel angekommen mit CongressEvents St.Gallen? Oder braucht es weitere Anstrengungen?

Es ist keinesfalls so, dass einem die Anfragen in den Schoss fallen, sondern es braucht ein konsequentes, verkaufsgetriebenes Marketing. Der stete über Jahre hinweg gepflegte Kontakt zu den Kongressveranstaltern sowie attraktivere Angebote und Rahmenbedingungen helfen, das Terrain zu ebenen. Hier setzt die Kongressstrategie der Stadt St.Gallen an: Sie will gezielt Veranstaltungen mit einer hohen Wertschöpfung nach St.Gallen holen. Und sie will gezielt Veranstaltungen mit einer hohen Wertschöpfung nach St.Gallen hier halten.

Welche Rolle spielt bei diesen Bemühungen die Kongressstrategie der Stadt St.Gallen?

Mit seiner Kongressstrategie verfolgt der Standort St.Gallen drei Hauptstossrichtungen. Erstens: Wie beschrieben, wurde eine klare Positionierung bezüglich Grösse und Art der angestrebten Kongresse definiert. Zweitens: Leistungsträger, Tourismus und Standortförderung von Stadt und Kanton haben sich auf einen gemeinsam Prozess in der Betreuung von potenziellen Veranstaltern geeinigt. Dies umfasst den steten Informationsaustausch sowie die Bestimmung eines Case Managers als «single point of contact» für den Kunden. Und drittens: Die Standortförderung von Stadt und Kanton können anhand

«Bei uns gibt es keinen Massentourismus, deshalb können wir auf individuelle Bedürfnisse eingehen.»

und typisch schweizerische Möglichkeiten für Rahmenprogramme an. Es sind jedoch vor allem die kleinen Dinge, die St.Gallen von anderen Destinationen unterscheiden: So wird Kundenservice auf sehr hohem Level gelebt, und aufgrund des fehlenden Massentourismus kann auf die individuellen Bedürfnisse der Veranstalter und Teilnehmer Rücksicht genommen werden. Mitentscheidend ist sicherlich, dass St.Gallen den Ruf eines preislich attraktiven Kongressstandorts genießt.

Es gibt Städte und Regionen, die einen ausgeprägten Ruf als «Kongressort» haben. Würden Sie St.Gallen inzwischen dazu zählen?

St.Gallen darf für sich in Anspruch nehmen, national zu den Top-Ten-Kongressdestinationen zu gehören. Namhafte nationale Organisationen, seien es die medizinischen Fachgesellschaften, aber auch Berufsverbände, wählen St.Gallen wiederholt als

*Ralph Engel, Abteilungsleiter
CongressEvents St.Gallen:*

*«Unsere Kongressstrategie
macht es möglich,
wettbewerbsfähig zu bleiben.»*





Alpenstrasse 46
CH-9479 Oberschan
Tel. +41 (0)81 784 02 02
Fax +41 (0)81 784 02 00
www.hotelalvier.ch
mail@hotelalvier.ch



Hotel Alvier
Seminar- und
Ferienhotel mit
Panoramarestaurant –
Wo Seminare
zum Erfolg führen

Seminarhotel, wo Seminare zum Erfolg führen

- Wunderbare Aus- und Weitsicht auf 1000 Meter über Meer
- Idealer Ort und ideale Räume für kreatives, konzentriertes Arbeiten
- Gemütliches Beisammensein bei feinem Speis und Trank
- Gute Möglichkeiten für Outdoor-Aktivitäten
- Ihr Wohlbefinden ist unser Herzensanliegen
- Wir sind mit Freude und Kompetenz für Sie da

START Aufbaukurs «Von der Idee zum Geschäftserfolg»

Es werden folgende Themen behandelt:
Erarbeitung eines Businessplanes, Start-
und Wachstumsfinanzierung, Versicherungen
mit Fokus auf Haftpflichtversicherung,
Vorsorge, Finanz- und Liquiditätsplanung.

**Mittwoch, 7. Juni 2017
in Frauenfeld**

**Donnerstag, 21. September 2017
in Kreuzlingen**

Die Kurse sind kostenlos.



Anmeldung unter:
startnetzwerk.ch/
kurse-und-events/

START

Netzwerk **Thurgau**

www.startnetzwerk.ch

«... hat mich in der
Startphase tatkräftig
unterstützt.»



«Wir begleiten Jungunternehmen zum Erfolg»

Eine Initiative von



GEWERBE
THURGAU



Thurgau

LEADER. Das Ostschweizer Unternehmernmagazin.

Leader lesen LEADER

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

www.leaderonline.ch

Peter Eisenhut, ecopol AG





eines Rasters Förderbeiträge zugunsten von Kongressveranstaltungen sprechen. Besonders förderungswürdig sind neue, wiederkehrende und mehrtägige Formate, die lokal verankert sind.

Wie wirkt sich die Strategie konkret aus, vor allem, wenn man die Konkurrenzsituation im eigenen Land betrachtet? Haben Sie damit gleich lange Spiesse wie Mitbewerber?

St.Gallen spielt diesbezüglich nicht gerade in der 1. Liga und kann sich kaum mit Basel oder Bern vergleichen, wo siebenstellige Beträge hierfür bereitgestellt werden. Aber die Mittel ermöglichen eine gezielte Förderung auserwählter Veranstaltungen. Parallel dazu soll 2018 für Übernachtungsgäste nun auch das Gratisticket für den öffentlichen Verkehr für die Stadt und die unmittelbar angrenzenden Zonen eingeführt werden. Damit schliesst sich auch diese Lücke. Die Kongressstrategie ist essenziell für St.Gallen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Andere Städte waren uns hier aber einen Schritt voraus.

«Wir konnten für 2017 und 2018 bereits namhafte Kongressbuchungen entgegennehmen.»

Gibt es dennoch bereits Beispiele dafür, dass die Strategie in die richtige Richtung weist?

Der medial wohl bekannteste Erfolg ist sicher die Rückkehr des European Colorectal Congress, der nach einem Jahr in München wieder zurück nach St.Gallen gekommen ist. Dies war zusammen mit dem Wegzug des Brustkrebskongress auch der Auslöser, mit dem Prozess der Kongressstrategie zu beginnen. Die Entwicklung in den letzten zwei Jahren ist durchaus positiv zu werten: Sowohl für 2017 wie auch 2018 konnten namhafte Kongressbuchungen entgegengenommen werden. Besonders erfreulich ist die Tatsache, dass drei wertschöpfungsstarke Kongresse St.Gallen als regelmässigen Durchführungsort neu wählten, dies im Wechsel mit zwei anderen Destinationen.

Interview: Stefan Millius

Bild: Stéphanie Engeler



asm
DIE MESSEPROFIS

**Wir sind immer dort,
wo Sie uns brauchen.
In Ihrer Nähe.**



messeprofis.ch

Erlen | Kriessern | Otelfingen | Hünenberg | Givisiez

«Ein garantiertes Erfolgsrezept haben auch wir nicht»

Die Ostschweiz ist nicht gerade bekannt für aussergewöhnliche Business-Events, die Heerscharen von Unternehmerinnen und Unternehmern anlocken. Hier geht die Post nach wie vor in Zürich ab. Eine positive Ausnahme bildet alljährlich der KMU-Tag. Worauf ist dies zurückzuführen? Im Gespräch mit Organisator Urs Fueglistaller, Direktor KMU-HSG.



*Urs Fueglistaller:
«Wir veranstalten eine
Tagung, an die wir selber
auch gehen würden.»*

Urs Fueglistaller, der Schweizer KMU-Tag fand im Oktober 2016 bereits zum 14. Mal statt. Und er war mit weit mehr als 1000 Teilnehmerinnen und Teilnehmern einmal mehr ausgebucht. Worauf führen Sie diesen Erfolg zurück, dass auch im Zeitalter der digitalen Vernetzung solche Anlässe auf grosses Interesse stossen?

Die Idee oder der Trick dahinter ist eigentlich simpel: Wir veranstalten eine Tagung, an die wir selber auch gehen würden – und für die wir auch Eintritt zahlen würden. Offenbar «ticken» viele KMU ziemlich gleich wie wir als Veranstalter.

Ein solcher Anlass könnte durchaus auch online übertragen und einem noch grösseren Publikum eröffnet werden. Wieso setzt man nach wie vor in erster Linie auf das haptische Erlebnis?

Natürlich könnte man unseren Anlass auch streamen, und tatsächlich stehen die Vorträge den Teilnehmern in Nachhinein auch online zur Verfügung. Also müsste man ja gar nicht hingehen. Das «Prob-

lem» liegt an einem anderen Ort. Das Klientel des Schweizer KMU-Tags sind Unternehmer und Führungskräfte aus Klein- und Mittelunternehmen, also mehr oder weniger alles Chefs, die es sich ja erlauben könnten, mal ein paar Stunden eine Tagung am Bildschirm anzuschauen. Aber sie tun es natürlich dann doch nicht, weil sie ins Tagesgeschäft verstrickt sind, weil andere «Baustellen» auf sie warten als ungesehene Videobeiträge. Die aus praktischer Sicht einzige Möglichkeit, sich die Zeit freizuschaukeln ist daher, physisch an die Veranstaltung zu kommen.

Dennoch dürfte auch beim KMU-Tag das Thema Digitalität eine Rolle spielen. In welcher Form wird der Anlass digital umrahmt?

Ja, natürlich setzen wir die «üblichen» Social-Media-Kanäle auch ein, aber sie sind nicht unser Hauptaugenmerk. Wir stellen nach wie vor fest, dass es auch viele Leute gibt – und zwar nicht nur alte! – denen es auch mal für ein paar Stunden egal ist, wenn sie nicht digital umdröhnt sind.

Wir haben es angesprochen: Inzwischen fanden 14 Austragungen statt. Hat sich das Format in all diesen Jahren den Bedürfnissen der Teilnehmenden anpassen müssen? Und falls ja: In welcher Form?

Das Grundkonzept ist bis jetzt dasselbe geblieben, wenn auch in immer optimierender Form. Vor ein paar Jahren neu hinzugekommen ist eine wissenschaftliche Untersuchung, die wir im Vorfeld des Schweizer KMU-Tags zum jeweiligen Tagungsthema durchführen, an der Tagung selber werden die Resultate präsentiert. Und zum fünften Mal geben meine mitorganisierenden Kollegen und ich zusätzlich ein Buch heraus – eine Reihe unter dem Namen «Fit für KMU...» mit einem jeweils wechselnden Thema. Vergangenes Jahr übrigens zum Thema «Erneuerung». Das kommt bei unseren Tagungsteilnehmer gut an, das mögen sie. Und dann gibt es natürlich viele kleine Anpassungen, was man halt über die Jahre so lernt, was man noch besser machen könnte.

«Es ist uns wichtig, ein offenes Ohr für unsere Kunden – sprich die Tagungsteilnehmer – und natürlich auch für unsere treuen Sponsoren zu haben.»

Was muss weiterhin im Fokus stehen, damit ein Anlass wie der KMU-Tag auch in den nächsten zehn Jahren auf der Erfolgsspur fährt?

Ein garantiertes Erfolgsrezept haben auch wir nicht. Umso wichtiger ist es uns, ein offenes Ohr für unsere Kunden – sprich die Tagungsteilnehmer – und natürlich auch für unsere treuen Sponsoren zu haben. Zudem versuchen wir als Veranstalter die Nase im Wind zu haben und zu spüren, welche Themen den KMU in den kommenden Jahren unter den Nägeln brennen könnten.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg

Der Schweizer KMU-Tag

Der Schweizer KMU-Tag ist eine gesamtschweizerische Tagung, die Klein- und Mittelunternehmen ins Zentrum stellt. Als jährlich wiederkehrende Veranstaltung ist der Schweizer KMU-Tag einer der bedeutendsten KMU-Anlässe mit schweizweiter Ausstrahlung. Dafür stehen sowohl die Organisatoren als auch die Mitglieder des Patronatskomitees, der Schweizerische Gewerbeverband, economie-suisse, die IHK St.Gallen-Appenzell und der Kantonale Gewerbeverband St.Gallen.

Von und für KMU: Dies ist der Leitgedanke für den Schweizer KMU-Tag. Er bietet eine Plattform für die Beleuchtung und Diskussion von aktuellen Themen und Herausforderungen aus wirtschaftlicher, politischer und wissenschaftlicher Sicht, unterstützt von national und international bekannten Referenten.

messeprofis.ch

Erlen | Kriessern | Otelfingen | Hünenberg | Givisiez

Wo Gedanken wandern und Ideen fliessen

«Sönd Willkomm» im Appenzellerland

Die Geschäftswelt dreht sich immer schneller. Wer da mithalten will, braucht starke Nerven – und laufend neue Ideen. Die aber entstehen selten in den Arbeitsräumen, die vom Tagesgeschäft belagert werden.

Darum: Raus aus dem hektischen Alltag und rein ins gelassene Appenzellerland. In der ursprünglichen

Landschaft kommen Herz, Seele und Verstand zur Ruhe. Wer hier Blick und Gedanken über die Gipfel streifen lässt, wird mit einem Inspirationsraum belohnt, der drinnen wie draussen zu Höhenflügen anregt. Ob für Seminare, Workshops, Konferenzen, Events oder Mitarbeiterausflüge: Im Appenzellerland finden Sie Angebote, Infrastruktur und Partner, die Ihren Anlass zum Erfolg machen.



Appenzellerland. 
Vom Bodensee bis zum Säntis.

Appenzellerland Tourismus AR
Seminare & Events



Peter Zdravec
Leiter Seminare & Events
St. Gallerstrasse 53, CH-9101 Herisau
Tel. +41 71 354 50 77
peter.zdravec@appenzellerland.ch
www.seminare.appenzellerland.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

Eignerstrategie – Teil der Familienstrategie



Rolf Brunner ist Partner und Mitglied des Verwaltungsrates der Continuum AG, St. Gallen

Die Eignerstrategie bildet Ziele und Interessen der Eigentümer ab und gibt dem Verwaltungsrat eine klare Richtung vor. Insbesondere bei Familienunternehmen und Unternehmen im Besitz der öffentlichen Hand stellt sie ein wichtiges Element der Family Governance bzw. der Public Corporate Governance dar.

Die Eignerstrategie legt die Leitplanken für das Unternehmensleitbild und die Unternehmensstrategie fest. Sie ist im Rahmen der Family Governance und der Public Corporate Governance ein wichtiges Führungs- und Kontrollinstrument der Aktionäre. Sie dient dem Verwaltungsrat und der Geschäftsleitung als Kompass für die strategische und operative Führung des Unternehmens. Während die öffentliche Hand seit einigen Jahren standardmässig entsprechende Strategien für ihre Unternehmen entwickelt, wird das Instrument in vielen KMU und Familienunternehmen noch eher selten eingesetzt. Dabei ist es gerade in Familienunternehmen wichtig, sich auf gemeinsame Visionen und Werte für die Familie, das Unternehmen und ihre Zukunft zu verständigen. Ziel der Eignerstrategie sind klare Vorgaben für die stra-

tegische Führungsebene. Die Eigentümer legen darin fest, welche Entwicklungen, Ziele und Werte sie für das Unternehmen verfolgen. Bei Familienunternehmen bildet die «Familienverfassung» die Basis für die zu erarbeitende Eignerstrategie. Regelmässig kommen dabei Aspekte wie Unternehmensnachfolge, Einbindung oder Auskauf von Familienmitgliedern, Aktionärsbindungsverträge, Familienversammlung, Informationsrechte etc. zum Tragen. Bei Unternehmen der öffentlichen Hand spielen namentlich gesetzliche und politische Vorgaben, Stakeholderinteressen und Leistungsaufträge eine Rolle.

Eine ganzheitliche und klare Eignerstrategie schafft sowohl für die Eigentümer als auch für die Unternehmensführung Vorteile: Die Eigentümerinteressen werden transparent diskutiert sowie gemeinsame Ziele und Werte festgelegt. Der Verwaltungsrat erhält damit klare Vorgaben für die strategische Unternehmensführung; eine Einsitznahme der jeweiligen Interessenvertreter im Verwaltungsrat ist nicht mehr zwingend erforderlich.

Wie jede Strategie sollte auch die Eignerstrategie periodisch überprüft und wenn nötig angepasst werden.

Seitenwechsel



Sandra Frei-Siniscalchi ist Geschäftsleiterin des Vereins kleika Arbeitslosenprojekte St.Gallen. Aufgewachsen in der Stadt St.Gallen und eidg. dipl. Bankfachfrau. Wie geht das zusammen? Ein Leaderinnen-Porträt.

Sandra Frei-Siniscalchis berufliche Entwicklung von der Bankfachfrau zur Lehrabschlussexpertin und Bankenrevisorin bei einer grossen Treuhandgesellschaft und die langjährige Tätigkeit als Vermögensberaterin bei einer Schweizer Grossbank liegen zurück.

An der früheren Beratungstätigkeit hat der Abwilerin vor allem der Kontakt mit Kunden, die sie über längere Zeit durch verschiedene Lebensphasen begleiten durfte, am besten gefallen. In der Mitte des Berufslebens hat sich aber je länger je mehr der Wunsch nach einer neuen Herausforderung bemerkbar gemacht. Als sich die Gelegenheit bot, hat sie die Chance gepackt und den Wechsel gewagt, im Wissen völliges Neuland zu betreten.

Der Seitenwechsel von der Finanzwelt ins Soziale liegt nun zwei Jahre zurück, und Sandra Frei-Siniscalchi hat ihn bis jetzt nicht bereut: Es galt, viel Neu-

es zu lernen und zu erfahren, dass ausserhalb der Privatwirtschaft die Uhren anders ticken.

kleika begleitet und unterstützt erwerbslose Frauen darin, wieder im Arbeitsmarkt Fuss zu fassen, Zuweiser sind die RAV und die SVA. kleika betreibt zwei Kleiderläden und ein Textilatelier.

Kaum am neuen Ort hatte Sandra Frei-Siniscalchi die Aufgabe, für kleika das Konzept anzupassen und massgebliche Einsparungen vorzunehmen. Die Kenntnisse aus der Finanzbranche und die Fähigkeit, zu argumentieren und zu verhandeln, kamen ihr dabei entgegen.

Seit 2017 ist kleika fertig umgebaut. Am Hauptsitz an der Lindenstrasse 61 in St.Gallen befinden sich nebst dem kleika61-Atelier und der kleika-Administration der kleika61-Laden. Der kleika-Secondhand an der Kirchgasse ist die Filiale in der Innenstadt. Weitere Infos: www.kleika.ch.

Sandra Frei-Siniscalchi ist eine begeisterte Netzwerkerin. Wenn immer möglich, nimmt sie deshalb an den Events der Leaderinnen Ostschweiz teil. Sie schätzt den Austausch mit anderen Mitgliedern, und der Einblick in verschiedene Unternehmen

Heidener Hightech für Kolumbien



Als Teil eines Unesco-Weltkulturerbes wurde das traditionsreiche Boutiquehotel Charleston Santa Teresa Cartagena an der Westküste Kolumbiens mit einem Membrandach von Sefar ergänzt, das den Charakter der teilweise aus dem 17. Jahrhundert stammenden Gebäudestruktur wahrt, dem rauen Klima gerecht wird und luftigen Raum schafft.

Arbonia wächst um fast sechs Prozent

Der Konzernumsatz wuchs gegenüber Vorjahr um 5.7 % auf 995.4 Millionen Franken, währungs- und akquisitionsbereinigt um 0.9 %. Im Vergleich zum Vorjahr erzielte Arbonia erste Verbesserungen bei der operativen Performance: Das EBITDA erhöhte sich auf 68.7 Millionen.

Imagebroschüre wird zum Hocker



Die Verantwortlichen von «by marei Einrichtungskonzepte» aus St.Gallen verfügen über enormes Fachwissen, wenn es um Designstühle geht. Die Kompetenz in Sachen Stühle wurde nun durch die Agentur am Flughafen in einer Imagebroschüre unter Beweis gestellt. Diese hat es in sich, denn sie lässt sich mit ein paar wenigen Handgriffen zusätzlich in einen stabilen Hocker verwandeln.

Augenklinik Bellavista eröffnet

Auf der Vögelinsegg in Speicher AR hat die zurzeit modernste Augenklinik der Schweiz eröffnet: die Bellavista. Betrieben wird sie von Dr. med. Gerald Stiegler, der zusammen mit Prof. Dr. Alfred Bangerter den Weltruf der St.Galler Augenklinik begründete.

IHK-Research als neues Institut für Ostschweizer Wirtschaft



Mit der Gründung des volkswirtschaftlichen Kompetenzzentrums IHK-Research stärkt die IHK St.Gallen-Appenzell ihre Grundlagenarbeit zugunsten von Wirtschaft und Politik. Im Fokus des vom Volkswirtschaftler und Privatdozenten Frank Bodmer geleiteten IHK-Research stehen eigene Analysen zur mittelfristigen Entwicklung der Ostschweiz.

SGKB macht mehr Gewinn

Die St.Galler Kantonalbank hat im vergangenen Geschäftsjahr den Reingewinn um 9,5 Prozent auf CHF 146 Mio. gesteigert. Dies dank tieferer Kosten und Auflösungen von Rückstellungen.

acervis erzielt gutes Jahresergebnis

Die Ostschweizer acervis Bank AG konnte das Geschäftsjahr 2016 gut abschliessen. Stark gewachsen sind vor allem die Assets (+CHF 444.7 Mio.). Auch der Reingewinn (CHF 18.3 Mio.) konnte gesteigert werden. Das operative Ergebnis (CHF 23.3 Mio.) liegt über Vorjahreswert und erlaubt eine stabile Dividendenausschüttung.

Bald Helikopter aus Glarus

Der Helikopterproduzent Marengo Swiss Helicopters will in diesem Jahr den Wechsel von der Ingenieurfirma zum modernen Industriebetrieb schaffen. Bereits in vier bis fünf Jahren will das Unternehmen aus Mollis serienweise Helikopter produzieren und den Sprung aus den roten Zahlen schaffen.

Mutige Veränderer am Wirtschaftsforum



Das Wirtschaftsforum Thurgau 2017 am 1. September macht Mut, Veränderungen, Schicksale oder Herausforderungen ideenreich und sportlich anzupacken. Gleich zwei Olympia-Stars werden von ihren Hochs und Tiefs, von ihren Erfolgen und Misserfolgen berichten und wie sie Herausforderungen mutig angepackt haben und dem Mittelmass

entkommen sind: die Thurgauerin Heidi Diethelm Gerber, Bronzemedailengewinnerin in Rio, und die Olympiasiegerin von Sotschi, Dominique Gisin (Bild).

Ostschweizer Personaltag mit Vollprofis

Den 13. Ostschweizer Personaltag vom 8. Juni werden absolute Profis bestreiten – die höchsten HR-Chefs von Swisscom und Zollverwaltung referieren, und mit Lars Thomsen ist einer der gefragtesten Zukunftsforscher dabei.

Das «frivole Vreneli» feiert in Wil

Münzausstellung der Superlative: Vom 2. bis 12. Mai zeigt das Auktionshaus Rapp in Wil die wertvollsten Schweizer Münzen im Wert von mehr als zehn Millionen Franken. Gefeierte und gezeigt wird das erste «Goldvreneli», das vor 120 Jahren erstmals geprägt wurde. Rapp und weitere Münzexperten haben eine der bedeutendsten Ausstellungen zusammengestellt, die je zur Geschichte der Numismatik in der Schweiz gezeigt wurde.



in kürze

LEADER

› Christian Stambach

Anlässlich der diesjährigen ordentlichen Arbonia-Generalversammlung vom 28. April 2017 verzichtet Christian Stambach auf seine Wiederwahl in den Verwaltungsrat.

› Esther Friedli

Die SVP des Kantons St. Gallen organisierte per 1. Februar das Parteisekretariat neu. Die Leitung des Sekretariates übernahm Esther Friedli aus Ebnat-Kappel. Sie wird von Janine Gabriel aus Uetliburg und Sandra Künzler aus Gossau unterstützt.

› Ried, Sciarra, Strässle

Die OBT hat per 1. Januar Yvonne Ried, Bruno Sciarra und Pascal Strässle zu Partnern ernannt.

› Gernot Brauchle

Die Internationale Bodensee-Hochschule IBH hat ein neues Vorstandsmitglied gewählt: Der Rektor der Pädagogischen Hochschule Vorarlberg, Gernot Brauchle, folgt auf den ehemaligen Rektor der Fachhochschule Vorarlberg, Oskar Müller.

› Flurina Rüesch

Die Manufaktur-Mitarbeiterin Flurina Rüesch aus St. Gallen hat an der 6. Berufs-Schweizermeisterschaft der Bekleidungsgestalter den 1. Rang gewonnen und qualifiziert sich für die WorldSkills in Abu Dhabi.

› Odilia Hiller

Die Redaktionsleitung der «Ostschweiz am Sonntag» wurde per 1. März von Odilia Hiller übernommen.

› KMU-HSG

Der Förderverein KMU-HSG hat Verstärkung erhalten: Seit der letzten Generalversammlung sind Li Simon-Krensler und Estela-Maria Hummel Mitglieder im Vorstand, zudem ist Alexander Fust zum Vizedirektor gewählt worden.

«Wir brauchen neue Denkansätze in der Mobilität»

Das 5. Public Forum Ostschweiz, Liechtenstein und Vorarlberg von PwC steht unter dem Thema «Mobilität». Das ist kein Zufall, gelten doch Mobilitätsfragen als zentrale Herausforderungen der Zukunft. Roland Schegg, Director und Leiter Consulting Ostschweiz und Liechtenstein bei PwC in St.Gallen, im Gespräch über Chancen und Grenzen der Mobilität und ihre Auswirkungen auf Wirtschaft und Region.

Roland Schegg, «Mobilität» steht im Fokus beim 5. Public-Forum. Warum haben Sie gerade dieses Thema gewählt?

Ich gehe davon aus, dass Mobilität in den nächsten Jahren eine enorme Dynamik in der öffentlichen Diskussion erfahren wird: Es trifft die meisten von uns sehr persönlich. Auch volkswirtschaftlich stellt sich die Frage, inwieweit sich der laufende Ausbau finanziell noch rechnet. Wir müssen uns intensiv Gedanken um unsere Mobilität machen, um eine passende Balance zu behalten.

«Die Frage lautet: Wie mobil sollen und wollen wir sein?»

Wo orten Sie die aktuellsten und grössten Herausforderungen in Bezug auf die Mobilität?

Sicher geht es um den weiteren Ausbau der Infrastruktur und des Angebots, der mit teils exponentiell wachsenden Kosten konfrontiert ist. Zudem sind unsere Systeme zu optimieren. Die Verlagerung von der Strasse auf die Schiene tritt dabei in den Hintergrund. Vielmehr ist unser Gesamtmobilitätssystem zu optimieren. Und dann stellt sich auch die Frage, wie mobil wir sein sollen und wollen. Ich bin beruflich viel unterwegs und stelle fest, dass selbst gut ausgebaute Hauptverkehrsachsen – sei es Bahn oder Strasse – in grösseren Räumen zunehmend überbelastet sind.

Sie sprechen in der Einladung zum Forum von einem «Systemkollaps». Das klingt alarmierend. Ist das eher eine dramatische Zuspitzung oder droht ein solcher Kollaps wirklich?

Wer hat heute noch Lust, mit dem Auto morgens von St.Gallen nach Zürich zu fahren? Nicht nur zu Stosszeiten sind auch die Züge unterdessen sehr ausgelastet. Als in St.Gallen 1987 die Stadtautobahn eröffnet

wurde, waren die Strassen in der Stadt plötzlich wie leer gefegt und die Durchfahrt eine kurze Sache. Heute beobachten wir bei gewissen Ausfahrten zweimal täglich Stausituationen. Die Kapazitätsgrenzen sind vielerorts mehr als erreicht. Die Statistik zeigt die Entwicklung: Zwischen 2010 und 2015 haben die Personenkilometer in der Schweiz massiv zugenommen: Schiene +60%, öffentlicher Verkehr Strasse +28%, privater Verkehr Strasse +22%. Wo soll das hinführen? Wir haben die Wahl und können dabei Handlungsoptionen auch kombinieren: massiver Weiterausbau, umgehende Systemoptimierung und Verhaltensänderung.

Müsste die Digitalisierung nicht auch zu einer Entlastung der Mobilitätsproblematik führen? Ich denke dabei an Home Office oder Videokonferenzen.

Absolut. Gerade das Pendeln zum Arbeitsplatz ist zu hinterfragen. Mangels Alternative wohnte man früher in der Regel dort, wo auch der Arbeitsplatz angesiedelt war. Er konnte zu Fuss oder mit dem Fahrrad erreicht werden. Das umfangreiche Mobilitätsangebot entkoppelt das zunehmend. Ein Weg von über 100 Kilometern von zu Hause bis zum Arbeitsplatz ist heute problemlos möglich. Selbstverständlich können Ansätze wie Home Office und digitale Vernetzung einen Lösungsansatz darstellen. Wir müssen uns darauf aber auch einlassen wollen. Zudem ist zu beachten, dass in vielen Betrieben das Personal vor Ort im Team oder als Teil eines integrierten Herstellungsprozesses seine Arbeitsleistung abgeben muss.

Beim Stichwort Mobilität stehen sich oft verschiedene Ideologien unverrückbar gegenüber: Die einen fordern mehr Strassen, die anderen weniger, einige wollen den ÖV ausbauen, andere abbauen. Gibt es vor diesem Hintergrund überhaupt Hoffnung auf Lösungen, die allgemeine Akzeptanz finden?



Roland Schegg, PwC.

Zur Person

Roland Schegg ist Director und Leiter Consulting Ostschweiz+Liechtenstein bei PwC. Er ist seit rund 20 Jahren für das Unternehmen tätig und betreut öffentliche Institutionen sowie KMU, unter anderem unter anderem als Fachexperte für Finanzen und Strategie. Roland Schegg ist diplomierter Wirtschaftsprüfer, diplomierter Betriebsökonom HWV und hat den Executive MBA Unternehmensführung an der FH abgeschlossen.

Vernunft und gesunder Menschenverstand sind für eine sinnvolle Diskussion unerlässlich. Aus dem ideologischen Schützengraben heraus sind die kommenden Herausforderungen nicht lösbar. «Verstehen und verstanden werden», aber auch Offenheit für neue Denkansätze sind zentral.

Sie stellen zur Diskussion, ob wir «raumplanerisch neu denken» müssen, um die Herausforderungen zu lösen. Können Sie ein Beispiel geben?

Mobilität verbindet uns mit verschiedenen Räumen. Es gibt unter anderem Räume für Arbeit, für Wohnen, aber auch für die Gestaltung unserer Freizeit. Raumplanerisch stellen sich entsprechend wesentliche Fragen, wie wir mit unseren Räumen

längst nicht mehr um «Bahn gegen Strasse», sondern um unser Mobilitätssystem als Ganzes. Die Digitalisierung und der technische Fortschritt erlauben neue, hoch integrierte Lösungen. Zudem wird die Finanzierung der Mobilität intensiv zu diskutieren sein. Die bevorstehende Lancierung von Stromfahrzeugen wird die Verbrennungsmotoren schrittweise und absehbar verdrängen. Die Steuern auf Treibstoffen reduzieren sich dabei laufend. Dafür entstehen neue Geschäftsmodelle wie beispielsweise für Energieversorger und Gemeinden. Gerade aktuell wird zum Beispiel das induktive Laden von Stromfahrzeugen auch von Schweizer Ingenieuren mit Hochdruck entwickelt. Folglich stellt sich generell die Frage, wie und bis zu welchem Grad verursachungsgerecht wir in Zukunft unsere Mobilität finanzieren wollen.

«Heute arbeiten die einzelnen Verkehrsteilnehmenden nicht optimal zusammen.»

umgehen und wie wir abgeleitet das Mobilitätsverhalten damit beeinflussen: Wenn ich dort wohne, wo ich arbeite, habe ich automatisch kürzere Wege. Und wenn es vor Ort attraktive Freizeitangebote und Wohnqualität gibt: noch besser. Folglich geht es nicht nur um Pendlerverkehr. Ich beobachte sowohl in Zügen, aber auch auf der Strasse, dass gerade der Freizeitverkehr ein hohes Niveau erreicht hat. Das sehe ich beispielsweise, wenn ich auf dem Rückweg vom sonntäglichen Crosslauf auf den Rorschacherberg die A1 quere: Nachmittags um 15 Uhr kann ich dabei ein Verkehrsaufkommen beobachten, das den Stosszeiten unter der Woche nahe kommt.

Stehen handfeste Lösungen bereits im Raum oder hat der Dialog um Mobilität erst begonnen?

Mobilität ist seit vielen Jahren ein Thema. Aber die Diskussion wird sich nun rasch verändern. Es geht

Interview: Stefan Millius

Bild: zVg

Namhafte Referenten

Das 5. Public Forum für die Ostschweiz, Liechtenstein und Vorarlberg vom 2. Mai in St.Gallen rund um «Mobilität» bietet Gelegenheit, dieses aktuelle Thema zu diskutieren und sich mit anderen Besucherinnen und Besuchern auszutauschen. Zu Gast sind Jürg Röthlisberger, Direktor ASTRA/UEVK, Thomas Küchler, CEO Schweiz. Südostbahn AG, Roland Scherer, Direktor IMP-HSG an der Universität St.Gallen, Mag. Karlheinz Rüdiger, Landesstatthalter Vorarlberg und Hanspeter Trütsch, Bundeshausredaktor SRF.

Der Hauptsitz bleibt in St.Gallen

Am 27. Februar war Aufrichte beim Namics-Neubau an der Unterstrasse in St.Gallen. Das neue Gebäude wird Ende Sommer bezogen und rund 250 Arbeitsplätze bieten. Der Bau ist auch ein Bekenntnis zum Namics-Gründungsstandort St.Gallen.

«Ja, wir sind im Zeitplan», freut sich Tim Dührkoop, Partner bei Namics und Projektleiter Neubau. «Wir werden Ende Sommer von unserem alten Standort an der Teufenerstrasse 19 an den neuen Hauptsitz an der Unterstrasse 12 umziehen – das sind gerade mal knappe hundert Meter Luftlinie.» Dann wird Namics mit ihren zurzeit rund 180 Angestellten noch nicht alle der möglichen 250 Arbeitsplätze benötigen. Demzufolge sind noch Flächen zur Untermiete ausgeschrieben. Spatenstich zu dem 3300-Quadratmeter-Projekt war im September 2015. Der Neubau für rund 13 Millionen Franken fügt sich harmonisch in das historische Textilquartier zwi-

schen David- und Oberstrasse ein, der Haupteingang ist an der Unterstrasse, aber auch von der Davidstrasse ist der Zugang möglich: «Wir haben uns für eine anspruchsvolle Architektur mit einer vorgemauerten Klinkerschale entschieden, welche die Stimmung der umgebenden Gebäude, die alle rund hundert Jahre alt sind, aufnimmt», erklärt Tim Dührkoop. Für den Neubau initiierte Namics 2012 einen Architekturwettbewerb. Von sechs teilnehmenden Büros konnte sich die ARGE Menn Ammann durchsetzen. Eine Jury, in der auch Vertreter der Stadt St.Gallen sassen, hat sich für den Zürcher Vorschlag entschieden: «Ich möchte die gute Zusammenarbeit mit der Stadt

Der Neubau fügt sich harmonisch in das historische Textilquartier zwischen David- und Oberstrasse ein.





Tim Dührkoop,
Partner und Projektleiter
Neubau bei Namics.

St.Gallen betonen», unterstreicht Tim Dührkoop. «Namics wollte ihren Hauptsitz in St.Gallen behalten und war auf der Suche nach einem geeigneten Gelände. Dabei hat uns die Stadt wirklich sehr unterstützt.» Das Grundstück Unterstrasse 12 hat die Stadt im Bau-recht an Namics abgetreten; diese hat sich im Gegen-zug verpflichtet, das Gebäude, das von der Pensions-kasse ASGA finanziert wird, für mindestens 15 Jahre

«Wir haben uns für eine Architektur entschieden, welche die Stimmung der umgebenden Gebäude aufnimmt.»

zu mieten. «Uns war die Bahnhofsnähe besonders wichtig», erinnert sich Tim Dührkoop. «Viele unserer Mitarbeiter und Kunden wollen mit dem öV anreisen. Das ist hier bestens möglich.» Dem Nachhaltigkeitsgedanken verpflichtet, hat Namics auch darauf verzichtet, eine Tiefgarage zu bauen. «Wir haben für unsere Mitarbeiter ein Mobilitätskonzept erstellt, das den öV und den Langsamverkehr fördert.» Ebenso nachhaltig ist das Energiemanagement des neuen Hauptsitzes: Geheizt wird mittels Erdwärme, gekühlt wird durch Luftaustausch an der Spezialfassade im Souterrain. So repräsentiert das Gebäude die Kultur der seit 1995 bestehenden Fullservice-Digitalagentur und überzeugt auch durch die offene und flexible Raumstruktur. «Jeder Mitarbeiter arbeitet zwar im Grossraum-büro, aber am eigenen, fixen Arbeitsplatz. Daneben stehen zahlreiche Meeting- und Rückzugsbereiche zur Verfügung, ebenso wie unsere Cafeteria im Dach-geschoss mit Terrasse gegen Nordwesten und gegen Südosten», sagt Tim Dührkoop. Die Namics-Denkfabrik fördere so durch grosszügige Austauschbereiche die interaktive Zusammenarbeit.

Text: Stephan Ziegler

Bilder: Corinna Menn/Mark Ammann

«Atmen»

Ob Zuhause, unter Weinfreunden oder im Restaurant: Heute werden viele Rotweine möglichst früh geöffnet. Um das Atmen des Weins wird seit einigen Jahren ein unangebrachtes Aufheben gemacht.



Von Jan Martel

Auch wenn der Wein erst für den Hauptgang gedacht ist, wird er schon vor dem Verzehr der Vorspeise entkorkt und ohne Verschluss hingestellt. Schlecht ist das natürlich nicht. Geschieht es aber mit der Begründung, dass der Wein «atmen» müsse, liegt ein Irrtum vor.

Der Wein kann sich bei geöffneter Flasche nicht innerhalb einer Stunde durch Atmung spürbar verändern. Der Grund dafür leuchtet ein: Dem Weinvolumen einer ganzen Flasche steht lediglich eine Oberfläche von 2-4 cm² im Flaschenhals gegenüber, die mit Luft in Kontakt tritt. Das führt praktisch zu keiner Sauerstoffaufnahme. Sensorisch ist auch für den Profi keine Veränderung des Weines feststellbar. Die gemachte Meinung hält sich aber trotzdem hartnäckig unter Weingenießern.

Ganz anders sieht es beim Einschenken in ein Weinglas oder eine Karaffe aus. Das Eingiessen führt dem Wein viel Sauerstoff zu und kann ihn reifer und runder werden lassen. Steht der Wein gar einige Zeit in einem grossen Dekantierer, können junge Gewächse durch das «Atmen» zugänglicher werden. Das «Atmen» macht allerdings nur bei Charakter- und Spitzenweinen Sinn. Denn bei Basisqualitäten gibt es schlicht und einfach nichts, das sich durch diesen Prozess verbessern könnte. Ältere Weine sind empfindlicher und können nicht immer gut mit dem «Luft-Schock» umgehen. Das Umgiessen sollte deshalb erst kurz vor dem Service stattfinden. Es dient dann vor allem zur Trennung von Wein und Sediment. Stumpfe und muffige Weine können dank Sauerstoff teilweise trotzdem noch blumig werden. Ein Versuch lohnt sich fast immer.

Ich möchte Sie nicht vom frühzeitigen Öffnen Ihrer Weinflasche abhalten. Wichtig ist aber, dass Sie dies nicht wegen dem «Atmen» des Weines tun. Braucht der Wein Sauerstoff, müssen Sie ihn entweder dekantieren oder frühzeitig ins Glas einschenken. Santé.

Sturm im Wasserglas

Auf Druck eines Ostschweizer Medienkollektivs mussten die St.Galler Gemeindepräsidenten ihre Löhne offenlegen. Verkauft wurde die Aktion als Resultat «hartnäckiger Medienarbeit» im Sinne von «Transparenz». Bedient wurden allerdings niedere Instinkte – erfreulicherweise erfolglos.

von Stephan Ziegler

Ja, gesetzlich sind St.Galler Gemeindepräsidenten dazu verpflichtet, ihre Löhne offenzulegen – dank des kantonalen Öffentlichkeitsgesetzes und eines Urteils des Departements des Innern. Gestützt auf diese Entscheide hat eine «Medienvereinigung Öffentlichkeitsgesetz St.Gallen» (Tagblatt, FM1 Today, Zürichsee-Zeitung, Südostschweiz, NZZ, SRF Regionaljournal Ostschweiz) im Dezember 2016 die 77 St.Galler Gemeinden nach dem Gehalt des Präsidenten befragt. 72 Präsidenten legten ihren Lohn offen, fünf verweigerten die Auskunft. Die Zahlen wurden Ende Februar gross aufgemacht publiziert.

Die Auswertungen zeigten, dass jeder Gemeindepräsident im Kanton monatlich einen Lohn von etwa 14 000 Franken erhält – bei einer Vollenstellung. Im Durchschnitt verdient ein Präsident pro Jahr rund 183 000 Franken.

Am besten verdient der St.Galler Stadtpräsident Thomas Scheitlin: Er erhält für seine 100-Prozent-Anstellung knapp 264 000 Franken. Den kleinsten Betrag aus seiner Tätigkeit zieht Gemeindepräsident Christian Gentsch aus Hemberg. Er ist zu 25 Prozent angestellt und verdient rund 42 000 Franken jährlich.

Nun kann man die Löhne der St.Galler Gemeindepräsidenten in Ordnung finden – wenn man sie mit gleichwertigen Positionen in der Privatwirtschaft vergleicht – oder aber zu hoch oder «fürstlich», wie das Medienkollektiv sie zu bezeichnen beliebte. Tatsache ist, dass für eine anspruchsvolle Führungstätigkeit ein anständiger Lohn bezahlt werden soll. Tut das eine Kommune nicht, wird es für sie noch schwieriger, gutes Personal für die Spitze zu finden.

Denn einer Gemeinde vorzustehen, ist kein Zuckerschlecken.

Es ist dabei etwas wie bei den Unis: Zahlen diese keine «fürstlichen» Professorengehälter, wird sich nicht nur die erste oder zweite, sondern eher die dritte oder vierte Garnitur von Wissenschaftlern für eine Dozentenstelle bewerben. Die Topliga zieht häufig eine Tätigkeit in der Privatwirtschaft vor, weil diese (noch) besser bezahlt wird. Selbstverständlich gibt es auch da Ausnahmen.

Ähnlich ist es bei den Gemeindepräsidenten: Lockt nicht ein zumindest anständiger Lohn, tut sich heute kaum jemand ein Amt an, bei der nicht nur Führungs- und Verhandlungsgeschick gefragt sind, sondern auch ein leutseliger Umgang, Freude an hohen Präsenzzeiten und starke Nerven bei Wiederwahlen. Und natürlich ein dickes Fell, ist es doch in einer Gemeinde so wie bei einem Fussballverein: Jeder Zuschauer hat das Gefühl, es besser zu können als der Trainer.

Mit dem Lohnranking haben die genannten Medien einen Coup gelandet, der ihnen schöne Schlagzeilen beschert hat. Sie wurden zwar nicht müde zu betonen, sie hätten diese im Sinne der Transparenz zusammengestellt. Das reisserische Aufmachen der Zahlen, die in jeder Gemeinde auch dem Budget entnommen werden könnten, legt allerdings eine etwas andere Intention nahe. Zum Glück erwiesen sich die Leser grösstenteils als manipulationsresistent: Kaum einer fand, die Löhne seien (viel) zu hoch. Das lässt hoffen, dass in Zukunft «hartnäckige Medienarbeit» und «mehrmonatige Recherchen» wieder mehr generieren als einen Sturm im Wasserglas.



LEADER 2/2017

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 Stephan Millius Malolo Kessler Tamara Johnson Nathalie Schoch
Autoren in dieser Ausgabe:	Roland Rino Büchel, Barbara Gysi, Michael Götte, Nathalie Schoch, Michael Zeller, Sven Bradke, Walter Locher, Rolf Staedler, Rolf Brunner, Jan Martel
Fotografie:	Stéphanie Engeler, Esther Gloor (Illustrationen), Corinna Menn, Mark Ammann
Herausgeberin, Redaktion und Verlag:	MetroComm AG Bahnhofstrasse 8 9001 St. Gallen Tel. 071 272 80 50 Fax 071 272 80 51 www.leaderonline.ch www.metrocomm.ch leader@metrocomm.ch
Geschäftsleitung:	Natal Schnetzer nschnetzer@metrocomm.ch
Verlags- und Anzeigenleitung:	Martin Schwizer mschwizer@metrocomm.ch
Marketingervice/ Aboverwaltung:	Fabienne Schnetzer info@metrocomm.ch
Abopreis:	Fr. 60.– für 18 Ausgaben
Erscheinung:	Der LEADER erscheint 9x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni, August, September, Oktober, November/Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben
Gestaltung/Satz:	Tammy Rühli truehli@metrocomm.ch
Produktion:	Ostschweiz Druck AG, Wittenbach

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

ISSN 1660-2757

metro
comm

OPERATING THE DIGITAL TRANSFORMATION

www.it-expo.ch



@ITexpo_ch



facebook.com/ITexpo.ch



05.–06. April 2017 | Messe Zürich

Fachmesse für Business Software,
Security & Document Solutions



**Jetzt
anmelden.**
Early Bird bis
27.4.2017



Jung-Unternehmer-Zentrum

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

3. Jungunternehmerforum St.Gallen

Donnerstag, 8. Juni 2017, im Stadtsaal in Wil

WORKSHOPS

Praxiswissen aus erster Hand

15.30 Uhr

- A** **Wie plane ich die Finanzierung meiner Geschäftsidee?**
Rolf Baumgartner | Leiter Firmenkunden | Raiffeisenbank Wil
- B** **Gestaltung Businessplan: Herausforderung bei der Umsetzung**
Jacqueline Schlegel | Mandatsleiterin | OBT AG St.Gallen
- C** **Richtig versichert als Jungunternehmer/in**
Matthias Müller | Leiter Hauptagentur Wil | Helvetia Versicherungen
- D** **Kundengewinnung dank Präsenz im Web, Mobile und in Verzeichnissen**
Serge Breslaw | Leiter Key Account Management | localsearch.ch – Swisscom Directories AG
- E** **Verwaltungsräte und Beiräte für Start-ups: Wie zusammenstellen? Welche Chancen ergeben sich?**
Dominic Lüthi | Gründer und Geschäftsführer | VRMandat.com

GET-TOGETHER

17.30 Uhr

Informationen | Networking | Verpflegung

MODERATION

Ralph Dietsche | Journalist BR

BEGRÜSSUNG

18 Uhr

Monika Scherrer | Präsidentin Jung-Unternehmer-Zentren
Daniel Meili | Stadtrat Wil

PRAXIS-REFERATE

Crowdfunding – Chancen und Risiken für Unternehmen
Sebastian Früh | Projektleiter, Kompetenzschwerpunkt «Digitale Strategien» | HTW Chur

Erfahrungen als junge Unternehmerin
Karin Bischoff | Inhaberin | Die Manufaktur GmbH, St.Gallen

JungUNTERNEHMER-Dialog

moderierte Gesprächsrunde

Serge Baumgartner | Standortförderung Amt für Wirtschaft und Arbeit St.Gallen

Sebastian Früh | HTW Chur

Karin Bischoff | Die Manufaktur GmbH

Verlosung, Apéro und Ausklang

Hauptsponsoren

RAIFFEISEN

OBT

helvetia

local search

Jung-Unternehmer-Zentrum

Co-Sponsor

CAVELTI.
medien. digital und gedruckt.

Patronat

gewerbe
st.gallen

Medienpartner

LEADER

NETWORKING

ca. 20 Uhr