

**Führungsentwicklung
für KMU-Praktiker.**

Mehr Führungsstärke für interne Aufsteiger.
Kostenlose Info-Events zum Lehrgang:
RUZ Gossau, 28. Sept. und 26. Okt. 16.30–17.30 Uhr

Jetzt anmelden:
www.ruz.ch oder
071 388 62 00



Das Unternehmerzentrum
der Raiffeisen Gruppe



15 Jahre LEADER.

**15 Jahre
am Puls der
Wirtschaft.**

ab Seite 14

In dieser Ausgabe:

Nicolo Paganini, Peter Eisenhut, Marc Mächler, Kurt Weigelt,
Edgar Oehler, Henry Christen, Christoph Kempster, Thomas Ahlburg

 **winterthur**

Ihr Ansprechpartner für Firmen-Versicherungslösungen/

AXA.ch

Medien

Der neue CEO des
Zehnder-Verlags heisst
Rolf Bollmann.
Ein Lokaltermin in St.Gallen.

Seite 40

IT

Das Internet hat die Touch-
points von Unternehmen
und Kunden verändert.
Worauf gilt es zu achten?

Seite 58

Sauber bleiben!

pronto-ag.ch

pronto
Wir verstehen mehr
als Reinigung.

PROFIS SETZEN AUF QUALITÄT. ÜBERALL.



BÜROSTÜHLE UND MÖBEL VON SITAG – FÜR DAS
LEBEN UND ARBEITEN IM BÜRO




#12

Tom Lüthi

SITAG AG

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

info@sitag.ch
www.sitag.ch

SITAG – a Company of the Nowy Styl Group

SITAG
swiss style at work





Konsequent regional – mehr denn je

15 Jahre Unternehmermagazin LEADER: Das ist vor dem aktuellen Hintergrund eine ganz besondere Marke. Zum einen ist es in der schnelllebigen Welt der Publikationen nicht selbstverständlich, ein solches Jubiläum feiern zu dürfen. Und zum anderen ist derzeit rund um regionale Medien vieles in Bewegung: Einzelne Titel werden eingestellt, andere neu lanciert, wieder andere kommen in neue Hände. Das gibt innerhalb der Branche jeweils viel zu reden. Für die Leser ist hingegen nur eines entscheidend: Dass sie möglichst vielseitig und unabhängig informiert werden.

Doch was bedeutet Unabhängigkeit bei Medien wirklich? Verliert eine Zeitung die Unabhängigkeit, wenn sie neu einem Verlagshaus gehört, das in der Hand eines Ex-Bundesrats ist? Oder umgekehrt: Ist eine Zeitung völlig frei, wenn sie unter dem Dach eines privaten Verlags erscheint, bei dem kein Politiker in Erscheinung tritt, der aber natürlich auch seine Verbindungen (und Verbindlichkeiten) hat? In erster Linie ist es für Gedeih und Verderb eines Mediums entscheidend, ob es gelesen wird. Denn in jedem Fall braucht es Einnahmen durch Abos und/oder Anzeigen. Kein Verlag kann es sich auf Dauer leisten, an der Leserschaft vorbei zu schreiben. Dabei dennoch eine freie Stimme zu bleiben und die Medienlandschaft zu bereichern, ist eine Gratwanderung, vor der alle Anbieter stehen.

Geht es um regionale Medien, ist die Verantwortung gegenüber den Lesern besonders gross: Bei nationalen und internationalen Themen wie der AHV oder Trump und Co. kann man sich aus unzähligen Quellen informieren. Bei Ereignissen direkt vor der Haustür hingegen muss man sich auf eine oder zwei Stimmen verlassen können. In diesem Sinn ist jedes zusätzliche regionale Medium wertvoll. Die laufende Konzentration im Ostschweizer Medienmarkt ist daher beunruhigend. Vor allem, wenn die grössten Player in ihrem nationalen Verbund stärker zusammenspannen, die einzelnen Titel allmählich zusammenführen und das als «Synergiegewinn» verkaufen. Auf der Strecke bleiben erfahrungsgemäss lokale und regionale Zusammenhänge.

Wir verstehen es deshalb auch im 16. Jahr des Bestehens als unsere Aufgabe, konsequent Menschen und Unternehmen aus der Region in den Fokus zu rücken und ihnen eine Stimme zu geben. Mehr als je zuvor.

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

Unser St.Galler-Team
ist für Sie da: **071 274 00 80**



Das St. Galler Team der COFOX (v.l.): Juan Albendiz (Technik), Debora Hauser (Verkauf Zubehör), Severin Piller (Technik), Bruno Klaus (Leiter Verkauf SG), Angelo Hohl (Technik), Delia Zihlmann (Verkauf), Nino Botta (Technik), René Hollenstein (Verkauf), Louis Bauer (Technik).



Abgang nach zwei Jahren

Mitte September hat der Thurgauer FDP-Politiker Hermann Hess seinen Rücktritt als Nationalrat per 26. November 2017 bekannt gegeben. Sein Nachfolger wird Unternehmer und Kantonsrat Hansjörg Brunner (50) aus Sirnach. Hess wurde 2015 in den Nationalrat gewählt. Die Gründe für seinen Rücktritt nach nur zwei Jahren seien persönlicher Natur. So möchte sich Hess wieder vermehrt der unternehmerischen Tätigkeit sowie seinen Kindern widmen.



08 Marcel Baumgartner, LEADER-Chefredaktor
Gesunder Menschenverstand

08 Roland Rino Büchel, SVP-Nationalrat
Danke, Abu Ramadan!

10 Brigitte Häberli, CVP-Ständerätin
Gelassen auf den Schlusspurt zu

13 Edith Graf-Litscher, SP-Nationalratin
Mehr Verbundenheit!

13 Michael Götte, Fraktionspräsident SVP SG
Ostschweiz: Quo vadis?

14 15 Jahre LEADER
Begleiter der Wirtschaft

16 Streifzug durch die LEADER-Geschichte
Hintergründe, Anekdoten und unnützes Wissen

20 Nicolo Paganini, Olma-Direktor
Bereit für Bern?

22 Peter Eisenhut, Wirtschaftsexperte
«Der Thurgau reagiert besonders sensibel»

25 Marc Mächler, FDP-Regierungsrat
«Wischwaschi-Kurs»

26 Kurt Weigelt, IHK-Direktor
«Übung erfüllt!»

28 Edgar Oehler
«Wir sind noch nicht am Ende»

32 Heinrich Christen, Ernst & Young
«Wir arbeiten gerne mit den Kunden von morgen»

36 Christoph Kempster
Vom Käse-Chef zum Gin-Erfinder

40 Rolf Bollmann
«Qualität zahlt sich eigentlich nicht aus»

45 Sven Bradke, Mediapolis AG
Hilfe in der Not!

46 75 Jahre Olma
Wie sich die Olma baulich entwickelt hat

54 Wechsel bei Stadler
Thomas Ahlburg folgt auf Peter Spuhler



40



10



28



58 Roland Köppel, IT-Experte

Wo Unternehmen in die Privatsphäre ihrer Kunden eintreten

64 Marcel Dobler, FDP-Nationalrat

«Unternehmer mit IT-Know-how sind in Bern Mangelware»

65 Walter Locher, FDP-Kantonsrat

Sicherheit – Umdenken und Handeln

82 Stephan Ziegler, Chefredaktor MetroComm AG

Die Zauderer vom Bodensee

Anzeige

exponorm.

Messebau.

Ausstellungssysteme.

Präsentationsmedien.



Leuchtwand LED



Showroom St.Gallen

Expo Norm AG
Schachenstrasse 9
9016 St.Gallen
T 071 282 38 00

www.exponorm.ch

Gesunder Menschenverstand



Der SVP-Nationalrat Thomas Müller spricht in einem Tagblatt-Interview von «gesunden Rassisten». Das ist in mehrerlei Hinsicht ein Fehler. Über die Provokation wird nun mehr gesprochen als über den eigentlichen Inhalt.

von Marcel Baumgartner

Der Rorschacher Stadtpräsident hat schon vieles geleistet – öffentlichkeitswirksam in erster Linie in der Ostschweiz und weniger als Parlamentarier in Bern. Unter ihm wurde der FC St.Gallen im Jahr 2000 Meister. Eine Leistung, die gerade aus aktueller Sichtweise nicht hoch genug einzuschätzen ist. Und er führt seit 2003 die Stadt am See mit harter Hand, kämpft gegen den Sozialmissbrauch und für ein neues Image von «seinem» Rorschach.

Der 64-Jährige rückte vor elf Jahren für Felix Walker in den Nationalrat nach. 2009 sagte Thomas Müller über den deutschen Finanzminister Peer Steinbrück: «Er erinnert mich an jene Generation von Deutschen, die vor 60 Jahren mit Ledermantel, Stiefel und Armbinde durch die Gassen gegangen sind.» 2011 sorgte er mit seinem Parteiwechsel von der CVP in die SVP erneut für nationale Schlagzeilen. Was er auch aktuell wieder tut.

Das aktuelle Interview ist umfassend, greift viele Themen auf – von unsinniger Kulturförderung über die Qualität der Medien bis hin zur Unterwürfigkeit der Schweiz. Eben in diesem Zusammenhang ist die erwähnte Aussage gefallen. Die Brasilianer – Müllers Frau stammt aus Brasilien – seien «gesunde Rassisten»: Sie brächten es auf den Punkt, wenn sie jemanden nicht haben wollen. Und sie seien nicht so kniefällig gegenüber dem Ausland und fremden Kulturen wie die Schweizer.

Thomas Müller hatte der Journalistin damit eine perfekte Schlagzeile geliefert – die sie zwar so nicht setzte (der Titel war «Der Islam hat hier nicht verloren»), aber zum Leidwesen von Müller und der eigentlichen Thematik auch nicht weiter dazu nachhakte. Müller wird in der Folge mit dem Vorwurf konfrontiert, Rassismus zu tolerieren – und der eigentliche Kern seiner Äusserung geht in der (gezielten?) Provokation unter. Er hat damit vor allem seinen Kritikern (unter anderem Regierungsrat Martin Klöti) eine Steilvorlage geliefert. Müller ist ein kluger Kopf. Im aktuellen Fall hat er jedoch unklug gehandelt.

Marcel Baumgartner ist LEADER-Chefredaktor

Danke, Abu Ramadan!

Der bärtige Hassprediger aus Nidau BE ist seit Jahren als Flüchtling anerkannt. Er hat sich bis heute beim Sozialstaat mit mehr als 600 000 Franken bedient. Steuerfrei. Dank Ramadan diskutieren wir die Exzesse des Sozialstaats. Endlich.

von Roland Rino Büchel

Der Libyer weiss, wie man die Sozialkassen anzapft. Er trägt einen Islamistenbart, seine Frau Kopftuch. Ist das vielleicht mit ein Grund, dass sich keine Arbeit für die beiden finden lässt? Bei uns kann offensichtlich auch gut leben, wer sich am Morgen nicht auf den Weg zur Arbeit macht. Wer über den Flüchtlingsstatus verfügt, hat legal Zugang zum Sozialstaat. Die Höhe der Unterstützung ist in den sogenannten Skos-Richtlinien geregelt. Das heisst, dass die Gemeinden von oben herab zu übertriebenen Sozialhilfeeleistungen genötigt werden. Handlungsspielraum haben sie praktisch keinen.



Umfangreiche Zusatzleistungen

Nehmen wir Ramadan als Beispiel, um das System zu erklären. Mit zwei im Haushalt lebenden Personen hat er Anspruch auf 1509 Franken Cash. Monatlich. Und die Gemeinde muss für die Wohnungsmiete aufkommen, inklusive Nebenkosten. Man kann davon ausgehen, dass Nidau im Fall des Hasspredigers mindestens 1300 Franken monatlich aufbringt.

Auch die Beiträge an die AHV/IV werden von der Allgemeinheit übernommen. Die Krankenkassen-Prämien? Ebenfalls. Wie allen anderen Fürsorgeabhängigen werden für ihn die Rechnungen des Zahnarztes und der Hausratversicherung beglichen. Nicht einmal für Bahn- und Bustickets zum Arzt muss er in die eigene Tasche greifen. Und so weiter. Das ergibt Zusatzleistungen von Tausenden Franken pro Jahr. Hätten die Ramadans Kinder, so erhielten sie Zehntausende Franken dazu. Jedes Jahr wieder.

Unterwanderung unseres Staates

Was tut der fromme Muslim, um sich die viele tote Zeit totzuschlagen? Von seinen «Predigten» kursieren verschiedene Übersetzungsvarianten. Glaubt man dem Tagesanzeiger und der Rundschau, so ruft er seine Anhänger jeweils auf, Christen und Juden zu vernichten und totzuschlagen. Zudem hat er unzählige Male genau jenes Land besucht, in welchem er an Leib und Leben bedroht sein will.

Wie Ramadan reisen immer wieder Flüchtlinge in ihre angeblichen Verfolgerstaaten. Deshalb wurde im Jahr 2015 genau 189 Personen der Asylstatus aberkannt. Zu Recht. Alles in Ordnung, also? Nein, denn kein einziger der vermeintlich Verfolgten musste unser Land tatsächlich verlassen. Auch Ramadan nicht. Sein Fall zeigt exemplarisch: Die Zuwanderung via Asyl führt in vielen Fällen zur Unterwanderung unseres Staates. Das führt zu einem markanten Sicherheitsverlust. Zudem greifen Leute wie Ramadan die Sozialsysteme frontal an. All das geht zu Lasten der Arbeitgeber und der anständigen Bürger. «Koran, Scharia und Sozialhilfe first» darf nicht länger das Motto sein. Es ist Zeit, dass wir in diesem Land wieder klar machen, «wo der Bartli den Most holt».

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

Glamouröser Schiffbruch:

Das einstige Lieblingskind der Szene zwischen Wirtschaft und Lifestyle, der Rheintaler Oliver Fiechter, hat eine veritable Bruchlandung hingelegt. Mit der Übernahme der amerikanischen Kreativagentur Jed Root wollte der Investor und Buchautor, der sich selbst als Vordenker eines neuen Wirtschaftssystems sieht, einen grossen Coup landen und endlich international zur Kenntnis genommen werden. Jed Root ist Geschichte, die Mitarbeiter entlassen, die Büros geschlossen. Real existierend sind nur noch ein Schuldenberg und ausstehende Rechnungen von Fotografen, Models und anderen Kreativen. Wie immer gibt es unterschiedliche Versionen darüber, wer die Schuld trägt. Die geballte Wut der direkt Leidtragenden richtet sich allerdings in erster Linie Richtung Heerbrugg, wo Fiechters RPRT AG ihren Sitz hat. Oder wie es ein Betroffener in einem Blogbeitrag schreibt: «Jed Root killed by Oliver Fiechter». Das mit dem steigenden Bekanntheitsgrad hat auf alle Fälle bestens geklappt.

Marketing:

Claudia Sauter hat per 1. September die Leitung der Unternehmenskommunikation der Helvetia Gruppe übernommen. In dieser Funktion ist sie verantwortlich für die Public Relations und Kommunikation der international tätigen Versicherungsgruppe gegen Innen und Aussen. Zuletzt führte die 45-Jährige über zehn Jahren die PR- und Kommunikationsabteilung von PwC Schweiz, wo sie seit 2001 tätig war.

Weintipp:

Rully AC, 2015

Top-Domäne und wohl die Referenzadresse für Weissweine aus der Burgunder Côte d'Or: die Domaine Leflaive wurde durch die 2015 viel zu jung verstorbene, charismatische Anne-Claude Leflaive zu einer Art biologisch-dynamischer Ikone und Lokomotive. Die Domaine selbst liegt am idyllischen Dorfplatz von Puligny-Montrachet, dazu gehören aber mittlerweile auch mehrere Weine aus anderen Weissweingemeinden des Burgunds. In der Appellation Rully zwischen Chassagne-Montrachet und Mercurey erzeugt das Weingut einen klassischen Burgunder Chardonnay, der sich nach einem einjährigen Ausbau in Eichen-Füts in herrlicher Harmonie und Eleganz zeigt.



Digital:

Raiffeisen lanciert mit «Raiffeisen Music» eine eigene Musik-App: Raiffeisen Schweiz geht eine Partnerschaft mit der Universal Music Group ein. Im Rahmen der Neuausrichtung des YoungMemberPlus-Angebots erhalten 12- bis 26-jährige Kunden mit «Raiffeisen Music» Zugang zu einer breit gefächerten Musikauswahl und sie profitieren von Festival-Sponsorings sowie einem vielseitigen Ticketangebot.



Chefsessel:

Im August hat Werner Krüsi die Leitung der Niederlassung von Privatbankier Reichmuth in St.Gallen übernommen. Anfang Jahr hat Privatbankiers Reichmuth & Co. an der Schmiedgasse eine Niederlassung eröffnet. Werner Krüsi war während 25 Jahren für Wegelin & Co. zuletzt als beschränkt haftender Teilhaber und stellvertretender Leiter Anlageberatung und Vermögensverwaltung, tätig.

Kopf des Monats:

Michael Steiner

Nach 40-jährigem Engagement für die acervis Bank, mehr als 19 davon als deren Vorsitzender, hat Stephan Weigelt den Wunsch geäussert, den Vorsitz der Geschäftsleitung neuen Händen zu übergeben. Der Verwaltungsrat hat den 41-jährigen Michael Steiner, heutiger Leiter Private Banking der acervis, zu seinem Nachfolger gewählt. Er wird sein Amt am 24. März 2018 übernehmen.

Der Generalversammlung vom 23. März 2018 wird vorgeschlagen, den Verwaltungsrat mit Stephan Weigelt zu ergänzen. Die Selektion eines neuen Leiters des Bereichs Private Banking ist im Gange. Michael Steiner, Jahrgang 1976, hat sein Masterstudium der Volkswirtschaftslehre an der Universität St.Gallen mit Vertiefung Finanz- & Kapitalmärkte abgeschlossen und seine Dissertation mit dem Titel «Risk Factors, Fund Performance and Prediction in the Swiss Stock Market» verfasst.

Er war Berater bei einem international tätigen Consultant und hatte u. a. während sieben Jahren Leitungsfunktionen in den Bereichen Anlagemethode & Portfoliomanagement und Investment Centre bei einer St.Galler Privatbank. Zeitgleich arbeitete er in der Kundenberatung. Während vier Jahren war er mit seiner eigenen Firma in der Bankberatung und der strategischen Vermögensberatung tätig. Seit August 2016 leitet Michael Steiner den Bereich Private Banking. Michael Steiner doziert an der Fachhochschule St.Gallen und ist Mitglied der Schweizerischen Gesellschaft für Finanzmarktforschung. Er ist verheiratet und Vater von drei Kindern.



Ausgezeichnet:

Alle zwei Jahre zeichnen die KMU Frauen Thurgau eine innovative, engagierte KMU-Frau mit dem Thurgauer KMU-Frauenpreis aus. Im 2017 erhält die 41-jährige Ewa Kressibucher diese Auszeichnung. Vor 15 Jahren hat sie zusammen mit ihrer Familie die Naturöl AG in Lanzenneunforn gegründet und kontinuierlich auf- und ausgebaut. 2002 hat sie mit der Herstellung der ersten Produkte auf dem Bauernhof begonnen. Heute beschäftigt sie 23 Teilzeitmitarbeitende, vorwiegend Frauen. Produktionsräume, Sortiment und der Hofladen wurden laufend erweitert, modernisiert und mit neuen Geräten bestückt, damit die Produktion optimiert werden konnte.

Gelassen auf den Schlussspurt zu

Brigitte Häberli will 2019 wieder zur Ständerätin gewählt werden. Die frühe Ankündigung passt so gar nicht zur Politikerin, die meist unter dem Radar der öffentlichen Wahrnehmung durchsegelt. Ihre bisherige Bilanz gibt aber wenig Anlass zur Kritik. Vielleicht mit Ausnahme wirtschaftspolitischer Fragen, in denen die CVP-Frau gegenüber ihrer wankelmütigen Partei linientreu bleibt.

Unüblich früh hat die Thurgauer Ständerätin Brigitte Häberli im Rahmen einer Veranstaltung erklärt, dass sie 2019 wieder kandidieren wird. Bei einer Wahl würde sie die dritte Legislatur im Ständerat in Angriff nehmen, davor hatte sie bereits zwei Amtsdauern lang im Nationalrat die Thurgauer CVP vertreten. Alles in allem wäre sie dann am Ende der nächsten Legislatur über zwei Jahrzehnte im Bundeshaus aktiv gewesen. Alles in allem eine runde, stabile Politkarriere, welche die Frau aus Bichelsee – die Wiederwahl immer vorausgesetzt – dann mit 66 Jahren abschliessen könnte.

Weder Alphetier noch Hinterbänklerin

Für eine abschliessende Bilanz ist es entsprechend noch zu früh. Schon heute kann aber gesagt werden, dass die Ständerätin es den üblichen Einteilungsversuchen der Medien bei Parlamentariern schwer macht. Diese unterscheiden gerne zwischen Alphetieren und Hinterbänklerin. Brigitte Häberli ist weder das eine noch das andere. Sie hat zwar kaum je Schlagzeilen produziert oder mit provokanten Ideen auf sich aufmerksam gemacht. Als langjährige

Unstet in Wirtschaftsfragen

Rankings zeigen, dass die Ständerätin eine sehr hohe Übereinstimmung mit ihrer Partei hat. Während es Parlamentarier gibt, die sich in über zehn Prozent der Abstimmungen quer legen zu ihren Kolleginnen und Kollegen, liegt dieser Wert bei Häberli je nach untersuchtem Jahr zwischen null und drei Prozent. Das könnte man als äusserst linientreu bezeichnen. Wie das Abstimmungsverhalten genau aussieht, wird beim Ständerat im Unterschied zum Nationalrat nicht in einer für die Öffentlichkeit nachvollziehbaren Form dokumentiert. Da die CVP aber gerade in Wirtschafts- und Finanzfragen immer mal wieder Richtung Links ausschert, ist anzunehmen, dass auch Häberli diesen Kurs mitträgt. Dafür spricht auch die Tatsache, dass bei Analysen der Wirtschaftsfreundlichkeit von Parlamentariern Häberli jeweils in der hinteren Hälfte der ausgewählten Profile lag. Das erstaunt umso mehr, als das von ihr selbst angelegte Positionenprofil, der bekannte «Spider», recht ausgeprägte Werte zugunsten wirtschaftlicher Liberalisierung und restriktiver Finanzpolitik aufweist. Auch ihre Vorstösse zeigen keine Präferenz für Wirtschaftsfragen, dort dominieren Bildung, Gesundheit, Verkehr, Energie. Alles Themen, die natürlich auch Auswirkungen auf den Wirtschaftsstandort haben, aber nicht direkt den Unternehmen zu Gute kommen.

«Ein Grossteil meiner Arbeit findet ziemlich unspektakulär im Hintergrund statt», schreibt Brigitte Häberli über sich selbst auf ihrer Webseite. Nun, wo sie eine weitere und wohl letzte Legislatur als Ständerätin anpeilt, wäre es eine spannende Herausforderung, fallweise bewusst den Vordergrund zu suchen und sich selbst stärker als Verkäuferin in eigener Sache zu sehen. Das ist das Schöne an letzten Legislaturen: Man hat nichts mehr zu verlieren, aber noch einiges zu gewinnen.

«Ein Grossteil meiner Arbeit findet ziemlich unspektakulär im Hintergrund statt.»

Vizepräsidentin ihrer Fraktion im Nationalrat und kurzzeitig im Gespräch als Parteipräsidentin muss sie aber zumindest innerhalb der CVP durchaus Führungsqualitäten an den Tag gelegt haben. Und sie hat auch eine stattliche Zahl von Vorstössen aufzuweisen. Natürlich besagt die Quantität noch nichts darüber, was jemand in Bern auslöst, aber es gibt Fälle, in denen Parlamentarier mehrere Jahre im Rat verbracht haben, ohne sich zu Wort zu melden oder ein Anliegen vorzutragen, und das irritiert doch einigermaßen. Diesen Vorwurf muss sich Häberli nicht gefallen lassen.

Text: Stefan Millius

Bild: Anthony Anex, Keystone

CVP-Ständerätin Brigitte Häberli:

Linientreu.



Der neue VW Crafter. Die neue Grösse.



Jetzt Probe fahren.

Grösste Antriebsvielfalt, innovativste Assistenzsysteme, modernster Fahrer-arbeitsplatz.

Der neue Crafter wurde genau auf die Bedürfnisse von Profis abgestimmt. Er ist der Einzige seiner Klasse mit 8-Gang-Automatikgetriebe* und kombinierbar mit dem kraftvollen Heckantrieb, dem vielseitigen Allradantrieb 4MOTION und dem neuen Frontantrieb. Der neue Crafter. **Die beste Investition bereits ab CHF 26'930.-**.**

*Zu einem späteren Zeitpunkt verfügbar. **Angebot für Gewerbetreibende, Preis exkl. MwSt.



Nutzfahrzeuge



GNG AG

St. Gallerstrasse 93/99
9200 Gossau SG
Tel. 071 388 57 57
www.gng.ch

Die linke Seite:

Mehr Verbundenheit!

Als Bürgerin von Wolfhalden AR, in St. Gallen aufgewachsene und nun im Thurgau wohnende Ostschweizerin stelle ich mir immer wieder die Frage, weshalb wir Ostschweizer und Ostschweizerinnen in kantonalen und eidgenössischen Themen nicht stärker vereint und selbstbewusst auftreten.



Liegt es daran, dass keinem der Kantone eine Führungsrolle zugestanden wird? Oder daran, dass Frauenfeld nur zehn Minuten von Winterthur entfernt ist und wir mit dem Zug schneller in Zürich als in St.Gallen sind? Nicht selten fällt mir auf, dass St.Galler Anliegen als Ostschweizer Anliegen bezeichnet werden und von

uns Thurgauerinnen und Thurgauern eine solidarische Unterstützung erwartet wird.

Die geheime Liste

Geht es darum ein Anliegen, das für den Kanton Thurgau wichtig ist vorwärtszubringen und breit zu unterstützen, bekomme ich häufig die Antwort, dass es sich hier um ein Thurgauer Thema handelt, das für die Ostschweiz nicht von tragender Bedeutung ist. Vermutlich hat jemand irgendwann einmal definiert, welches Thurgauer, St. Galler oder Ostschweizer Themen sind. Vielleicht kann mir jemand diese Liste zukommen lassen? Zum Glück gibt es noch die beiden Kantone AI und AR. Die gehen unverkrampfter mit dem Ostschweizer Thema um.

OLMA als Möglichkeit

Bald wird an der OLMA der Leu aus dem Thurgau los sein. Das könnte doch ein idealer Meilenstein sein, um in Zukunft verstärkt Appenzeller, Thurgauer und St. Galler Anliegen in Bern als Ostschweizer Themen einzubringen und sich gemeinsam für eine starke Ostschweiz zu engagieren. Tragen wir den Geist der OLMA nach Bern. Es liegt an uns allen.

Edith Graf-Litscher, SP-Nationalrätin

Die rechte Seite:

Ostschweiz: Quo vadis?

Gibt es die Ostschweiz? Immer wieder beschäftigen sich Politikerinnen und Politiker, aber auch Wirtschaftsleute in den unterschiedlichsten Gremien mit dieser Frage. Konsens findet man vor allem in der Beurteilung, dass die Ostschweiz im Zusammenhang mit Standortattraktivität im hinteren Bereich von Ranglisten zu finden sei.



Was ist überhaupt die Ostschweiz? Aus Sicht des Bundesamtes für Statistik besteht die Ostschweiz aus den Kantonen Glarus, Schaffhausen, Appenzell Ausserrhoden, Appenzell Innerrhoden, St.Gallen, Graubünden und Thurgau. Bei der Ostschweizer Regierungskonferenz ist auch Zürich als assoziiertes Mitglied dabei. Andere Gremien haben die Auffassung, dass Glarus, Schaffhausen und Graubünden nicht dazugehören. Haben wir ein grundsätzliches Identitätsproblem? Wie

auch immer, wir brauchen klare Fakten um zu beweisen, dass wir viel bieten können. Vor allem für jene, die das Gefühl haben, dass die Schweiz nach Winterthur aufhöre. Welche Fakten haben wir? Sind das etwa der Alpenbitter der Innerrhoder, die Silvester-Chläuse der Ausserrhoder, die Olma-Bratwurst der St.Galler oder der Most der Thurgauer? Genügt das? Haben wir auch etwas Gemeinsames?

Auch die beiden Industrie- und Handelskammern St.Gallen-Appenzell und Thurgau haben vor einigen Wochen zusammen mit politischen Grössen aus den vier Ostschweizer Kantonen St.Gallen, Thurgau, Appenzell Ausserrhoden sowie Appenzell Innerrhoden und vielen Gästen aus Politik und Wirtschaft versucht, diesen Ostschweizer-Fragen auf den Grund zu gehen. Für mich ist klar, dass allein der Wille für eine gemeinsame Zukunft nicht genügt – es braucht eine gemeinsame und klare Agenda. Diese muss sich grundsätzlich auf Kernthemen fokussieren. Für mich ist das beispielsweise die Stärkung der Attraktivität der Ostschweiz als Wohn- und Arbeitsort. Dazu gehört unter anderem ein zukunftsweisendes Bildungsangebot mit der Stärkung der Fachhochschulen durch strukturelle Anpassungen, einem zeitgerechten Ausbau im Bereich der Digitalisierung und den MINT-Kompetenzen auf allen Bildungsstufen sowie die Weiterentwicklung der Berufsbildung. Ein attraktives Steuerklima für Privatpersonen und Unternehmen gehört selbstverständlich auch dazu.

Kurzfristig bleibt zu hoffen, dass sich die Thurgauer auf die Rolle als Gastkanton an der Olma freuen und sie dabei von den St.Gallern herzlich empfangen werden. In diesem Sinn – schöne Olma!

Michael Götte ist Gemeindepräsident von Tübach und Fraktionspräsident der SVP SG

Seit 15 Jahren Begleiter der Wirtschaft

Das Unternehmermagazin LEADER gibt den Ostschweizer Unternehmen seit 15 Jahren eine Stimme und ist in dieser Zeit selbst zu einer geworden. Im Spannungsfeld zwischen Wirtschaft und Politik übernehmen wir seit der ersten Ausgabe die Rolle des Begleiters von Unternehmen und ihrer Geschichte – und manchmal auch die des Rufers in der Wüste.

Publikationen können ganz unterschiedliche Ziele haben. Manche informieren, andere unterhalten, wieder andere verbreiten eine Botschaft. Als das Ostschweizer Unternehmermagazin LEADER vor 15 Jahren ins Leben gerufen wurde, war es unser Anspruch, alles zugleich zu tun. Das ist eine interessante Mischung, wenn es gelingt – und klappt es nicht, ist das Scheitern vorprogrammiert. Denn es ist eine umfassende Aufgabe in die Breite, und es ist immer einfacher, eine Nische zu füllen, als auf verschiedenen Feldern Wirkung zu erzielen. Der Verlag, die MetroComm AG, entschied sich für eine Misch-

In den Anfängen haben wir den Schwerpunkt auf klassische Unternehmerporträts und Interviews mit Persönlichkeiten aus der Wirtschaft gelegt. Diese Elemente spielen auch heute noch eine grosse Rolle. Bald aber kam der politische Fokus dazu. Das war keine bewusste Entscheidung, sie wuchs mit jeder Begegnung. Denn in fast jedem Gespräch kam die Rede auf politische Rahmenbedingungen für Unternehmen, auf die Herausforderungen des Wirtschaftsstandorts. Die Geschichte einer Firma, das wurde bald klar, ist unvollständig, wenn sie nicht begleitet wird von einer Beleuchtung der Umstände. Unternehmen wollen, der Name sagt es, etwas unternehmen. Aber sie sind dabei nicht so frei, wie man oft glauben möchte, sondern eingespannt in das staatliche Korsett – und es spielt sehr wohl eine Rolle, wie eng dieses geschnürt ist.

Die Geschichte einer Firma, das wurde bald klar, ist unvollständig, wenn sie nicht begleitet wird von einer Beleuchtung der Umstände.

form: Thematisch breit, aber in einer geografischen Nische. Ein Magazin für die Ostschweiz, bestritten nur mit Stimmen aus der Ostschweiz: Das war die Idee, die, wir erinnern immer wieder gern daran, von selbsterklärten Experten zu Beginn als zu wenig tragfähig bezeichnet wurde.

Leser und Protagonisten zugleich

15 Jahre später steht längst fest, dass die Idee durch- aus trägt. Das liegt vielleicht auch an einer Besonderheit: Die Ostschweizer Unternehmerinnen und Unternehmer spielen in unserem Magazin eine Doppelrolle. Sie sind unsere Leser und geniessen es, für einmal nicht mit Namen und Ereignissen aus den sogenannten Metropolen berieselt zu werden, sondern aus ihrem eigenen Lebensraum. Und sie sind gleichzeitig selbst Akteure in diesem Umfeld, indem sie für uns die Türen öffnen, ihre Erfolgsgeschichten erzählen und andere an ihren Erfahrungen teilhaben lassen. Hier begegnen sich die Leser und die Protagonisten auf Augenhöhe.

Zur Stimme geworden

Deshalb hat der LEADER je länger, desto stärker begonnen, den Unternehmern nicht nur eine Plattform zu bieten, sondern auch selbst eine Stimme zu sein, das auszusprechen, was die Wirtschaft belastet. Natürlich haben nicht alle Firmeninhaber und Führungskräfte dieselbe Auffassung, wie der Staat auszusehen und was die Politik zu tun hat. Es gibt aber eine grosse Schnittmenge an Bedürfnissen. Dabei geht es keineswegs um Vergünstigungen oder Rosinen für Unternehmen, sondern in erster Linie um den Spielraum, der den Unternehmen gewährt wird. Sie gedeihen nachweislich dann am besten, wenn sie möglichst wenig Einschränkungen unterworfen sind.

Kritiker einer freien Wirtschaft monieren an solchen Aussagen stets, dass die Gesellschaft geschützt werden müsse vor zu viel unternehmerischer Freiheit. Sie gehen davon aus, dass Arbeitnehmer ausgenutzt und die Natur zerstört wird, wenn Unternehmer eine lange Leine geniessen. Das kann nur denken, wer im Alltag wenig Berührung mit der Wirtschaft hat. Unternehmer sind auch Väter und Mütter, Vereinsmit-



Die LEADER-Redaktoren
Marcel Baumgartner
(links) und Stefan Millius.

glieder, ehrenamtlich Engagierte und so weiter. Sie interessieren sich für gesellschaftliche Fragen und die Zukunft. Und sie wissen sehr wohl, dass es für den wirtschaftlichen Erfolg eine funktionierende Sozialpartnerschaft und eine intakte Umwelt braucht. Mehr Spielraum für Unternehmen bedeutet nicht, dass die vorhandenen menschlichen und natürlichen Ressourcen schlecht behandelt oder Raubbau

Allerdings sind die kritischen Stimmen sehr laut, und Unternehmer haben oft nicht die Zeit, ihnen zu begegnen – sie müssen schliesslich arbeiten.

an ihnen betrieben wird. Niemand will eine völlig regelungsfreie Wirtschaft. Es geht schlicht und ergreifend darum, ohne unnötige Einschränkungen arbeiten und wachsen zu können. Wir haben zudem in 15 Jahren direktem Austausch mit Unternehmerpersönlichkeiten niemanden getroffen, der sich nicht mit Herzblut für seine Angestellten eingesetzt hätte und dem die natürlichen Ressourcen egal sind. Es mutet auch immer seltsam an, wenn Leute, die zeitlebens nie einen einzigen Arbeitsplatz geschaffen haben, anderen diktieren wollen, wie sie das richtig zu machen haben.

In deutlichen Worten

Allerdings sind die kritischen Stimmen sehr laut, und Unternehmer haben oft nicht die Zeit, ihnen

zu begegnen – sie müssen schliesslich arbeiten. Und so mancher CEO scheut sich auch davor, staatliche Missstände öffentlich kundzutun, weil er fürchtet, beim nächsten Bewilligungsverfahren nicht unbedingt auf den Goodwill der Behörden zählen zu können, wenn Spielraum bestünde. Ganz allgemein mögen sich viele Unternehmer nicht politisch äussern, es ist schlicht nicht ihr Spielfeld. Deshalb haben wir es zu unserem gemacht. Der LEADER kann nie die Stimme der gesamten Wirtschaft sein, dazu ist sie zu vielfältig. Aber die entscheidenden Fragen, von denen sich fast jeder Betrieb berührt sieht, stellen wir zur Diskussion. Gerne auch in deutlichen Worten.

15 Jahre: Das ist fast eine Generation. In dieser Zeit hat der LEADER verschiedene Phasen der wirtschaftlichen Entwicklung begleitet, gute und bessere bis hin zur eigentlichen Krise. Es war spannend zu beobachten, mit welcher Ruhe und Professionalität die meisten Unternehmen auch schwierige Jahre gemeistert haben. Viele Firmen sind sogar gestärkt aus dem Tief hervorgegangen. Der Fokus der Gespräche hat sich in solchen Phasen verändert, doch letztlich ging es den Unternehmern abseits der gerade herrschenden Bedingungen immer darum, das Firmenschiff durch Untiefen zu steuern und in einen sicheren Hafen zu bringen – ohne nach dem Staat zu ruhen. Sie werden das auch in den nächsten 15 Jahren tun. Weiterhin mit unserer Begleitung.

Text: Stefan Millius und Marcel Baumgartner

Bild: Stéphanie Engeler

Von umstrittenen Titelnbildern und schweisstreibenden Momenten

In den Händen halten Sie die 133. Hauptausgabe des LEADERs.
Ein kleiner Streifzug durch die 15-jährige Geschichte anhand der Covers.
Mit Hintergründen, Anekdoten und unnützem Wissen.



Ausgabe 1 – September 2002

Die allererste LEADER-Ausgabe erschien im September 2002 mit einem stattlichen Umfang von 84 Seiten. Der Anzeigenverkauf lief dermassen gut, dass zahlreiche redaktionelle Seiten nachproduziert werden mussten, um ein ausgewogenes Verhältnis zu bekommen. Das Sujet für das Cover wurde dann sprichwörtlich in den letzten Minuten erstellt – schlicht und ergreifend, weil es in der ganzen Hektik untergegangen war. Das Titelbild

ist keine Glanzleistung, aber es wird für immer den Auftakt für das heute breit etablierte Unternehmensmagazin symbolisieren.



Ausgabe 4 – Februar 2003

Ab der vierten Ausgabe setzten wir für längere Zeit auf den Top-Fotografen Jorma Müller. Selten waren die Shootings so aufwendig, stets waren die Resultate kleinere Kunstwerke. Das Titelbild der Februar-Ausgabe von 2003 ist auch heute noch ein Hingucker. Blättert man hingegen den Inhalt durch, wirkt die Darstellung doch recht verstaubt.

Ausgabe 19 – November/Dezember 2004

Wir geben es zu: Anfangs schoss es sich leicht scharf. Wir hatten eine gewisse Narren-

freiheit als neue Publikation. Und geschossen wurde vorwiegend nach links – wie eigentlich auch heute noch. Die LEADER-Rangliste der Wachstums-Verhinderer führte zu zahlreichen Reaktionen – wie auch das Titelbild mit dem Kreuz, das auf einem Wiler Friedhof fotografiert wurde. Platz eins bei den Verhinderern belegte der Verkehrsclub der Schweiz, gefolgt von den Gewerkschaften. Schön, dass wir in der gleichen Ausgabe auch noch ein Interview mit SP-Politiker Paul Rechsteiner

publizierten konnten. Seither kennt und unterschätzt er unsere Publikation.



Ausgabe 21 – Mai 2005

Seit jeher pflegen wir einen guten Austausch mit der IHK St.Gallen-Appenzell. Kein Wunder: Die Werte sind mehrheitlich deckungsgleich. Als die IHK im Mai 2005 an einer Pressekonferenz – einen Tag vor Druckabgabe des LEADERs – klare Forderungen aufstellte, wie KMU entlastet werden sollen, schaufelten wir kurzerhand neun Seiten im Inhalt sowie das Cover frei, um dem gebührend Raum zu geben. Es ist die einzige Titelseite, die dreigeteilt wurde. Sowohl Konrad Hummler als auch Hubertus Schmid kamen später nochmals auf die Frontseite.





Ausgabe 32 – Juni 2006

Dieses Sujet hing in einem grösseren Format längere Zeit in den Redaktionsräumen an der Neugasse in St.Gallen, wo es auch aufgenommen wurde – nicht durch einen Fotografen, sondern durch ein Redaktionsmitglied. Die St.Galler Stiftsbibliothek im Hintergrund wurde selbstverständlich nachträglich hineinmontiert. Tatsächlich war es in den Anfangszeiten gang und gäbe, dass der Journalist auch gleich das Bild schoss – und dies nicht digital, sondern damals noch auf Film, was aufgrund der Warterei und Unsicherheit zu schweisstreibenden Momenten führen konnte.

Ausgabe 45 – November/Dezember 2007

Okay, wir wissen heute nicht mehr, weshalb wir Roger Köppel auf die Titelseite genommen haben. Der Grundsatz, nur Ostschweizer Köpfe abzubilden, wurde damit komplett ignoriert. Wahrscheinlich hat uns einfach das Bild so gut gefallen. Auch das Interview ist uns noch bestens in Erinnerung geblieben. Unter anderem deshalb, weil das Aufnahmegerät nach rund zehn Minuten den Geist aufgegeben hatte und der Journalist sich bei der Umsetzung des fünfseitigen Interviews ausschliesslich auf seine Erinnerungen stützen konnte.



Ausgabe 50 – Juni 2008

Im Juni 2008 erfolgte endlich ein umfassender Relaunch des LEADERS.



Unter anderem verschwand damit das farbige «D» im Titel. Ab dieser Ausgabe war Fotograf Bodo Rüedi für die optischen Highlights zuständig. Er setzte in mehreren Jahren unzählige Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Politik perfekt in Szene. Und dies oftmals so gut, dass wir uns nur schwer für ein Sujet entscheiden konnten. In der Ausgabe 50 hatten wir beispielsweise die Wahl zwischen Konrad Hummler, Edgar Oehler, Karin Keller-Sutter, Pierin Vincenz und Werner Signer.

Ausgabe 56 – März 2009

Der Machtkampf rund um das Konstrukt des FC St.Gallen wurde bekanntlich sehr emotional geführt und nahm auch im LEADER regelmässig Raum ein. Für die Öffentlichkeit



waren die Zusammenhänge nur schwer verständlich. Wir analysierten das damals umfassend und präsentieren eine überschaubare Auslegung. Das Titelbild mit Hüppi, Oehler, Mistura und Froehlich löste entsprechendes Echo aus. Unter anderem wurde es von externer Stelle mit dem Begriff «Trachtengruppe» kommentiert.

Ausgabe 53 – Oktober 2008

Die Titelgeschichte, die bei uns intern am heftigsten diskutiert wurde. Dass wir mit Carl-Friedrich



Frey alias Akron einen Magier und Astrologen von Weltruf inszenierten, ist damals nicht bei allen auf Anklang gestossen. Und dann noch die Schlagzeile «Unser Wirtschaftssystem ist wie ein wucherndes Krebsgeschwür» ... Die Anzeigenabteilung befürchtete in der Folge heftige Einnahmeeinbussen. Deshalb setzten wir in der Folgeausgabe wieder ganz auf das Kapital und bildeten Casino-Direktor Massimo Schawalder mit der Aussage «Man hat mich schon als Teufel bezeichnet» ab.



Martel.
Magische Weinmomente.

Martel am Bahnhof St.Gallen
Poststrasse 11

Martel im Neudorf St.Gallen
Lerchentalstrasse 15

Martel am Bellevue Zürich
Rämistrasse 14

www.martel.ch



Ausgabe 68 – Juni/Juli 2010

Die beiden Konzeptkünstler Frank und Patrik Riklin stiegen für dieses Shooting extra auf einen Berg. Die Aufnahmen sind einzigartig und wurden in der Folge auch in zahlreichen anderen Publikationen verwendet – was uns nicht stört, sondern ehrt. In derselben Ausgabe publizierten wir ausserdem ein Interview mit Wirtschaftsprofessor Franz Jaeger – ein Mann, der durchaus auch würdig fürs Cover gewesen wäre.

Mit dem damals 68-jährigen Jaeger wurde ein Interviewzeitraum von einer Stunde definiert, letztlich wurden drei Stunden daraus. Spätestens ab dann wussten wir: Der Mann hat etwas zu sagen – und Zeit.

Ausgabe 100 – Januar/Februar 2014

Ja, viele Frauen hatten wir in den 15 Jahren wirklich nicht auf dem Cover – wofür man uns auch schon kritisierte. Etwas Boden gut



machten wir aber im Jahr 2014, als wir Ruth Metzler-Arnold, Caroline Forster und Caroline Magerl-Studer auf den Titel setzten. Übrigens druckten wir die 100. Ausgabe ohne grosses Aufsehen und Spektakel. Sie war mit einem Umfang von 116 Seiten zwar aussergewöhnlich umfangreich, aber nicht etwa aufgrund der runden Zahl, sondern wegen zahlreicher Inserateplatzierungen. Unter uns gesagt: Wir haben erst später bemerkt, dass es die 100. Ausgabe des LEADERS war...

Ausgabe – Januar/Februar 2016

Die Tagblatt-Medien würden uns öffentlich nie als Konkurrenz bezeichnen – wohl eher als

kleinen Fisch im Becken. In den vergangenen 15 Jahren kam es aber dennoch zum einen oder anderen Austausch. Einer davon fand vor Jahren in den Verlagsräumen vom LEADER statt und spitze sich derart zu, dass selbst Anwesende im Stock darüber die Diskussion mitbekamen. Übrigens: Der damalige Tagblatt-Verantwortliche hat heute eine andere Funktion inne – und pflegt ein sehr gutes Verhältnis zur LEADER-Truppe.



Ausgabe 74 – März 2011

Edgar Oehler hat uns einige Geschichten für den LEADER geliefert – und entsprechend auch vier Mal das Cover für sich beansprucht – hier bei seinem Abgang als AFG-CEO im März 2011 das (vorläufig) letzte Mal. Damit setzt er die Bestmarke, was einem Mann wie ihm gefallen dürfte. Gerüchteweise soll er in seiner Marketingabteilung schon einmal einen LEADER im hohen Bogen durch die Räume geworfen haben. Nicht, weil ihm die Inhalte nicht zusagten, sondern weil einer seiner Konkurrenten mehr Inserateseiten gebucht hatte als «seine» AFG.



Ausgabe 113 – Juni/Juli 2015

Auch intern werden Kämpfe ausgetragen. Nicht immer

decken sich die Ansichten der Redaktion mit der Verlagsleitung. Nicht immer ist man sich einige, wer eine Geschichte wert ist und wer nicht. Und ganz sicher sind hierbei auch die externen Ansichten vollkommen unterschiedlich. Das vorliegende Cover wurde nicht gewählt, weil die Ausgabe inhaltlich überzeugt – das tut sie in diesem Fall zugegeben effektiv nicht –, sondern weil es wohl eines der besten Titelbilder ist, die wir je hatten.



Bereit für Bern?

In der Oktoberausgabe 2005 fühlte die LEADER-Redaktion den vier Wirtschaftsförderern der Kantone St.Gallen, Thurgau, Innerrhoden und Ausserrhoden auf den Zahn. Mit dabei war der heutige Direktor der Genossenschaft Olma Messen St.Gallen, Nicolò Paganini (*1966). Im Interview erinnert er sich an sein damaliges Tätigkeitsfeld und spricht über einen möglichen Einzug in den Nationalrat.

Nicolò Paganini, in der LEADER-Ausgabe vom Oktober 2005 luden wir den St.Galler, den Thurgauer und die beiden Appenzeller Wirtschaftsförderer an einen Tisch. Wissen Sie noch, wer damals in den anderen Kantonen die Fäden zog?

Ja, ich denke das war die Zeitperiode mit Andreas Balg im Thurgau, Ruedi Aerni in Ausserrhoden und Dominik Baldegger in Innerrhoden.

Korrekt. Sie sprachen damals in der Funktion als Leiter Amt für Wirtschaft des Kantons St.Gallen. Wie haben Sie diese berufliche Zeit in Erinnerung?

Am Anfang meiner Zeit als Amtsleiter war ich in grösseren Fällen wie dem Untergang der Swiss Dairy Food gefordert. Nachher standen das Ansiedlungsgeschäft oder der Aufbau der tripartiten Kommission zu den flankierenden Massnahmen zur Personenfreizügigkeit im Fokus. Wichtig war mir immer, neben der Arbeit im Büro hinaus zu den Unternehmen zu gehen, Unternehmungen zu besuchen oder den Firmenvertretern an Anlässen zu begegnen. Ich wollte für die Vertreter der Wirtschaft «einfach greifbar» sein und als ihr Vertreter innerhalb der

«Am Anfang meiner Zeit als Amtsleiter war ich in grösseren Fällen wie dem Untergang der Swiss Dairy Food gefordert.»



Olma-Direktor Nicolò Paganini: «Wir müssen gute Cashflows erzielen.»

kantonalen Verwaltung für Wirtschaftsangelegenheiten kämpfen können.

Welches waren Highlights, die Sie während Ihrer Wirkungszeit setzen konnten?

Das letzte Jahrzehnt war für das Ansiedlungsgeschäft interessant. Der Kanton St.Gallen konnte – nicht nur, aber auch – dank einer professionellen Standortförderung immer wieder schöne Erfolge feiern. Mit einer harten Haltung bei der Vergabe von Bundes- und Kantonsdarlehen konnten wir die Fusion der Bergbahnen am Pizol erzwingen. Aus einer Industriebranche am Walensee wurde ein Ferienresort. Wirtschaftliche Schwerpunktgebiete wurden systematisch für die Vermarktung fit gemacht. Plötzlich wurde die halbe Welt mit Red Bull aus dem Rheintal versorgt. Wichtige Ansiedlungen wie zum Beispiel die der Würth-Gruppe in Rorschach nahmen ihren Anfang noch in meiner Amtszeit.

Heute sind Sie Direktor der Olma-Messen. Sind hier andere Kompetenzen gefragt?

Natürlich stehen bei den Olma-Messen betriebswirtschaftliche Ziele mehr im Mittelpunkt. Wir müssen gute Cashflows erzielen, damit wir laufend in Infrastruktur und Messen investieren können. Wie in der früheren Tätigkeit ist auch hier die Pflege eines guten Netzwerks zu Ausstellern, Verwaltung, Politik oder Medien sehr wichtig. Schön ist, dass die Wirkung der eigenen Tätigkeit häufig sehr rasch sichtbar ist: an begeisterten Messebesuchern oder an zufriedenen Ausstellern.

Bei den jüngsten Nationalratswahlen wurden Sie auf der CVP-Liste erster Ersatz. Gut möglich, dass Sie bald den Platz von Jakob Büchler erben. Sind Sie bereit für Bern?

Es ist nicht so, dass ich den Fahrplan nach Bern bereits auswendig gelernt hätte. Wenn «bereit sein» aber meint, dass ich bei einem allfälligen Rücktritt aus der St.Galler CVP-Nationalratsdelegation das Amt mit viel Freude und grossem Respekt antreten würde: Ja, dann bin ich bereit.

Liesse sich dieses Mandat mit Ihrer jetzigen Funktion verbinden?

Diese Frage habe ich mit meinem Verwaltungsrat sowie der Geschäftsleitung selbstverständlich besprochen, bevor ich mich 2015 auf die Nationalratsliste setzen liess. Die Bereitschaft zu organisatorischen Anpassungen zu meiner Entlastung wurde mir klar signalisiert. Es würde bestimmt nicht einfach werden, alles unter einen Hut zu bringen. Aber noch immer ist der Nationalrat als Milizparlament aufgestellt. Da würde ich gerne die Perspektive eines Ostschweizer KMU einbringen.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg

Weniger «wilde» Käufe

Unter der Marke «Goodtimer» bietet die Autofocus AG von Marcel A. Widler seit 2004 ausschliesslich servicegepflegte Oldtimer mit Reparturnachweisen und bekannter Historie an. Das Unternehmen mit Sitz in St.Margrethen spürt dabei auch die Bewegungen in den Aktienmärkten.

Marcel A. Widler, im Artikel in der LEADER-Ausgabe vom September 2009 sprachen Sie von einem «regelrechten Boom». Wir titelten damals «Die fahrbare Geldanlage». Könnte man diese Überschrift auch heute noch setzen?

Es gilt derselbe Grundsatz: Oldtimer gehören heute noch zu den beliebtesten Geldanlagen und reihen sich bereits vor der Kunstszene ein. Die Popularität ist in den vergangenen Jahren angestiegen – und auch der Wettbewerb. Viele Neueinsteiger in der Branche wittern das Geschäft und ruhen sich auf Marktkennntnissen aus. Das führt oftmals zu Fehlkäufen und Enttäuschungen, da weder die Originalität noch der Zustand des Fahrzeuges den Werterhalt sichern und Freude bereiten. Dass ein klassisches Automobil nebst Marktkennntnissen auch Erfahrung der Historie und der Technik benötigt, wird oftmals unterschätzt.



Marcel A. Widler

Spüren Sie eins zu eins, wenn sich die Aktienmärkte in eine negative Richtung bewegen?

Ja, negative Schlagzeilen führen spürbar zu mehr Anfragen in unserem Oldtimerzentrum. Da sich die Aktienmärkte jedoch seit Jahren volatil und somit unzuverlässig für den Anleger bewegen, ist hier generell eine Beruhigung eingetreten. Ähnlich wie im Aktienmarkt hat der Anleger auch bei Oldtimern gespürt, dass es sich lohnt, vorher den Markt zu prüfen und eine Expertise einzuholen. Die Euphorie ist einer gut bedachten Auswahl gewichen.

Nicht wenige Branchen mussten sich in der Vergangenheit neu erfinden. Wie verhält sich das in Ihrem Business?

Die wilden Käufe haben sich zum Glück stark reduziert. Es ist Know-how gefragt, der Käufer erkundigt sich bei Experten und prüft das Fahrzeug intensiver vor dem Kauf. Es sind auch vermehrt Dienstleistungen gefragt, insbesondere Expertisen zum technischen Zustand und der Originalität eines Oldtimers. Nachhaltigkeit im Oldtimergeschäft kann jemand nur aufrechterhalten, wenn er auch über eine Werkstatt für den Unterhalt und Reparaturen verfügt sowie bei der Ermittlung des Fahrzeugzustandes, beim Transport und bei der MFK-Veteranenprüfung helfen kann.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg

«Der Thurgau reagiert besonders sensibel»

In der allerersten LEADER-Ausgabe wurde das Konstrukt eines «Kantons Ostschweiz» thematisiert. Eine Vision, die vom damaligen Chefökonom der IHK St.Gallen-Appenzell, Peter Eisenhut (*1955), abgelehnt wurde. Heute ist Eisenhut Inhaber der ecopol AG mit Sitz in St.Gallen. Einen «Superkanton» hält er nach wie vor für unrealistisch.

Peter Eisenhut, in der ersten LEADER-Ausgabe gingen wir der Frage nach, ob ein Kanton Ostschweiz zukunftsgerichtet wäre. Sie sprachen sich damals in der Funktion des IHK-Chefökonom klar dagegen aus. Auch heute noch?

«Wenn wir das Niveau des BIP und der Produktivität betrachten, liegt der Wohlstand der Ostschweiz unter den meisten Regionen der Schweiz.»

Ein Kanton Ostschweiz ist heute ebenso unrealistisch wie vor 15 Jahren. Einen solchen «Superkanton» will weder die Politik noch die Bevölkerung. So sind die beiden Appenzeller Halbkantone darauf bedacht, sich zu differenzieren und nicht in einen gemeinsamen Topf geworfen zu werden. Der Kanton Thurgau reagiert besonders sensibel auf dominantes Gebaren des Kantons St.Gallen. Es bleibt dabei: Die kantonalen Identitäten sind so lebendig, dass ein Kanton Ostschweiz ein reines Planspiel ist. So bleibt nichts anderes übrig, als die Nachteile der



*Wirtschaftsexperte
Peter Eisenhut: «Leider
ist es der Region bisher
nicht gelungen, dieses
Potenzial zu nutzen.»*

kleinräumigen Struktur und das Lamentieren über den beschränkten Einfluss auf Bundesbern auf anderen Wegen wettzumachen.

Grundsätzlich: Wie steht die Region Ostschweiz heute im schweizweiten Vergleich da?

Die Ostschweiz hat die Jahre nach der Finanz- und Wirtschaftskrise und dem Frankenschock erstaunlich gut gemeistert. Im Vergleich mit anderen Regionen war die Entwicklung der Exporte zwar unterdurchschnittlich, aber die wesentlichen Treiber der Ausfuhren der Schweiz waren die Pharma- und die Uhrenindustrie sowie der Handel mit Rohstoffen, die in der Ostschweiz schwach vertreten sind. Die MEM-Industrie der Ostschweiz hat sich im Regionenvergleich hingegen überdurchschnittlich gut gehalten. Besonders erfreulich ist der relativ starke Anstieg der Arbeitsproduktivität in der Ostschweiz, der eine Voraussetzung zur Steigerung des Wohlstandes ist. So ist denn auch das BIP pro Kopf in unserer Region in den letzten Jahren stärker gestiegen als im schweizerischen Durchschnitt.

Das ist erfreulich. Wo sind die Schattenseiten?

Wenn wir das Niveau des BIP und der Produktivität betrachten, liegt der Wohlstand der Ostschweiz unter den meisten Regionen der Schweiz. Ebenso unter dem Landesdurchschnitt liegt das Ressourcenpotenzial (die steuerbaren Einkommen und Vermögen), weshalb die Ostschweizer Kantone auch zu den Nehmerkantonen im nationalen Finanzausgleich gehören. Eigentlich liegt die Ostschweiz inmitten einer bedeutenden Metropolitanregion, nämlich in der Vierländerregion Bodensee, einer Gegend mit hoher wirtschaftlicher Potenz und entsprechendem Angebot an Arbeitsplätzen. Leider ist es der Region bisher nicht gelungen, dieses Potenzial zu nutzen.

Und für Sie persönlich: Welches waren die Meilensteine in den vergangenen 15 Jahren?

Der bedeutendste war 2008 die Gründung der ecol AG. Besonders freue ich mich über die langjährige und sehr gute Zusammenarbeit mit der St.Galler Kantonalbank beim Thema Ostschweizer Konjunktur. Mein Geschäftspartner Max Koch hat in den letzten Jahren das Beratungsgeschäft der ecol ag mit Erfolg auf die Gemeinden ausgedehnt. Wichtig sind mir auch mein Verwaltungsratsportfolio und der damit verbundene Bezug zu den aktuellen wirtschaftlichen Herausforderungen für Unternehmen. Zudem bin ich Präsident des Think Tank Zukunft Liechtenstein und Autor des Lehrbuches «Aktuelle Volkswirtschaftslehre».

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg

Wie Erfolgsgeschichten entstehen

«Der Megatrend in unserer Gesellschaft bewegt sich in Richtung «Ikea-isierung»», sagt Michael Fischbacher (*1970). Vor neun Jahren wurde er CEO der Christian-Fischbacher-Gruppe in St.Gallen.



Michael Fischbacher

Michael Fischbacher, 2008 übernahmen Sie die Führung der Christian Fischbacher Co. AG. Damals sagten Sie, Ihr Ziel sei, das zu bewahren, was sich bewährt hat, und jenes zu verändern, wo Bedarf bestehe. Welche Veränderungen haben Sie eingeleitet?

Die Zeit seit 2008 war für unsere Industrie turbulent. Wir haben viel verändert, haben es aber geschafft, unsere Stärken zu erhalten: die grosse Leidenschaft für besondere Textilien und ein kompromissloses Bekenntnis zu Qualität in allen Bereichen. Das ist die Basis, von der aus wir agieren und uns für Neues öffnen.

Mit Ihnen steht die sechste Generation an der Spitze der Firma. Auf welche Werte wird im Familienunternehmen seit jeher gesetzt?

Für uns steht der Respekt für den Mitmenschen an erster Stelle. Respekt für unsere Kunden und unsere Mitarbeiter, aber auch für unsere Lieferanten. Als Hersteller hochwertiger Bettwäsche und Einrichtungstoffe legen wir viel Wert auf höchste Produktionsstandards, Kreativität und einen gewissen Feinsinn in allem, was wir tun.

Die Textilindustrie musste sich schon mehrmals neu erfinden. Vor welchen Herausforderungen stehen Sie aktuell?

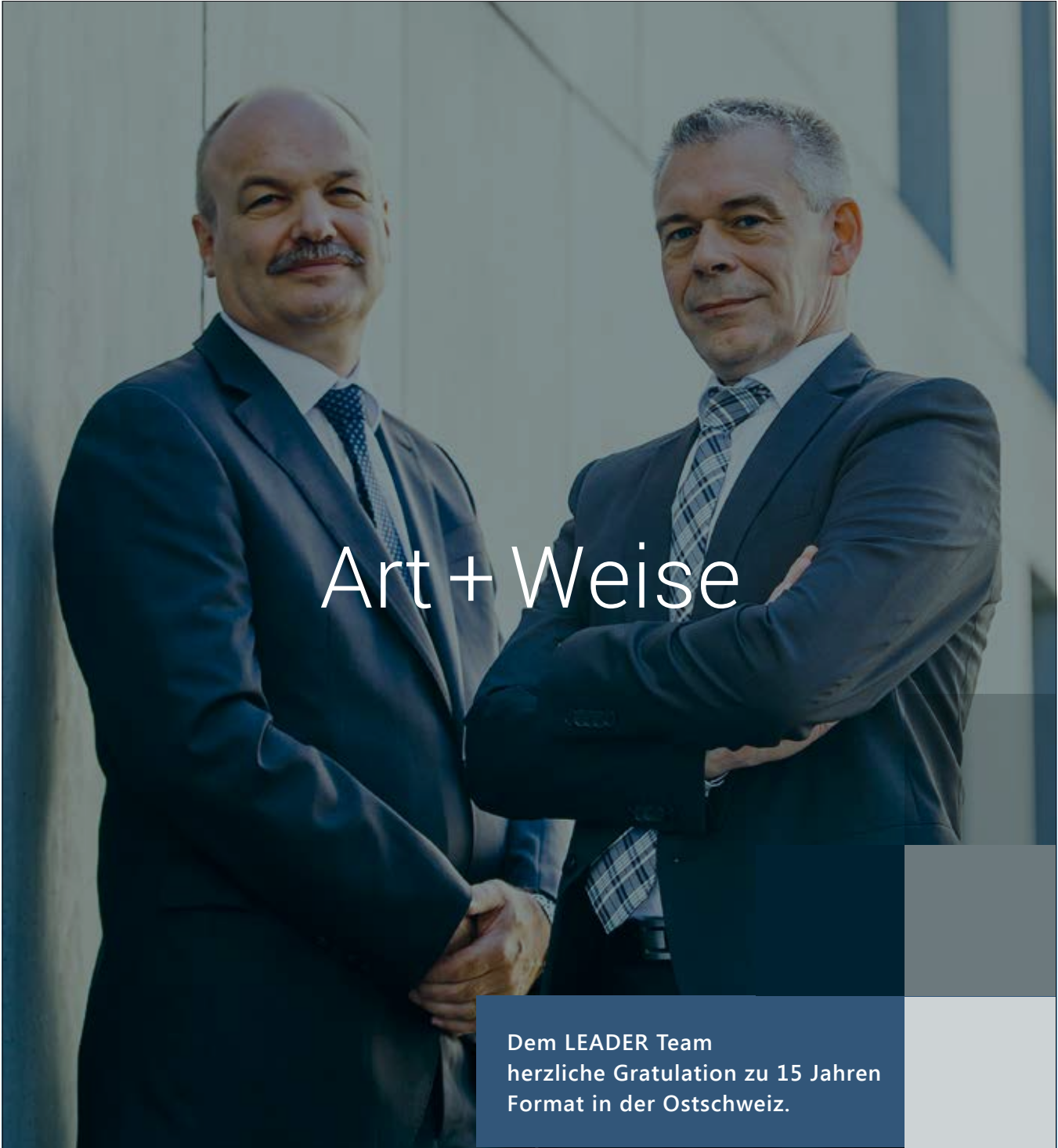
Der Megatrend in unserer Gesellschaft bewegt sich in Richtung «Ikea-isierung» – und das ist eine Herausforderung. Für uns ist Nachhaltigkeit auch eine Frage des Konsums. Wir verstehen es als unsere Aufgabe, Konsumenten von Produkten zu überzeugen, die aufgrund ihrer Qualität auf Langlebigkeit ausgelegt sind und damit bereits nachhaltig sind. Es freut uns, dass wir damit gerade jüngere Zielgruppen erreichen. Natürlich denken wir als Hersteller auch über alternative Materialien nach. Es macht uns stolz, dass wir als erstes Textilunternehmen hochwertige Einrichtungstoffe entwickeln konnten, die aus Plastikflaschen recycelt sind.

Was ist entscheidender: Tradition oder Innovation?

Tradition ist etwas Schönes, das es zu erhalten gilt. Aber erst, wenn aus diesen Wurzeln Innovation erwächst, entstehen daraus Erfolgsgeschichten.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg



Art + Weise

**Dem LEADER Team
herzliche Gratulation zu 15 Jahren
Format in der Ostschweiz.**

Was ein Treuhand- und Revisionsunternehmen tut, wissen Sie selber nur zu gut. Interessanter für Sie dürfte die Art und Weise sein, wie wir das tun, und welchen

konkreten Nutzen Sie aus einer Zusammenarbeit mit uns ziehen. Dies und mehr erfahren Sie auf unserer Website oder bei einem persönlichen Gespräch.

Keel + Partner AG
9001 St. Gallen
T 071 228 29 00
www.k-partner.ch

Wirtschaftsprüfung
Wirtschaftstreuhand
Wirtschaftsberatung
Steuerberatung



Keel + Partner AG
Wirtschaftsprüfung und Beratung

«Wischiwaschi-Kurs»

In der LEADER-Ausgabe vom Juni/Juli 2005 sprach Marc Mächler (*1970) – kurz nach der Wahl zum FDP-Präsidenten des Kantons St.Gallen – über seine weiteren politischen Optionen. 2016 wurde er in den St.Galler Regierungsrat gewählt. Die Laufbahnplanung scheint aufgegangen zu sein.



Regierungsrat
Marc Mächler

Marc Mächler, wie erleben Sie die bisherige Zeit im Regierungsrat?

Das Amt ist höchst spannend. Seit mehr als einem Jahr habe ich das Privileg, diesem Siebner-Gremium angehören zu dürfen. Auch wenn die Tage aufgrund des engen Terminkalenders intensiv sind, macht mir die Arbeit viel Freude.

«Ich bin mir bewusst, dass nicht alle Entscheide überall gleich viel Freude auslösen.»

Sie sagten damals im Interview, dass der «Wischiwaschi-Kurs», den gewisse Politiker anderer Parteien fahren, nur um niemandem auf die Füsse treten zu müssen, nicht zum Erfolg führe. Sind Sie in Ihrer Zeit als FDP-Präsident vielen auf die Füsse getreten?

Ich bin überzeugt, dass die FDP in den letzten Jahren ihr Profil deutlich geschärft hat und damit auch die Positionen der Partei heute klarer sind. Dies war mir 2005, als ich Parteipräsident wurde, sehr wichtig. Ich habe deshalb diesen Verweis auf den «Wischiwaschi-Kurs» gemacht. Will man in der Politik Taten

vollbringen, so ist es eine Realität, dass man es dabei nicht allen recht machen kann. Diese Tatsache gilt auch für mich als Regierungsrat: Ich bin mir bewusst, dass nicht alle Entscheide überall gleich viel Freude auslösen.

Muss man als Regierungsrat zwingend eine andere Linie fahren als als Parteipräsident? Auch vom Regierungsrat wünscht man sich oft, dass er stärker in Erscheinung tritt.

Aus meiner Sicht ist es richtig und gewünscht, dass jeder Regierungsrat die Wertvorstellungen seiner jeweiligen Partei einbringt. Damit ist sichergestellt, dass in der Gesamregierung alle Interessen ausreichend vertreten sind. Selbstverständlich kann aber ein Regierungsrat nicht in allen Fragen seiner Partei folgen. Dies geht schon aufgrund des Kollegialitätsprinzips nicht.

Ein weiteres Zitat aus dem besagten Interview ist «In der Finanzpolitik gehöre ich zu jenen, die einen harten Kurs fahren». Nun sind Sie Vorsteher des Baudepartements. Wie hart ist Ihr Kurs in diesem Segment?

Ich gehörte während meiner Zeit im Kantonsrat zwölf Jahre der Finanzkommission an. Es trifft zu, dass ich in dieser Zeit eine gradlinige Politik eines ausgeglichenen Haushalts vertrat. Ich denke, damit habe ich mir eine relativ hohe Reputation als Finanzpolitiker erarbeitet. Auch als Regierungsrat setze ich mich dafür ein, dass wir mit den Steuergeldern haushälterisch umgehen. Unsere Ausgaben sollen sich nach den Einnahmen richten und nicht umgekehrt.

Vor welchen entscheidenden Hürden stehen Sie derzeit?

Als Vorsteher des Baudepartements habe ich viele Grossprojekte und ich darf – ja muss sogar – viele Baustellen haben. Wichtige Grossprojekte sind zum Beispiel die Erweiterung der Universität St.Gallen, der Hochwasserschutz am Rhein oder die Engpassbeseitigung auf der St.Galler Stadtautobahn.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg

«Übung erfüllt!»

Neben dem LEADER feiert auch IHK-Direktor Kurt Weigelt (*1955) 2017 ein Jubiläum: Seit zehn Jahren lenkt er die Wirtschaftskammer. 2007 musste Weigelt gewissermassen den «Karren aus dem Dreck ziehen». Ein Rückblick auf die Anfänge und ein Ausblick auf das Ende einer Ära.

Kurt Weigelt, im April 2007 wurden Sie zum neuen Direktor der IHK St.Gallen-Appenzell gewählt. Sie feiern damit heuer Ihr Zehn-Jahres-Jubiläum. Welche Bilanz ziehen Sie?

Meine Wahl zum IHK-Direktor war nicht das Resultat einer langfristigen Strategie. Vielmehr hat plötzlich alles zusammengepasst: Einerseits meine Ausbildung, die ich mit einer Doktorarbeit zu Fragen der

wir einiges erreicht haben: Unsere Dienstleistungen, Veranstaltungen und Publikationen stossen auf grosses Interesse. Die eigene Grundlagenarbeit gibt uns die Möglichkeit, unabhängig und selbstbewusst an politischen Diskussionen teilzunehmen. Uns geht es dabei immer um die Sache. Die Herausforderungen werden aber nicht kleiner: Auch wir müssen uns dem durch die Digitalisierung angetriebenen gesellschaftlichen Wandel stellen.

«Mein Ziel war und ist es, die IHK wie ein Unternehmen zu führen.»

*IHK-Direktor Kurt Weigelt:
«Als Insider wusste ich,
was mich erwartet.»*

politischen Willensbildung abschloss. Andererseits meine Erfahrungen als Geschäftsführer im eigenen Betrieb. Mein Ziel war es, dieses Wissen zu verbinden und in die IHK einzubringen. Heute denke ich, dass

Die IHK stand damals ein wenig in Schieflage. Ihr Vorgänger Peter Schmid gab das Amt nach nur neun Monaten ab. Er konnte die Lücke, welche Hubertus Schmid hinterliess, nicht ausfüllen. Fühlten Sie sich unter Druck?

Vor meiner Wahl zum Direktor war ich während zehn Jahren Vorstandsmitglied der IHK. Als Insider wusste ich, was mich erwartet. Gleichzeitig kannte ich das grosse Potenzial der IHK. Dies setzte mich nicht unter Druck. Vielmehr hat es mich motiviert, die IHK in verschiedenen Aspekten neu zu erfinden.

Wir titelten damals «Kurt Weigelt – die neue Hoffnung der IHK». Mit welchem persönlichen Anspruch übernahmen Sie das Amt?

Mein Ziel war und ist es, die IHK wie ein Unternehmen zu führen. Wir orientieren uns an den Bedürfnissen unserer Kunden, den IHK-Mitgliedunternehmen, denken in Strategien, entwickeln eigene Produkte und finanzieren uns über selbst erarbeitete Mittel.

Haben Sie für sich selbst schon definiert, wann diese Ära zu Ende gehen wird?

Diese Frage stellt sich in der Tat. Vorgesehen ist, dass mit der Generalversammlung 2019 ein Nachfolger oder eine Nachfolgerin meine Funktion übernimmt.

Welche LEADER-Schlagzeile würden Sie sich für diesen Moment dann wünschen?

Für einmal erlaube ich mir etwas Nostalgie und antworte mit der höchsten Form militärischer Anerkennung: «Übung erfüllt!»



Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg

Fit für neue Herausforderungen im Beruf!

Die Experten für Trennungsmanagement und berufliche Neuorientierung von Grass & Partner begleiten betroffene Unternehmen und Mitarbeitende im anspruchsvollen Trennungsprozess. Klarheit, Offenheit und Transparenz bilden dabei die Basis für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit. Wir machen Betroffene wieder fit für den Arbeitsmarkt.

Outplacement und Neuorientierung
www.grassgroup.ch

GRASS

Zürich - Basel - Bern - Zug - Luzern - St. Gallen

Einfach erfolgreich

Continuum zum Thema Entwicklung & Wandel:

Für eine Erfolgsgeschichte braucht es einen Leader.

Die Continuum AG gratuliert dem LEADER zum 15-jährigen Jubiläum.
www.continuum.ch

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

 **CONTINUUM**
Zukunft sichern.

Edgar Oehler:

Bedauert, dass die Politik sich kaum um mittelständische Unternehmungen bemüht, die auch im Ausland aktiv sind.



«Wir sind noch nicht am Ende»

Als CEO der STI Group Hartchrom AG ist Edgar Oehler aktuell verantwortlich am nachhaltigen Ausbau dieser Firmengruppe. Das läuft aber mehr oder weniger unter Ausschluss der Öffentlichkeit. Nicht selten ist Oehler in China vor Ort, um Prozesse zu steuern und Strategien umzusetzen. Welches Bild von der Schweiz präsentiert sich dem international tätigen Unternehmer?

Edgar Oehler, noch vor wenigen Jahren sorgten Sie in der Schweiz regelmässig für Schlagzeilen. Inzwischen ist es etwas ruhiger um Sie geworden...

Ich habe mich in meiner beruflichen und politischen Tätigkeit immer der Öffentlichkeit gestellt. Meine Sprache ist direkt und ungeschminkt, aber auch leicht verständlich. Als ehemaliger Chefredaktor – während 13 Jahren – hatte ich mit Journalisten und Medien grundsätzlich keine Probleme. Oft hatte ich aber den Eindruck, dass bei gewissen Medienschaffenden auch eine Prise versteckter Neid mitspielt bzw. noch heute mitspielt – leider.

«Wo immer wir antreten und uns für Aufträge bewerben, stossen wir auf offene Ohren.»

Damit dürften Sie umgehen können. Immerhin traten Sie schon in jungen Jahren ins Rampenlicht – etwa mit der Wahl in den Nationalrat.

Ich hatte das grosse Glück, 1971 als 29-Jähriger in den Nationalrat gewählt zu werden. Die Tagesentschädigung betrug in den ersten Jahren noch 50 Franken... Deswegen war es unabdingbar, einen Beruf zu haben, der eine wirtschaftliche Grundlage schuf.

Sprechen wir vom Bild der Schweiz im Ausland. Wie präsentiert es sich?

Unser Land hatte und hat im Ausland einen hervorragenden Ruf. Zusammen mit meinem politischen Amt und meinem militärischen Grad kann ich heute

noch weltweit für meine wirtschaftlichen Tätigkeiten und unseren Unternehmen Unterstützung erhalten. Auch die Schweizer Wirtschaft hat weltweit einen hervorragenden Ruf: Wir werden geschätzt, unsere Leistungen sind anerkannt. Wo immer wir antreten und uns für Aufträge bewerben, stossen wir auf offene Ohren. Für mich ist die Schweiz ein fundamentales Gütesiegel. Indessen kommt es auch darauf an, wie man sich präsentiert.

Macht die hiesige Politik genügend, um die Schweiz möglichst gut zu positionieren, um Nährboden für Innovationen zu schaffen?

Die Schweiz als solche ist die Grundlage für das Ansehen und unseren Ruf. Die Politik selber kann die Rahmenbedingungen schaffen, letztlich sind es die Unternehmen, die Unternehmer und das Kader, die den Erfolg zu Hause und im Ausland erarbeiten müssen. Ich bedaure aber, dass die Politik sich wenig bis gar nicht um mittelständische Unternehmungen bemüht, die auch im Ausland aktiv sind.

Die Schweizer Wirtschaft hat trotzdem in den vergangenen Jahrzehnten massiv Unternehmungen im Ausland erworben.

Richtig. Unser Unternehmen allein hat in Deutschland, Frankreich, USA und China rund 20 Unternehmungen gekauft oder gegründet. Und wir sind noch nicht am Ende. Denn der Wirtschaft, ihren Geschäftsleitungen und Inhabern ist bewusst, dass Stillstand Rückschritt ist.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: Archiv

«Den Kunden Kontinuität versprochen»

Werner Krüsi zählt nach über 30 Jahren im Geschäft zu den erfahrensten Vermögensverwaltern auf dem Ostschweizer Finanzplatz. Mit 57 entschied er sich, Partner der inhabergeführten Privatbankiers Reichmuth & Co zu werden und den St. Galler Standort aufzubauen. Ein Gespräch über Geld, Gier und Unternehmertum.

Werner Krüsi, reden wir über Geld. Macht Geld glücklich?

Mein persönliches Glück finde ich nicht im Geld, sondern in erster Linie in meiner Familie, aber auch in meiner Arbeit. Ich empfinde grosse Zufriedenheit, wenn ich Menschen begleiten kann, die mit Sorgfalt ein Vermögen aufgebaut haben. Dieser Beruf und damit der tägliche Austausch mit interessanten Menschen ist für mich ein Stück Glück.

Klingt romantisch. Was sind die Schattenseiten von Reichtum?

Geld geht leider manchmal einher mit Gier. Ich erlebe das zum Glück selten. Aber wenn Geld zu einer Sucht nach dem Masslosen avanciert, wird es schwierig. Die Bodenhaftung ist dann schnell weg.

«Mit meinem Engagement bei Reichmuth bleibe ich meinen Werten treu.»

Was hält Sie auf dem Boden?

Mein Bauch (lacht).

Und sonst?

Zu wissen, wo meine Wurzeln sind, tut gut. Meine Familie ist zentral. Mein Bruder und ich haben ein Stück Wald. Als Gelegenheitsholzer tausche ich an den Wochenenden immer wieder mal die Krawatte gegen die Säge. Nach einer spannenden Woche mit anspruchsvollen Kunden und den globalen Finanzmärkten kann ich bei dieser Arbeit im Wald meine Gedanken sortieren. Das eine oder andere erscheint mir dann aus einer anderen Perspektive.

Mit 57 Jahren haben Sie sich entschlossen, Partner von Reichmuth & Co zu werden und den Standort in der Ostschweiz aufzubauen. Andere denken in diesem Alter an den Ruhestand.

Im Gespräch mit den Inhabern des Bankhauses habe ich die Altersfrage auch angesprochen. Die Antwort

war dann: Karl Reichmuth habe im Alter von 56 Jahren die Bank gegründet. Punkt.

Sie haben 25 Jahre bei Wegelin & Co., dort zuletzt als Teilhaber, und anschliessend bei der Nachfolgebank Notenstein gewirkt. Weshalb der Wechsel?

Gegenüber den Kunden und mir persönlich habe ich Kontinuität versprochen. Es ist also an sich kein klassischer Wechsel. Mit meinem Engagement bei Reichmuth bleibe ich meinen Werten treu. In diesem Familienunternehmen kann ich als Partner unabhängig, unternehmerisch und verantwortungsbewusst meine Kunden betreuen.

Werte sind nur so viel wert, wie sie auch gelebt werden.

Unabhängigkeit bedeutet für mich, dass wir keine Verkaufsziele verfolgen. Darüber hinaus ist für mich zentral, unternehmerisch zu denken und zu handeln. Wir rennen nicht kurzfristigen Opportunitäten nach. Die Eigentümerstruktur des Familienunternehmens sichert beispielsweise das langfristige Eigenkapital.

Sie haben auch noch das Verantwortungsbewusstsein angesprochen. Das sagt doch jeder.

Schauen Sie, bei uns setzt jeder Kundenverantwortliche die Anlagestrategie seiner Kunden selber um. Andere Bankhäuser delegieren diese Kernaufgabe oft an eine zentrale Stelle irgendwo am Hauptsitz. Aus meiner Überzeugung lässt sich diese Verantwortung aber nicht delegieren.

Sie sind mit einem Team von zehn Mitarbeitenden gestartet. In der Region gibt es doch bereits genug Finanzinstitute.

Unser Team besteht aus Kundenverantwortlichen, die alle hier verwurzelt sind und über langjährige Erfahrung in der Vermögensverwaltung verfügen. Wir spüren ein grosses Bedürfnis nach unabhängigen Privatbankiers. Wir definieren uns nicht über Grösse, sondern über Kontinuität und Qualität. Uns ist aber



Privatbankiers im Herzen von St. Gallen

Im St. Galler Klosterviertel an der Schmiedgasse 28 haben einst im 16. Jahrhundert einflussreiche Kaufmannsfamilien weltweit Textilien gehandelt. Heute wirken die Privatbankiers Reichmuth & Co in diesem traditionsreichen Geschäftshaus. Das Innerschweizer Bankhaus baut mit Werner Krüsi (57) den Standort in der Region Ostschweiz auf. Krüsi leitet als Partner die Niederlassung mit zehn Kundenverantwortlichen und lebt in Speicher. Zuvor wirkte er während 25 Jahren bei Wegelin & Co., zuletzt als beschränkt haftender Teilhaber, und während fünf Jahren als Leiter der Region Ostschweiz bei Notenstein. Reichmuth & Co haben per Anfang Jahr im Rahmen einer Nachfolgelösung die St. Galler Sirius Wealth Management von Ernst Eisenhut übernommen. Die Privatbankiers sind spezialisiert auf integrale Vermögensverwaltung und beschäftigen in Luzern, Zürich und St. Gallen rund 100 Mitarbeitende. Das Bankhaus verwaltet Vermögen in Höhe von über 8 Mrd. Franken.

bewusst, dass niemand auf uns gewartet hat. Allerdings motiviert uns dieser Umstand, unseren eigenen Weg zu gehen.

Wie sieht dieser Weg aus?

Als inhabergeführtes Familienunternehmen setzen wir einen bewussten Kontrast zu managergeführten Banken, die ihr Geschäftsmodell primär auf den Produktvertrieb ausrichten. Wir agieren unabhängig im Interesse des Kunden.

Heute gibt es noch sechs Privatbankiers mit unbeschränkt haftenden Gesellschaftern. Vor zehn Jahren waren es noch doppelt so viele. Ist Ihr Ansatz ein Auslaufmodell?

Vor ein paar Tagen hat mir ein Unternehmer gesagt, dass die Welt mehr Banken brauche, wo die Inhaber mit ihrem privaten Kapital für ihr Handeln haften.

Aus meiner Sicht fördert diese unbeschränkte Haftung vor allem die langfristige Ausrichtung und eine sehr vorsichtige Bilanzpolitik.

Was fasziniert Sie am Unternehmertum?

Mich faszinieren Menschen, die eine Idee in die Tat umsetzen, dabei Risiken in Kauf nehmen und ihren Mitarbeitenden und deren Familien ein Erwerbseinkommen ermöglichen. Wohlstand muss täglich erarbeitet werden und das tun viele Unternehmer muntergültig. Bei uns sind die Inhaber gleichzeitig im Unternehmen tätig. Das sichert die Unabhängigkeit und die langfristige Ausrichtung. Dazu fördert diese Struktur die Identifikation mit dem Unternehmen. Bei uns wirken keine Mitarbeitende, sondern Mitunternehmer. Das ist ein spezieller Geist, den auch unsere Kunden spüren. Vielleicht sind wir auch hier etwas anders als die anderen.

«Wir arbeiten gerne mit den Kunden von morgen»

Start-ups brauchen eine gute Idee – und für den nachhaltigen Erfolg noch weit mehr als das. Das Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen Ernst & Young begleitet Gründer seit vielen Jahren von der Startphase aus. Heinrich Christen, Office Managing Partner am Standort St.Gallen, im Gespräch über die Herausforderung in der Arbeit mit Start-ups, die Vorleistungen seines Unternehmens und die Chancen der Zusammenarbeit für beide Seiten.

Heinrich Christen, Ernst & Young gehört zu den «Big 4» der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaften. Die Frage liegt nahe: Sind Sie überhaupt an Start-ups als Kunden interessiert?

Sehr sogar. Wir wünschen uns ganz generell langfristige Kundenbeziehungen, und eine solche kann natürlich auch oder gerade mit einem Start-up aufgebaut werden. Natürlich investieren wir bei in diesem Bereich zuerst einmal viel Zeit und Arbeit, die zunächst bescheiden bezahlt ist. Aber wir tun das in der Hoffnung, gemeinsam mit dem Start-up wachsen zu können, wenn es erfolgreich ist. Manchmal ist das der Fall, manchmal nicht. Deshalb können wir auch nicht unbegrenzt viele Start-ups begleiten; wir prüfen die Anfragen, und wenn wir das Gefühl haben, dass hier die richtigen Leute an einer guten Idee arbeiten, engagieren wir uns gerne.

«Uns geht es bei Start-ups um die langfristige Perspektive.»

Wie sieht dieses Engagement konkret aus?

Wir bieten eigene Start-up-Packages. Dazu gehört unter anderem das Audit, ein sehr wichtiger Punkt: Bei den meisten Finanzierungsrunden wird eine seriöse Prüfung vorausgesetzt. Viele Investoren, aber auch Banken sind nur dann bereit zu einer Investition oder einem Kredit, wenn das Unternehmen von einem «Big 4»-Unternehmen geprüft wurde. Eine anerkannte Revisionsfirma ist also ein direkter Nutzen. Zum Zweiten sind wir nicht nur Prüfer, sondern verstehen uns auch als Coach: Wir zeigen, auf was es beim Aufbau des Unternehmens ankommt. Und zum Dritten kümmern wir uns auch um Steuerfragen. Start-ups schreiben zu Beginn selten Gewinn und glauben oft, um die Steuern könne man sich später kümmern. Aber es ist wichtig, die Steuern von Anfang an richtig zu strukturieren. Das gilt auch für die

Mehrwertsteuer; da können Fehler aus der Startphase später mühsam und teuer werden. Und schliesslich können wir auch bei der Finanzierungssuche helfen; wir haben ein grosses Netzwerk an Investoren, die für gute Ideen offen sind.

Halten Sie Ausschau nach Start-ups aus bestimmten Branchen?

Nein, die Branche ist nicht ausschlaggebend. Die Politiker sprechen ja immer gerne von den sogenannten Zukunftstechnologien. Aber das ist Kaffeesatzlesen – wer weiss schon, was die Zukunft bringt? Im Dienstleistungsbereich beispielsweise gibt es immer wieder sehr spannende Geschäftsideen, die nicht zwingend auf einer weltbewegenden neuen Technologie basieren. Aber natürlich kommen heute viele Start-ups aus Bereichen wie Life Science, Pharma, Biotech oder Medtech. Und viele beruhen auf Entwicklungen für das Internet oder eine neue App. Aber entscheidend sind die Idee und die Menschen dahinter.

Gibt es dafür ein Beispiel?

Wir betreuen ein Unternehmen, das Personalvermittlung auf neue Weise abwickelt. Das ist eine reine Serviceidee, Personal zu vermitteln ist kein neuer Geschäftszweig. Aber der Ansatz ist neu: Über eine App können Unternehmer temporäres Personal für stunden- oder tageweise Einsätze suchen. Das Ganze läuft in Echtzeit mit umgehender Rückmeldung, der ganze administrative Aufwand wird automatisch abgewickelt. Das ist eine Nische, welche die grossen Anbieter in der Branche nicht abdecken.

Das ist ein Beispiel, das offensichtlich funktioniert hat. Die Quote der Start-ups, die scheitern, ist aber hoch. Ist das kein Problem für ein Beratungsunternehmen?

Es geht immer ein Risiko mit einher. Wir betrachten es von der anderen Seite: Wenn sich eines von fünf

Henry Christen:

**«Wir verstehen uns
nicht nur als Prüfer,
sondern auch als Coach.»**





Start-ups, die wir begleiten, gut entwickelt und wir sind mit dabei, ist das auch für uns positiv. Man muss klar sehen: Das Prüfungs- und Beratungsgeschäft mit Start-ups ist zunächst einmal immer tiefrot. Wir setzen erfahrene Leute ein und investieren viel Zeit. Aber uns geht es um die langfristige Perspektive.

Beobachten Sie in der Zusammenarbeit mit Start-ups bestimmte Fehler, die sich immer wieder wiederholen?

Der häufigste Fehler ist wohl, dass zu wenig Managementkapazität mit Erfahrung vorhanden ist. Meist haben wir es mit jungen, ehrgeizigen Leuten mit einer tollen Idee zu tun. Aber sie wissen nicht, wie man eine Firma und das Personal führt. Es braucht zumindest eine Persönlichkeit mit Erfahrung im Team oder im Verwaltungsrat. Darauf drängen oft auch die Investoren. Es gibt im Übrigen immer wieder erfahrene Branchenfachleute in einem gewissen Alter, die gerne als letzte Station nach einer erfolgreichen Karriere ein Start-up begleiten. Sie bringen das mit, was den jungen Gründern fehlt.

Wie beurteilen Sie die Start-up-Szene in der Ostschweiz?

Wir haben natürlich einen gewissen Einblick durch unsere eigene Veranstaltungsreihe «EY Entrepreneur Of The Year». Schweizweit betrachtet liegt die Konzentration der Start-ups sicher in den Regionen Zürich und Lausanne, in Bezug auf Life Science im Grossraum Basel. Die Ostschweiz fällt im Vergleich nicht stark auf. Das heisst aber nicht, dass wir keine hoffnungsvollen Start-ups haben: Rund um die Empa gibt es einen interessanten industriellen Cluster, aus der Universität St.Gallen gehen auch immer wieder Start-ups hervor. Und nicht erst in neuester Zeit, wenn wir beispielsweise an Namics denken, deren Vorläufer vor über 20 Jahren an der HSG entstanden ist.

Aber es gibt offensichtlich Luft nach oben. Wie kann man Voraussetzungen dafür schaffen, dass

die Ostschweiz mehr Start-ups mit Potenzial hervorbringt?

In erster Linie wohl über die Bildung von Clustern. Wir stellen fest, dass Start-ups die physische Nähe zu anderen Unternehmen in einer guten Umgebung suchen. Das Silicon Valley zeigt das bildhaft: Auf engsten Raum, innerhalb einer Autostunde, sind dort unzählige Unternehmen angesiedelt. Auch Investoren suchen diese Nähe, um eng interagieren zu können. Der Technopark in Zürich oder der Biotechnopark in Schlieren sind weitere Beispiele. Die Nähe hat Vorteile: Man kann eine gemeinsame Infrastruktur nutzen, zusammen Netzwerk-Events durchführen, Mitarbeiter austauschen und so weiter. Dafür braucht es Raum, und den gibt es in St.Gallen.

Sie haben Investoren angesprochen, die bereit sind, sich für Start-ups zu engagieren. Gibt es diese wirklich so zahlreich?

Für die Finanzierung gibt es verschiedene Möglichkeiten. Wenn wir von Privatinvestoren sprechen: Ja, es gibt vermögende Persönlichkeiten in der Ostschweiz, die helfen, die ersten schwierigen Finanzierungsrunden zu überstehen. Sie bringen meist einen Zusatznutzen mit, nämlich ihr grosses Beziehungsnetz. Wir sprechen hier von «Smart Money». Natürlich prüfen diese Leute genau, wo sie investieren, aber wenn es ein Start-up mit Potenzial gibt, sind sie bereit zu einem Investment. Allerdings sind sie meist nicht auf die Ostschweiz fixiert – wenn die bessere Idee an einem anderen Ort entsteht, fliesst das Geld dorthin.

Sind wir als Region ganz generell zu wenig attraktiv für neue Ideen? Man muss ja spätestens bei Wachstum auch genügend Fachkräfte finden.

Auch hier suchen junge Leute meist den Ort, an dem schon andere Gleichgesinnte sind. Ein Beispiel dafür ist Berlin: Viele wollen dort arbeiten, weil viel Neues entstanden ist und eine Aufbruchsstimmung herrscht. Dazu kommen die tiefen Kosten für Personal und Räumlichkeiten. Die Stadt zieht Fachleute

aus Osteuropa, Israel, Amerika, aber auch aus der Schweiz an. Aber wir haben in der Ostschweiz ja ebenfalls eine attraktive Situation. Die Initiative «IT St.Gallen rockt» zum Beispiel geht genau darauf ein: Sie spricht Leute an, die hier wohnen und zur Arbeit in andere Regionen pendeln. Dabei gäbe es im IT-Bereich in der Ostschweiz viele spannende Firmen, die man oft einfach zu wenig kennt. Es geht also stark um Öffentlichkeitsarbeit und Information. Gleichzeitig müssen wir weiter daran arbeiten, dass wir bei den natürlichen Steuern wettbewerbsfähig sind. Die Lebenshaltungskosten sind in der Ostschweiz tiefer als beispielsweise in Zürich, die Steuern aber ab einem gewissen Einkommen signifikant höher. Das schreckt natürlich die eine oder andere Fachkraft ab.

«Zusätzlich zur guten Idee braucht es Management Erfahrung.»

Start-ups sind in der Regel klein und finanzschwach. Da drängt sich die Frage auf, wieso sie die Nähe zu einem Unternehmen wie Ernst & Young suchen und nicht beispielsweise einen ebenfalls kleinen Anbieter.

Es gibt viele Mythen rund um uns, vor allem natürlich, dass wir vergleichsweise teuer seien. Das relativiert sich alles schnell, wenn man genau hinschaut und über den Fall spricht. Unter unseren Mitbewerbern gehören wir sicherlich zu denen, die sich besonders stark für Start-ups engagieren. Wir haben als Unternehmen ein grosses Interesse an der Zukunft, wir arbeiten gerne heute schon mit den grossen Kunden von morgen. Natürlich gibt es Anfragen, bei denen wir aus bestimmten Gründen sagen müssen: Wir sind der falsche Partner. Aber in den meisten Fällen kommt es zur Zusammenarbeit. Spricht uns ein Start-up direkt an, ist das bereits ein gutes Zeichen dafür, dass es zwischen uns klappen könnte.

Man liest derzeit überdurchschnittlich viel von Start-ups. Ist das ein subjektiver Eindruck oder bewegt sich die Gründerszene besonders stark?

Ich stelle aus 20 Jahren Erfahrung heraus fest, dass derzeit tatsächlich ein grosser Hype rund um Start-ups herrscht. Einige machen positive Schlagzeilen, andere entwickeln sich zum Flop – das gehört dazu. Aber ganz grundsätzlich ist es im Moment wieder «in», zu gründen. Es gibt zahlreiche junge Menschen, die ihre Ideen verwirklichen wollen. Was sie nun brauchen, ist Zugang zu Kapital. Da sprechen wir für eine erste Phase ja meist nicht von riesigen Beträgen, um zu starten. Und in Bezug darauf haben wir in der Schweiz und auch in der Ostschweiz wirklich gute Voraussetzungen.

Interview: Stefan Millius

Bilder: Archiv

Nachfolgeregelung – wenn das Geld fehlt

In der Gestaltung der Unternehmensnachfolge erleben wir immer wieder, dass Wollen und Können beim Firmenübernehmer wohl vorhanden sind, der Verkauf jedoch an einer mangelnden Problemlösungsfähigkeit im finanziellen Bereich scheitert.



von Leonhard Fopp

Die Trilogie «Ich», «Du» und das «Geld»

Mit seiner persönlichen Ich-Strategie obliegt es dem Unternehmer, seine Zeit nach der Abgabe der Unternehmensführung zu strukturieren. Wirkt er in der Firma weiter mit? Bleibt er Mitaktionär? Was sind seine finanziellen Bedürfnisse? Der Nachfolger seinerseits hat für sich zu klären, wie er den Unternehmenseinstieg finanziell verkraften kann. Hat er bzw. seine Familie genügend eigene Mittel, um die Firmenübernahme zu tätigen? Verfügt er über ein Investorennetzwerk? Wenn der potenzielle Käufer fast ohne Geld antritt, sind innovative Finanzierungslösungen gefragt. Hier helfen wir mit unserer Expertise und gestalten tragfähige, nachhaltige Regelungen, wie der Aktienbesitz zu übertragen ist.

Mit einer Übergabestrategie für Klarheit sorgen

Ausgehend von der sorgfältigen Analyse der finanziellen Situation der Abgeber- sowie der Übernehmerfamilie sind gemeinsame Bedürfnisse und zu finanzierende Lücken aufzuzeigen. Bewährt als Lösungskonstrukt ist die Übergabe der Aktien an den neuen Eigner mit einem mehrjährigen Stufenplan, jeweils mit klaren Preisen. Alternativ gibt es die Variante, dass der Aktienverkauf durch ein Darlehen des Alteigentümers finanziert wird. Möglich ist auch, dass der Übernehmer seine Schulden fremdfinanziert, beispielsweise über Beteiligungsgesellschaften, die einer Zwischenfinanzierung zustimmen. Der Alteigner überträgt so seine Aktien dem neuen Mitaktionär und wird direkt entschädigt. Zugleich gilt es zu vereinbaren, dass der Jungunternehmer diese dann nach einem abgestimmten Plan übernimmt.

Solche und ähnliche Fragestellungen sind mit beiden Parteien gemeinsam in durch uns ge-coachten Workshops zu beantworten und schriftlich festzuhalten. Weitere starke Worte siehe www.continuum.ch

Dr. oec. HSG Leonhard Fopp ist Verwaltungsratspräsident der Continuum AG, St. Gallen



Christoph Kempter:

*Mitverantwortlich dafür, dass
Uwe Ochsenknecht gerne Alpenbitter trinkt.*

Vom Käse-Chef zum Gin-Erfinder

Christoph Kempster ist ehemaliger Klosterschüler und «Appenzeller Käse»-CEO, Whiskysammler, Saunagänger, Waldarbeiter – und neuerdings auch Gin-Erfinder: Der 49-Jährige bringt nach neun Monaten tüfteln seinen eigenen Gin auf den Markt, den «Bonifaz». Im Whiskykeller seines Hauses in Au erzählt er, weshalb er ausgerechnet einen Gin kreiert und welcher bekannte Señor ihm einst eine Zigarre angezündet hat.

Die Uhr an der Wand geht rückwärts. Kerzen brennen, Jazzmusik läuft. Auf dem Tisch liegen Bücher, an den Wänden hängen Bilder, eine Schwingerhose, ein Speer. Vor allem sticht da aber eins ins Auge: ein Regal, in dem etwa 200 Whiskyflaschen stehen. Stilvoll beleuchtet, systematisch geordnet. Design hat das Regal der Sammler höchstpersönlich: Christoph Kempster. Der Whiskykeller ist ihm der liebste Raum in seinem Haus in Au SG. Mit dem Sammeln begonnen hat er vor etwa 20 Jahren. «An einer Gastromesse habe ich einen Malt Whisky probiert – eine super Spirituose», erzählt er. «Ich sagte, dass ich eine Flasche kaufen würde und dachte, die kostet so 60 Franken.»

«Bis ich das ideale Rezept hatte, dauerte es neun Monate.»

Sie kostete 200. «24 Stunden lang habe ich mich über den Kauf aufgeregt. Und mich danach sechs Jahre lang darüber gefreut und davon getrunken.» Dann wollte Kempster eine neue Flasche kaufen und stiess dabei auf ein Malt-Whisky-Geschäft in Chur. Dort, in einem schönen, alten Gewölbekeller, nahm es ihm schliesslich «den Ärmel rein». Seither kauft er jedes Jahr ein paar neue Flaschen. Trotz aller Liebe zum Whisky entschied er sich vor etwa zwei Jahren, einen eigenen Gin zu erfinden. «Whisky selbst herzustellen, würde viel zu lange dauern.»

Neun Monate getüftelt, 100 Liter produziert

Seit Kurzem ist «Bonifaz» nun auf dem Markt. Die Hauptarbeit war das Tüfteln. Bis Christoph Kempster das ideale Rezept hatte, die ideale Mischung der Gewürze, dauerte es neun Monate. «So lange braucht es eben, bis etwas Schlaues entsteht. Wie bei den Menschen», sagt er, schmunzelt. Gebrannt wird der Gin in der Sämtsblick-Destillerie in Niederbüren. Gemeinsam mit Ginspezialist und Kollege Arthur Nägeli hat Kempster immer wieder geprübelt, bis das erste Destillat, 100 Liter, abfüllbereit war.

Mit dem Vertrieb der 20cl- und 50cl-Flaschen hat Kempster online begonnen. «Ich bin aber im Gespräch mit verschiedensten Barbetreibern. Ziel ist, dass es «Bonifaz» in Bars und Läden zu kaufen gibt, die Wert auf hochwertige, gewerblich hergestellte Produkte legen.» Der Name des Gins stammt natürlich auch von Christoph Kempster. Und dass man ihn unweigerlich mit dem Klösterlichen verbindet, kommt nicht von ungefähr: Aufgewachsen in Züberwangen bei Wil als Sohn eines Bankverwalters und einer Lehrerin, hat Kempster in der «Marienburg» in Rheineck/Thal das Gymnasium besucht und an der Stiftsschule Einsiedeln die Matura gemacht. Hinter den Klostermauern habe er manchmal schon gelitten, erzählt er. «Ich bin ein freiheitsliebender Mensch.» Und so kletterte er mit einem Kollegen regelmässig über die Klostermauern, um ein paar Stunden frei zu sein – eine dreiviertelstündige, riskante Aktion, bei der er aber in den zwei Jahren nur eine Hose ans spitze, schmiedeeiserne Tor verlor. Kempster lacht: «Es war eine gute Zeit. Ich habe immer noch Kontakt mit damaligen Mitschülern, zum Beispiel mit Urban Federer, heute Abt im Kloster Einsiedeln.»

Nach der Matura absolvierte Christoph Kempster an der ETH das Ingenieur-Agronom-Studium, arbeitete in Kanada auf einer Rasenproduktionsfarm, beim Bauernverband, beim Landverband in Rebstein als stellvertretender Geschäftsführer im Bereich der Gemüseauf- und -verarbeitung und für Hilcona. Von 2006 bis 2012 war er Geschäftsführer von Appenzeller Käse, das Unternehmen verliess er schliesslich wegen «unterschiedlichen Auffassungen über die strategische Ausrichtung». Es sei eine «sehr schöne, manchmal harte Zeit» gewesen, erzählt Kempster rückblickend. Und eine Zeit, in der er bei Appenzeller Käse einiges ins Rollen brachte. Kempster war es beispielsweise, der die Idee hatte, Uwe Ochsenknecht zu engagieren und die legendären Werbungen mit den Sennen zu realisieren. «Die ganze Umsetzung war dann natürlich der Verdienst eines grossen Teams. Es waren unzählige Menschen an der Kampagne beteiligt, ohne die hätte es nicht funktioniert.» Kempster ist auch ein bisschen Schuld daran, dass

NATER TOP-ANGEBOTE



8141
Fullback Base 4x4 6-Gang
Klimaanlage, Radio/CD MP3, Bluetooth, Rückfahrkamera, Lenkradbedien. Radio/Telefon, Tempomat, Nebelscheinwerfer, Regen-Dämmerungssensor, etc.

CHF 29'900.-



8088
Fiat Fiorino 1.4, Benzin, 77 PS
Zentralverriegelung, El. Fensterheber, Schiebetüre rechts, Flügeltüren hinten

CHF 10'970.-



8552
Fullback Doppelkabine AT5 S1
Lederlenkrad, Ledersitze mit Sitzheizung, Navigationssystem und Touch-Display, Rückfahrkamera, Getönte Scheiben, Bi-Xenon Scheinwerfer

CHF 31'990.-

**Top-Angebote
für jeden
Einsatzbereich.**

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

**Alle Preise exkl. MwSt und exkl.
Ablieferpauschale.**



8239
Fiat Ducato 30 Starter, 115 PS
Hecktüren verlast., Radio-Bedienung am Lenkrad, Trennwand mit Fenster, Radio MP3 und Bluetooth

CHF 20'690.-



8498
NLR 87 - M21 F Spring, Brücke TITAN
Airbag Fahrersseite, Elektrische Fensterheber, Nebelscheinwerfer, Zentralverriegelung, Kippkabine, Radio/CD mit MP3/AUX

CHF 31'390.-



8282
35C15 E6, 3-Seitenkipper Krapf
kürzere HA-Überhöhung m4.22, Anhängersteckdose 13-polig 12V, hydraulisch geleiteter Fahrersitz, HA-Federung verstärkt

CHF 44'900.-



8564
35S16DK E6, Werksbrücke
Sitzbezug in Kunstleder, AHK Kugelkopf, Parallelfeder an HA verstärkt Stufe 2, Radio/CD-Gerät mit Bluetooth und USB/AUX

CHF 38'800.-



8563
35S16ABV H2 E6, 8-Gang Automat
Seitenwand- und Türverkleidung im Laderaum, LED Innenbeleuchtung im Laderaum, Anhängerkupplung Kugelkopf

CHF 37'600.-



8188
35S12, Werksbrücke, 120 PS
Radstand 3450, Anhängersteckdose 13-polig, Anhängerkupplung Kugel, Radio/CD Bluetooth, Rückspiegel elektrisch verstell- und heizbar

CHF 29'500.-



8121
35S16AB/P, Luftfederung
Radstand 3750, Klimaanlage, Radio DAB Bluetooth, Sitzheizung, Ganzjahres Reifen 235/65R16, Leichtmetallfelgen, AHK Kugelkopf

CHF 41'900.-



8164
Fiat Talento, 99PS
Radio/CD-Gerät + MP3, Seitenspiegel elektrisch verstellbar und einklappbar, Pastellfarbe

CHF 19'100.-



7979
L35 F ADAPTOR (Motor 150PS, E6)
150 PS, Euro 6, Dreiseitenkipper Titan, (UB/H in mm) 3300/1990/300, Anhängelast 3'500 kg

CHF 32'400.-



8390
Crew Solar 4x4 A/T A/C
Klimaanlage, Radio/CD, Rückfahrkamera, elektrische Fensterheber, Anhängelast 3.5t, Rückspiegel elektrisch verstell- und heizbar

CHF 31'500.-



8478
35S16V H2 E6, Radstand 3520 mm
Tempomat, Hecktüren mit Öffnungswinkel 260°, Fenster heizbar in den Hecktüren, Parallelfeder an HA verstärkt Stufe 2

CHF 31'990.-

IVECO ISUZU



DAF



NATER
Staad | Gossau | Müllheim



Der «Bonifaz»

Christoph Kempster hat mit dem «Bonifaz» einen wachholderbetonten Dry Gin erfunden, der nach traditioneller Art in der Niederbürer Destillerie Säntisblick über dem Feuer gebrannt wird. Derzeit ist er über den Onlineshop erhältlich. www.bonifaz.ch.

Uwe Ochsenknecht gerne Alpenbitter trinkt: «Wir waren gemeinsam essen und tranken zum Schluss einen Alpenbitter. Ein paar Tage später rief mich Ochsenknecht an und sagte: «Du, ich bin so richtig süchtig nach dem Zeug.»» Weil er «das Zeug» in Deutschland nicht bekam, schickte ihm Kempster eine Flasche.

Wenn der Don rasch Feuer gibt

Es ist nicht die einzige Anekdote mit einer bekannten Person, die Kempster in seinem Repertoire hat. Vor 17 Jahren haben er und seine Frau Jaana im post-revolutionären Kuba Don Alejandro Robaina Pereda kennengelernt, Tabakpflanzer und damals Chef der bekannten Premiumzigarrenmarke Vegas Robaina.

«Ideen sollte man auch umsetzen; sie einfach nur zu haben, reicht nicht.»

Nach wie vor zierte sein Gesicht das Logo der Marke. Zu sehen ist es auch auf einem Erinnerungsfoto, das in Kempsters Whiskykeller hängt – abgedrückt hat seine Frau in dem Moment, in dem ihm Señor Alejandro Robaina Pereda höchstpersönlich eine Zigarre anzündet. «Da bin ich heute noch ein bisschen stolz darauf, wirklich», sagt Kempster und lehnt sich in seinem Ledersessel zurück.

Der Rheintaler erzählt gerne Geschichten wie diese. Ruhig, und im Tempo und mit dem Selbstverständnis jener, die es sich gewohnt sind, dass andere ihnen zuhören. Wenn nötig, sagt Kempster, könne er aber durchaus resolut sein. Auch ungeduldig. Und extrem diszipliniert. So wie vor einigen Jahren, als er unverhofft gemeinsam mit dem Chefgepäckträger

eine Wandergruppe auf den Kilimandscharo führen musste, weil der eigentliche Expeditionsleiter unterwegs krank geworden war. «Wenn nötig, kann ich auch sehr initiativ sein», sagt der 49-Jährige, der heute in St.Gallen das Personaldienstleistungsunternehmen Sopac führt, das auf die Vermittlung von Führungskräften, Spezialisten und Kadermitgliedern spezialisiert ist. Wenn er Zeit findet zwischen Büro und Brennerei, arbeitet er gerne auf seinem Waldstück in Zuzwil oder schwitzt in seiner Sauna. «Grundsätzlich denke ich, dass man Ideen auch umsetzen sollte; sie einfach nur zu haben, reicht nicht», sagt Christoph Kempster dann. Mit dem «Bonifaz» habe er eine umgesetzt und sich einen grossen Traum erfüllt. Allerdings hätte er durchaus auch noch ein paar andere grosse Träume: Zum Beispiel eine Reise auf die Insel St.Helena im Südatlantik, wohin man einst Napoleon verbannt hatte. «Weil es mich wahnsinnig fasziniert, wie durchmischt die Bewohner dort sind.» Etwas näher, zumindest geografisch, läge ein anderer grosser Traum: ein eigenes Mökki, ein Wochenendhaus, an einem See in Finnland. Bereits jetzt fährt Kempster mit seiner Frau und seiner Tochter Satu jedes Jahr nach Finnland in ein solches Mökki. «Dort leben wir dann ganz einfach, ohne Strom und fliessend Wasser. Herrlich.» Kempsters Frau ist Finnin, sie haben sich vor 20 Jahren an der Olma kennengelernt. Und sie hat ihm auch seinen finnischen Spitznamen gegeben, nach dem – natürlich – auch der Whiskykeller benannt ist: Hirvi, auf Deutsch «Elch».

Text: Malolo Kessler

Bilder: Stéphanie Engeler

Rolf Bollmann:

**«Es gibt immer
Optimierungspotenzial.»**



«Qualität zahlt sich eigentlich nicht aus»

Sämtliche Wochenzeitungen des Zehnder-Verlags in Wil sind seit wenigen Wochen in der Hand der BaZ Holding in Basel. Der neue CEO des Verlags ist Rolf Bollmann. Seine Aufgabe ist es nicht nur, die Zeitungstitel zu betreiben und weiterzuentwickeln. An ihm ist es auch, Vorurteile gegenüber dem neuen Mitbesitzer Christoph Blocher auszuräumen. Ein Lokaltermin in St.Gallen, wo mit den St.Galler Nachrichten einer der grössten Verlagstitel verbreitet wird.

Rolf Bollmann ist im Schuss. Auch wenn ihm das nicht anzumerken ist. Er kommt von einem Lokaltermin bei einer seiner neuen Zeitungen, am Tag davor hat er einer anderen Redaktion einen Besuch abgestattet. Wer einen Verlag mit 25 Zeitungstiteln kauft, der lernt die Schweiz kennen, das dürfte ihm spätestens dieser Tage dämmern. Aber Bollmann war schon immer ein Reisender. Von seinem Wohnort Seuzach aus pendelt der Verwaltungsratspräsident der Basler Zeitung täglich nach Basel. Und als Gründer von «20 Minuten» war schon nach der Jahrtausendwende die ganze Schweiz sein Tummelfeld.

«Was Qualität ist, entscheiden die Leser, nicht die Journalisten.»

Aufmischer

St.Gallen, sein heutiger Stopp, ist Rolf Bollmann allerdings alles andere als fremd. In den 70er-Jahren spielte er beim FC St.Gallen, eine seiner Stationen als Profi. Auf Wikipedia wird er heute noch als «Rolf Bollmann (Fussballspieler)» geführt. Auch wenn er als solcher erfolgreich war, ist es doch fraglich, ob es wirklich diese Facette ist, an die man sich später erinnern wird. Denn in erster Linie mischt der Mann derzeit gerade nicht die gegnerischen Spieler, sondern die Schweizer Medienlandschaft auf.

Wobei es Analogien gibt: Im Fussball wie bei Zeitungen fühlt sich jeder Beobachter berufen, mitzureden. Als «20 Minuten» in die Schweiz kam, war die Rede von einem Angriff auf die «Qualitätszeitungen». Bollmann lächelt. Er ist keiner, den man leicht kränken kann. «Qualität ist das, was die Leser als Qualität empfinden», sagt er. Und dieser Tage muss er diese Antwort wieder hervorholen. Dann, wenn er auf die Blätter des Zehnder-Verlags angesprochen wird, welche die BaZ Holding vor wenigen Wochen gekauft hat. Auch diese schweizweiten Wochentitel sind in den Augen anderer Verlage keine Qualitätsmedien.

«Ich verschaffe mir derzeit einen Überblick über alle Titel», sagt Bollmann, «und es gibt immer Optimierungspotenzial.» Ganz allgemein stellt er den Zeitungen aber ein gutes Niveau aus. Und als noch höher als das zur Optimierung stuft er das bereits vorhandene Potenzial ein: Wochenzeitungen mit einer klar lokal-regionalen Ausrichtung, nahe an der Leserschaft. Und dass dieselben Journalisten, die Titel wie St.Galler Nachrichten, Wiler Nachrichten oder Rheintaler Bote stets jede Qualität abgesprochen haben, nun von einer «Gefahr für die Demokratie» sprechen, weil die Blätter neu unter anderem Christoph Blocher gehören, das amüsiert Bollmann. Es ist ein klarer Widerspruch in der Bewertung der Bedeutung der Blätter, der nur denjenigen nicht auffällt, die ihn erheben.

Wogen glätten

Womit das Stichwort gefallen ist: Blocher. Bollmann gehört ein Drittel der BaZ-Holding, je ein weiterer Drittel liegt bei Markus Somm und eben dem Ex-SVP-Bundesrat. Landauf, landab war allerdings die Rede von Blocher als Käufer der Zeitungen. «Blocher ist für viele seiner politischen Gegner der Teufel, und wenn sein Name fällt, ist der Aufschrei immer sofort gross», so Bollmann, der sich selbst als «völlig apolitisch» bezeichnet. Dass Blocher beim Zehnder-Deal medial im Vordergrund steht, stört ihn nicht im Geringsten – er überlässt dem Ex-Bundesrat gerne das öffentliche Feld.

Denn im Hintergrund gibt es viel zu tun. An Bollmann ist es derzeit, die Wogen zu glätten, die im Zug der Verlagsübernahme entstanden sind. Noch bevor die erste Ausgabe unter neuer Besitzerschaft in den Haushaltungen war, gab es politische Vorstösse und besorgte Rückmeldungen. Bestes Beispiel ist Kreuzlingen. Dort sind die «Kreuzlinger Nachrichten» derzeit noch amtliches Publikationsorgan, bis Ende Jahr läuft der entsprechende Vertrag – und derzeit denkt der Stadtrat nicht an eine Verlängerung. Grundlage

dafür ist die Befürchtung, das Blatt könnte nun zur SVP-Postille werden. Es ist eine Art Angst auf Vorschuss. Rolf Bollmann schüttelt den Kopf und lächelt milde. «Offenbar glauben diese Leute, Christoph Blocher gebe jeden Morgen um 7 Uhr seine Direktiven an die Redaktionen durch.»

Expansion mit Lokalblättern

Was bei solchen Ängsten vergessen gehe, betont Bollmann: Blocher ist in erster Linie Unternehmer. Er hat kein Interesse, ein funktionierendes System auf seine politische Linie zu bringen und das Erfolgskonzept so zu gefährden. Und das Konzept ist tatsächlich erfolgreich: «Die Zeitungen des früheren Zehnder-Verlags haben in den vergangenen Jahren den Stand gehalten oder sogar zugelegt, während praktisch alle anderen Titel an Umsatz eingebüsst haben.» Es war unterem anderem diese nüchterne Erkenntnis, die letztlich zum Kauf geführt hat. Man habe mit der BaZ Holding expandieren wollen, erinnert sich Bollmann, und die Diskussion sei in verschiedenste Richtungen gelaufen. «Die Idee für eine Sonntagszeitung kam auf, kurz danach brachen auch dort die Umsätze ein – und schliesslich fiel das Stichwort Lokalzeitungen.» Dort, so waren Bollmann, Blocher und Somm überzeugt, liegt heute noch Potenzial für gedruckte Zeitungen. Und die Zehnder-Blätter mit

einer Gesamtauflage von über 700 000 waren nach dieser Erkenntnis eine logische Wahl.

Zum Verkauf kam es, weil Verleger Andreas Zehnder zwar mit dem Status quo zufrieden sein konnte, er aber keine Perspektiven zur künftigen Weiterentwicklung oder einen Ausbau sah – das hätte den Rahmen des Familienunternehmens gesprengt. Die BaZ Holding verfügt über diese Möglichkeiten. Und es ist anzunehmen, dass sie diese wahrnehmen will, denn keiner der drei Beteiligten ist bekannt dafür, ein Unternehmen nur zu verwalten. Er habe nun alle Redaktionen besucht, die Titel studiert und einige Handlungsfelder ausgemacht, sagt Bollmann. Mit der Erkenntnis: «Unser Ziel ist es, in die Produktequalität zu investieren und guten Lokaljournalismus zu machen.» Dass die Zeitungen «wirtschaftlich kaputtpolitisiert» werden, das würde er niemals zulassen, so der Verleger, «da steckt ja schliesslich auch mein Geld drin.»

Gefragt ist Reichweite

Wie man Zeitungen macht, die Gewinn erwirtschaften, weiss Rolf Bollmann erwiesenermassen. Wenn er von einem Sprung nach oben punkto Qualität spricht, schränkt er gleich darauf ein mit einem Satz, der Journalisten vermutlich entsetzt: «Qualität zahlt sich eigentlich gar nicht aus.» Viele Journalisten grosser Zeitungen, so der Verleger, verfallen dem

Anzeige

www.pwc.ch

Lieber unter vier Augen als um sieben Ecken

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

pwc

Beat Inauen, Leiter der Geschäftsstelle, +41 58 792 73 11
PwC, Vadianstrasse 25a/Neumarkt 5, 9001 St. Gallen

© 2017 PwC. All rights reserved. "PwC" refers to PricewaterhouseCoopers AG, which is a member firm of PricewaterhouseCoopers International Limited, each member firm of which is a separate legal entity.

Irrglauben, das, was sie schreiben, sei so gut, dass man dafür gerne bezahle. «Sie begreifen nicht, dass entscheidend ist, was der Leser für gut hält und nicht der Journalist.» Selbst die beste Hintergrundrecherche Sorge nicht automatisch einfach für Reichweite und das Interesse des Werbemarkts. Will heissen: Qualität ja, aber vielleicht nicht in der Art, wie sie den Edelfedern mancher Redaktion vorschwebt. Apropos Reichweite: Die reicht der BaZ Holding mit den 25 heutigen Titeln noch nicht. Angepeilt wird eine Auflage von einer Million, indem geografische Lücken im bestehenden Zehnder-Netz geschlossen werden. «Uns wurden bereits einige einzelne Zeitungen angeboten, die beispielsweise Nachfolgeprobleme haben, und ich habe den Auftrag, mir diese Möglichkeiten genau anzuschauen und je nachdem zuzugreifen.» Schon in diesem Jahr könnte der eine oder andere Titel dazu kommen. Mikrozeitungen seien die einzige Zukunft im Bereich der gedruckten Zeitungen, ist Bollmann überzeugt, «und natürlich wäre es interessant, in einem Netz aus 40 oder 50 Titeln redaktionelle Gemeinsamkeiten zu suchen und etwas Grosses aufzubauen.»

«Wir wollen einfach guten Lokaljournalismus machen.»

Vorläufig sind es halb so viele, aber auch das ist bereits eine Mammutaufgabe. Jede Woche finden 25 Zeitungen den Weg nach Basel, wo sie unter die Lupe genommen werden, um weitere Wege zur Verbesserung zu finden. Auch die künftige digitale Umsetzung der Titel soll früher oder später untersucht werden. Das im Wissen, dass auch das heute funktionierende Printmodell dereinst zumindest begleitet werden muss von einer tragfähigen Onlinelösung, die sich auch finanzieren lässt.

Sich den Fragen stellen

Rolf Bollmann macht sich auf den Weg Richtung Seuzach. Er wird auch in den kommenden Wochen seine Tour quer durch die Schweiz fortsetzen und den Puls der Leute in den Regionen spüren, in denen er nun mit einem Mal verlegerisch tätig ist. Es ist anzunehmen, dass ihm dabei immer wieder die Blocher-Frage gestellt wird: Wie viel Einfluss nimmt der Ex-Politiker, was geschieht inhaltlich mit den Wochenzeitungen? Er wird sich diesen Fragen geduldig und mit ehrlichen Antworten annehmen. Aber es ist ihm anzumerken, dass er es schade findet, dass der Fokus auf unnötigen Ängsten liegt statt bei der Tatsache, dass die Übernahme die Medienvielfalt in der Schweiz gesichert hat. «Wissen Sie», sagt er abschliessend, «Christoph Blocher ist ein guter, angenehmer Typ, mit dem man es richtig lustig haben kann.»

Text: Stefan Millius

Bild: Christian Beutler, Keystone

Hilfe in der Not!

Die kantonalen Strassenverkehrsämter verkündeten jüngst, dass der Nothelferkurs nicht mehr nötig sei. Das Mobiltelefon sowie die kürzeren Anfahrtszeiten der Sanität liessen es heutzutage zu, dass unausgebildete Personen an Unfallorten untätig auf Hilfe warten könnten.



von Sven Bradke

Positiv ist, dass kantonale Ämter für die Abschaffung einer Vorschrift eintreten. Das kommt nicht alle Tage vor. Bei der Velovignette war dies noch anders. Der ehemalige Thurgau Ständerat Philipp Stähelin musste damals noch mittels eines Vorstosses nachhelfen. Ich teile auch die Meinung, dass ein Nothelferkurs nicht unbedingt im Zusammenhang mit dem Führerausweis besucht werden müsste.

Eine Erste Hilfe-Ausbildung ist Gold wert

Am Nothelferkurs aber generell zu zweifeln, überrascht mich dann doch. All jene, die schon in schwierigen Situationen helfen mussten, wissen, wie wertvoll lebensrettendes Grundwissen ist. Nicht helfen zu können, ist im entscheidenden Moment wohl die grösste Not. Wo immer Hilfe benötigt wird, auf der Skipiste, im Strandbad, auf dem Wanderweg oder auf dem Fussballplatz, eine Grundausbildung in Erster Hilfe ist Gold wert.

Warten statt helfen?

Auch wenn diese Erste Hilfe heute nicht mehr nach dem berühmten «G-A-B-I» erfolgt, so nützt dieses bekannte Kürzel im Alltag noch immer. Geht es doch um die wichtigen Fragen, wie einer verletzten Personen in der Not geholfen werden kann oder geholfen werden muss. Ohne Nothelfer- oder Erste Hilfe-Kurs dürfte dies zukünftig sehr schwierig werden.

Das ABC des Helfens

Es gibt wenig, was alle Menschen lernen sollten. Hierzu zählen sicherlich das Lesen und das Rechnen. Dann kommt aber bald schon das «Versorgen» von verletzten und verunfallten Personen in Notsituationen. Wenn diese Ausbildung nicht mehr im Rahmen des Führerscheins stattfindet, dann sollte sie andernorts geschehen. Ein solcher Kurs, wie immer er strukturiert und aufgebaut ist, kann Leben retten. Und dies ist die Aufgabe von uns allen.

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



Im 12-teiligen
Lehrgang werden
Schlüsselpersonen
praxisnah und gezielt für
Führungsaufgaben
gefördert und gleichzeitig
als Führungsper-
sönlichkeiten
gestärkt.

Führungsentwicklung für KMU-Praktiker: Mehr Führungsstärke für interne Aufsteiger.

Mehr Dynamik und Erfolg im Team. Mehr Sicherheit bei Führungsentscheiden. Mehr Selbstvertrauen und Führungsstärke. Unser Lehrgang ‚Führungsentwicklung für KMU-Praktiker‘ verleiht Schlüsselpersonen, die aus der Praxis heraus in leitende Positionen hineingewachsen sind, das Rüstzeug zur Führungs-Persönlichkeit. Sie werden dazu befähigt, ihre Führungsaufgaben im Alltag noch professioneller und besser umzusetzen.

Wir laden Sie ein zu den kostenlosen Info-Events «Führungsentwicklung für KMU-Praktiker», um mehr über den erfolgreichen Lehrgang zu erfahren. Am Donnerstag, 28. September und am Donnerstag, 26. Oktober von 16.30 bis 17.30 Uhr im RUZ Gossau. Dieser Lehrgang ist auf die Bedürfnisse von KMU und Gewerbe zugeschnitten und wird aufgrund der grossen Nachfrage ab Februar 2018 im RUZ Gossau bereits zum fünften Mal durchgeführt.

«Führungsentwicklung für KMU-Praktiker»
Kostenlose Infoveranstaltungen
28. September und 26. Oktober von 16:30 – 17:30 Uhr
Raiffeisen Unternehmerzentrum AG
Fabrikstrasse 7, 9200 Gossau
Tel. 071 388 62 00 | www.ruz.ch

RAIFFEISEN

Das Unternehmerzentrum
der Raiffeisen Gruppe

RUZ

Führungsentwicklung für KMU-Praktiker

Durch den Lehrgang «Führungsentwicklung für KMU-Praktiker» im Raiffeisen Unternehmerzentrum Gossau haben bereits zahlreiche Unternehmen die Führungskompetenzen von internen Aufsteigern in Schlüsselpositionen verstärkt. Wie das funktioniert, erfahren Unternehmer aus KMU und Gewerbe an den Informations-Veranstaltungen «Führungsentwicklung für KMU-Praktiker» am 28. September und am 26. Oktober im RUZ.

Mehr Führungsstärke für interne Aufsteiger

In KMU und Gewerbe kommt es häufig vor, dass gute Mitarbeiter in Führungspositionen hineinwachsen und dabei zu wichtigen Schlüsselpersonen für den Unternehmenserfolg werden. Es lohnt sich, diese Perlen zu fördern und mit gezieltem Ausbau ihrer Führungsqualitäten das Erfolgspotential noch besser auszuschöpfen. Einen praxisnahen Ausbildungsweg dazu bietet der RUZ Lehrgang «Führungsentwicklung für KMU-Praktiker». Ab dem 7. Februar 2018 startet der beliebte Lehrgang im RUZ Gossau bereits zum fünften Mal.

Mehrteiliger Intensiv-Lehrgang im RUZ

Im 12-teiligen Lehrgang lernen die Teilnehmer die relevanten Zusammenhänge rund um professionelle Führung kennen und die neu erworbenen Kenntnisse im Alltag individuell anzuwenden. Der Fokus liegt auf der Entwicklung einer gemeinsamen Führungssprache unter den besonderen Bedingungen in KMU

und Gewerbe. Die Schlüsselpersonen werden gezielt für Führungsaufgaben gefördert.

Persönlich und kompetent begleitet von erfahrenen Unternehmern, erwerben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer im Rahmen des Lehrgangs neue und wertvolle Fähigkeiten und Kompetenzen für erfolgreiches Führen im Alltag. Der Effekt: Mehr Führungsstärke, mehr Selbstvertrauen, mehr Glaubwürdigkeit und mehr Sicherheit. Praktische Erfahrung und Bewährtes sind in diesem Lehrgang viel wichtiger als Theorie. Von bisherigen Teilnehmern des Lehrgangs besonders geschätzt wurde der intensive Austausch untereinander.

Ein Führungsforum pro Jahr für Networking und Updates im Raiffeisen Unternehmerzentrum ergänzt die 12 Module des Lehrgangs zu einem umfassenden Programm für eine praxisnahe und erfolgreiche Führungsentwicklung in KMU und Gewerbe.



Kostenlose Info-Events

am 28. September und 26. Oktober

Interessierte Unternehmer sind eingeladen, an den Info-Events «Führungsentwicklung für KMU-Praktiker» mehr über diese einzigartige Form der Führungsausbildung zu erfahren. Die Anlässe finden am Donnerstag, 28. September und am Donnerstag, 26. Oktober von 16.30 bis 17.30 Uhr im RUZ Gossau statt. Im Anschluss daran stehen die RUZ Experten für Fragen zur Verfügung. Die Teilnahme ist kostenlos. Jetzt anmelden: www.ruz.ch oder 071 388 62 00

Das Unternehmerzentrum
der Raiffeisen Gruppe



Vom Zelt in die Hallen: Wie sich die Olma baulich entwickelt hat

Die Olma feiert dieses Jahr ihre 75. Austragung. Obschon die Messe seit Beginn viel Publikum anzieht, fand sie immer wieder in Provisorien statt. Und auch die Frage nach dem Standort war lange ein Thema.



Die erste Olma im Jahr 1943: Der Eintritt kostete für Erwachsene 1.30 Franken.

Am Anfang standen drei provisorische Zelthallen: Die erste Olma fand im Jahr 1943 auf dem Unteren Brühl vor der Tonhalle statt. In den Zelthallen gab es Maschinen und Geräte sowie Klein- und Grossvieh zu sehen, pünktlich um 15 Uhr wurden täglich Tiere vorgeführt. Und selbstverständlich gab es Festwirtschaften: Die «Moststube» in Zelthalle 2, die «Küchlistube» und die «Ostschweizer Weinstube» in der Tonhalle. Der Eintritt kostete für Erwachsene damals 1.30 Franken. 91'500 Besucherinnen und Besucher kamen, mehr als erwartet. Und so musste die Ostschweizer Messe für Landwirtschaft und Ernährung bereits im zweiten Jahr erweitert werden.

Die erste permanente Halle

In den ersten drei Olma-Jahren wurden aus 4500 Quadratmetern Hallenfläche deren 18 000, aus 150 Ausstellern 525. Das Olma-Areal breitete sich im Kantonsschulpark und immer weiter in den Stadtpark aus, wie es in der Olma-Chronik heisst. Im Jahr 1947 wurde dann an der Steinachstrasse die erste permanente Halle aufgebaut, gegenüber des Busdepots, wo heute das Athletik Zentrum steht: Halle 6. Die Nummerierungen der einzelnen Hallen änderten sich allerdings über all die Jahre stetig wieder. Lange aktuell blieb hingegen die Standortfrage: Bereits in den frühen Jahren habe diese – genauso wie die Benutzung von Grünflächen und Plätzen bei Schul-

häusern – immer wieder zu teils heftigen Diskussionen und alternativen Standortprojekten geführt, schreibt Théo Buff, stellvertretender Direktionssekretär Bau und Planung der Stadt St.Gallen in der Chronik weiter. Vorgeschlagen wurde die Erstellung von Messebauten beispielsweise im Lerchenfeld, in St.Georgen, auf dem Kinderfestplatz oder auf dem Kreuzbleiche-Areal. Letzteres sei unter anderem aus städtebaulichen Gründen nicht zu rechtfertigen, hiess es damals: Die Kreuzbleiche sei die einzige ebene Freifläche in der Nähe des Stadtkerns und müsse «auf alle Zeiten als Grünzone zwischen dichtbevölkerten Quartieren, als Tummelplatz für die Jugend, als Turnplatz für Schulen, Vereine und sportliche Anlässe frei gehalten werden». Eine Überbauung komme «weder für die Zwecke der Olma noch für irgendwelche andere je in Frage».

Ab 1958 auf dem St. Jakob-Areal

Ebenfalls zur Debatte stand damals schon der heutige Standort, das St. Jakob-Areal. Ab 1958 belegte die Olma dann Teile dieses Areals, in den Folgejahren wurde es nach und nach mit verschiedenen Hallen überbaut. Im Jahr 1980 erreichte die Messe eine Fläche von 65 000 Quadratmetern und zählte 750 Aussteller. Gleich nach Ende der Messe in jenem Jahr mussten allerdings Hallen geräumt und abgerissen werden: Der Bau der Nationalstrasse durch das Olma-Areal begann. Während mehrerer Jahre fand die Messe teilweise in Provisorien statt. 1989 dann, die Stadtautobahn war in der Zwischenzeit eingeweiht und die Hallen 2 bis 4 an der St. Jakob-Strasse erstellt worden, zählte die Olma neun Hallen. Nochmals zehn Jahre später – und ein Jahr vor dem Abbrennen der legendären Halle 7 – wurde dann das vorerst letzte grosse Projekt auf dem Areal realisiert: die Halle 9. Jetzt, bald 20 Jahre später, steht ein neues Grossprojekt an. Der Bau der neuen Halle 1, wofür das Ostportal des Rosenberg隧nels überdeckt werden soll (siehe Box).

Text: Malolo Kessler

Bilder und Visualisierung: zVg

Autobahn-Deckel für neue Halle

Auf dem Olma-Areal finden heute zahlreiche Messen und Events statt. Weil das Gelände gemäss den Olma Messen St.Gallen immer wieder an Kapazitätsgrenzen stösst und die Infrastruktur nicht mehr zeitgemäss ist, planen sie schon seit einigen Jahren eine neue Halle 1 mit 12'000 Quadratmetern. Für deren Bau müsste die Stadtautobahn auf einer Länge von etwa 200 Metern überdeckt werden. Mit diesem Projekt, es trägt den Namen «Neuland», könne der Messeplatz St.Gallen endlich weiterentwickelt werden, schreiben die Olma Messen im Projektbeschrieb. «Während andere Messestädte in den letzten Jahren massiv in die Infrastruktur investierten, konnten in St. Gallen die notwendigen Erweiterungsinvestitionen über Jahre nicht getätigt werden.» Investitionen seien nun dringend nötig und böten grosse Chancen für die Region und die Olma Messen. So erhalte die regionale Wirtschaft Impulse, die Olma Messen St. Gallen würden als Unternehmen langfristig gesichert, die Position der Stadt im Standortwettbewerb gestärkt. Schliesslich profitiere auch das Quartier: «Für das Quartier bedeutet der Neubau eine Heilung des massiven Geländeeinschnitts rund um die Autobahn und eine Attraktivitätssteigerung des Areals rund um die Olma Messen.» Dass der Autobahn-Deckel umsetzbar wäre, hat das ASTRA vor zwei Jahren in einer Machbarkeitsstudie evaluiert. Geht es nun nach den Olma-Messen, soll im Jahr 2020 mit dem Bauprojekt begonnen werden, 2023 soll die neue Halle fertig sein. Noch nicht abschliessend geklärt ist die Finanzierung: Das gesamte Investitionsvolumen beläuft sich voraussichtlich auf 163,4 Millionen Franken. 41,6 Millionen kostet die Autobahnüberdeckung, 121,8 Millionen Franken der Hallenneubau samt Umgebungsgestaltung. Die Olma Messen finanzieren den grössten Teil davon selbst. Für 30 Millionen Franken sind sie aber auf die öffentliche Hand angewiesen. So haben Stadt und Kanton Ende August mitgeteilt, dass sie sich finanziell am Autobahn-Deckel beteiligen möchten. Die Stadt mit einem Investitionsbeitrag von 18 Millionen, der Kanton mit 12 Millionen. Beide Beiträge bedingen sich gegenseitig, hiess es in der Mitteilung des Kantons weiter. Der Kantonsrat wird die entsprechende Vorlage voraussichtlich in erster Lesung an der Session Ende November behandeln. Das St. Galler Stadtparlament hat das Geschäft bereits vergangene Woche beraten, das Resultat war bei Redaktionsschluss noch offen.



Projekt «Neuland»: Für den Bau der neuen Halle 1 würde ein Teil der Stadtautobahn überdeckt.

Nonsense

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

Unsinn ist ein losgelöster Satz fern von Substanz, Sinn und Logik zu einem Sachverhalt oder einer Meinung. Unsinn ist etwas anderes als Sinn- oder Aussichtslosigkeit. Ein wenig scherzhaft kommt es auch daher – und Sinn? Eher ernsthaft. Die Metapher und die Frage nach dem Sinn (oder Unsinn) ist darum genau richtig. Ernst oder Scherz?

Im Kontext mit Unternehmensnachfolgen verbinden wir Sinn mit Zukunft, Nachhaltigkeit, Erfolg und Geld. Was aber im Endeffekt Sinn im Gesamten ergibt ist eine reine Gefühlswelt. Ob etwas Sinn gemacht hat, erfahren wir sowieso erst viel später.

Päng! – Da ist der Entscheid für die Sinn-Entleerung. Für die Nachfolger machen dann plötzlich ganz andere Dinge Sinn. Die bisherige Sinn-Gestaltung erfährt in der Werteskala eine massive Änderung. Und das ist dann der springende Punkt. Von der Bewertung reden wir hier noch nicht einmal.

Was machen wir daraus? Wir haben zwei Möglichkeiten. Wir halten daran fest und glauben, darin das Glück zu finden – oder – wir sehen den bisherigen Unsinn mit Humor und suchen neuen Sinn in anderen Themen.

Wer noch nicht bereit ist, in ideellen Dingen seinen persönlichen Sinn zu finden, sollte sich weiterhin mit seinen für ihn schönen Designs zudecken. Das ist in keiner Art verwerflich. Materielle Dinge sind immer Ausdruck von Ideen und Phantasien. Vielleicht macht es sogar Sinn, den Outdoor-Jacuzzi doch noch zu benützen. Die Grenze vom Ding zum Sinn ist schleichend.

Darum ist es wichtig, schon vor dem Entscheid in einen M&A-Prozess zu gehen, die Unsinn-Frage zu stellen. Behutsam die Weichen zu stellen, um dann bei den Kandidaten Sinn-Möglichkeiten zu finden. Eine grosse Aufgabe. Wie gesagt, was zuerst kommt, muss jeder selber wissen. Was aber ganz bestimmt nicht fehlen darf, ist Humor. Sonst bleibt man für potentielle Nachfolger kaum interessant.

Weitere Gedankenanstösse unter www.awit.ch

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

Erfolg durch Praxisnähe

Die Qualifru GmbH ist spezialisiert auf Witterungsschutz und Bewässerungssysteme für Landwirtschaftsbetriebe. Das Unternehmen aus Opfershofen TG wurde letztes Jahr für den Thurgauer Jungunternehmerpreis «Start Award» nominiert. Inhaber und Geschäftsführer Christoph Bär über die ersten Jahre, kleine Fehler und die Zukunft seines KMU.

Christoph Bär, Sie und Ihre Frau Debora haben Qualifru vor gut sechs Jahren gegründet. Weshalb haben Sie damals den Schritt ins Unternehmertum gewagt?

Uns hat das Unternehmertum schon immer gereizt. Wir hatten erstens Ideen, die wir umsetzen wollten. Und wir haben gesehen, dass am Markt Potenzial für unser Geschäftskonzept besteht. Ausserdem konnten wir auf gute Partnerschaften setzen.

«In unseren Augen ist es wichtig, dass man mutig, aber nicht übermutig ist.»

Sie haben sich auf die Bereiche Witterungsschutz und Bewässerung spezialisiert. Was zeichnet Ihre Produkte und Dienstleistungen aus?

Durch unseren eigenen Landwirtschaftsbetrieb haben wir die grösstmögliche Praxisnähe. Das stärkt unser Vertrauen in unsere Produkte und auch das Vertrauen der Kunden. Unser Ziel ist, dem Kunden als praktischer Dienstleister einfache und technisch originelle Lösungen anbieten zu können. Wir kombinieren Handel und Dienstleistung, das heisst, wir

bieten neben der reinen Komponentenlieferung von der Erstberatung bis zur schlüsselfertigen Montage alles an. So können wir flexibel auf die Bedürfnisse unserer Kunden eingehen. Der eine will nur Material, der andere will nichts selber machen. Meistens aber erstellen unsere ausgebildeten Monteure gemeinsam mit dem Kunden und seinen Leuten die Anlage.

Besteht in Ihrem Bereich kein Überangebot?

Nein, wir bewegen uns in einem überschaubaren Umfeld.

Wie schwer ist es, sich gegenüber der Konkurrenz behaupten zu können?

Bereits vor der Unternehmensgründung kannten wir die Stärken und Schwächen der Mitbewerber gut. So konnten wir uns eine Marktlücke suchen. Eine super Idee oder ein schönes Konzept ist aber nur erfolgversprechend, wenn die Unternehmensbasis stimmt. Dazu braucht es Werte, ohne die alles andere nichts bringt. Unsere Werte basieren auf christlicher Ethik. Das heisst: Zuverlässigkeit, Ehrlichkeit, Fleiss, Teamarbeit, Vertrauen. Diese Werte sind ungemein wichtig und bilden für uns die Basis, um uns im Konkurrenzumfeld behaupten zu können.

*Christoph Bär (*1982),
Inhaber und
Geschäftsführer der
Qualifru GmbH.*



Wir haben die Gründungszeit angesprochen: Wenn Sie zurückblicken, was war entscheidend für den Erfolg?

Mit einem klaren Ziel und dem Glauben an die eigenen Stärken und Vorteilen gegenüber anderen Marktteilnehmern zu starten. Entscheidend war auch, von Beginn an einen professionellen Auftritt zu haben, natürlich zu wachsen und Schritt für Schritt zu investieren und auszubauen. In unseren Augen ist es wichtig, dass man mutig, aber nicht übermutig ist. Hierfür braucht es unternehmerisches Gespür. Um es mit einem Bild zu sagen: Ein jung gepflanzter Baum wächst und bringt jedes Jahr mehr Ertrag. Einen ausgewachsenen Baum zu pflanzen ist verlockend, das Risiko, dass er abstirbt, aber entsprechend gross. Schliesslich gehört aber auch immer eine grosse Portion Zufall oder Glück dazu, dass etwas funktioniert.

«Das Gleichgewicht zwischen Geschäft und Privatem wurde zwischenzeitlich arg strapaziert.»

Haben Sie anfangs auch Fehler gemacht?

Das Gleichgewicht zwischen Geschäft und Privatem wurde zwischenzeitlich arg zugunsten des Geschäfts strapaziert – zum Glück ohne Schäden. Dies ist und bleibt wohl eine der grössten Herausforderungen.

Sie wurden 2016 für den Thurgauer Start Award nominiert. Hat diese Publizität für zusätzlichen Schub gesorgt?

Einige bestehende Kunden sowie Privatpersonen haben das zwar wahrgenommen, einen zusätzlichen Schub gegeben hat die Nomination aber nicht. Unsere Zielgruppen erreichen wir hauptsächlich über fachspezifische Organe wie Messen oder Zeitschriften und nicht über Medienberichte in der Tageszeitung.

Was sind Ihre Zukunftsvisionen?

Erste Priorität hat weiterhin der Erhalt der Kundenzufriedenheit. Diese wollen wir nicht auf Kosten von Wachstum opfern. Wir wollen nicht grösser werden um des Grösserwerden-Willens, streben aber weiterhin ein gesundes, natürliches Wachstum an. Und wir wollen technisch am Ball bleiben, um dem Kunden weiterhin einen maximalen Nutzen durch praktische Problemlösungen im Alltag zu bieten. Aktuell übergeben wir das Tagesgeschäft an unseren neuen Betriebsleiter Lukas Kiefer. Dies, weil wir die steigenden Kundennachfragen weiterhin mit hoher Qualität bearbeiten möchten. Ausserdem möchte ich mehr Kapazität für die Geschäftsentwicklung sowie für meinen eigenen Landwirtschaftsbetrieb haben.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: Stéphanie Engeler

Gelebte Persönlichkeit

Kreativität, Ästhetik, Bodenständigkeit, Stil, Wohlbefinden, Freude, Wertigkeit – das sind Themen und Wegbegleiter von Ursi Sutter, im privaten wie auch im beruflichen Umfeld. Ein Leaderinnen-Porträt.



Ihre Leidenschaft für das Schöne, die Kräuterwelt und das Wohlbefinden entdeckte sie schon früh, als sie mit ihren drei Brüdern auf einem Bauernhof aufwuchs.

Bereits in der Ausbildung zur Drogistin konnte Ursi Sutter viele Interessen auf einen Nenner bringen. Sie blieb dem vielseitigen Beruf zehn Jahre treu; fünf Jahre davon als GF-Stellvertreterin in der Droga Drogerie in Appenzell. Nach der Geburt ihrer beiden Kinder entschied sie sich für eine administrative Teilzeitstelle in einer Gesundheitspraxis. Eine traditionelle Familienfrau aus Überzeugung, mit dem grossen Glück, über all die Jahre beruflich und insbesondere «in ihren Themen» tätig sein zu können.

Eine berufliche Neuorientierung stand 2013 an. Kreativität und Freude blieben in der aktuellen Anstellung immer öfter auf der Strecke. Ein eher zufälliges Zusammentreffen mit der Inhaberin Gabriela Manser legte den Grundstein für die heutige erfüllende Aufgabe bei der Goba: Seit 2014 berät Ursi Sutter die Kunden in allen Fragen rund um Firmengeschenke individuell und flexibel. Sie schätzt das Privileg, mit Schöner und Feiner aus der Goba-Welt unterwegs zu sein und zugleich spannende Unternehmen kennenzulernen. Mit dem Ziel, diese organisatorisch zu unterstützen und gleichzeitig in deren Kundenkreis oder Teams Freude zu verbreiten, schliesst sich der Kreis wunderbar.

Die genussvolle, von Hand hergestellte Auswahl aus der Goba-Manufaktur findet sich in den stilvollen «Geschenktrocken» wieder: Individuelle Präsente für die unterschiedlichsten Branchen überraschen Augen und Gaumen. Beim Ideenkreieren, oft auch etwas Ausgefallenerem, sieht sich Ursi Sutter in erster Linie als Gastgeberin in einem der schönen Goba-Läden oder besucht ihre Kunden direkt in deren Unternehmen. Diese Begegnungen und der wertvolle Austausch schätzt sie insbesondere auch bei den Leaderinnen Ostschweiz, wo die Persönlichkeit noch gelebt wird.

Eine Unternehmerbank kommt nach St.Gallen

In St.Gallen eröffnet die Banque CIC (Suisse) ihre neunte Niederlassung. Franz Osterwalder, Leiter in St.Gallen, über die Beweggründe und wie er den Markt für sich gewinnen möchte.



*In St.Gallen für Sie da:
(v.l.n.r.) Christoph Zürcher,
Franz Osterwalder,
Laila Hertli und Markus
Blaser von der Banque
CIC (Suisse).*

Franz Osterwalder, die Banque CIC (Suisse) setzt erstmals einen Fuss in die Ostschweiz. Weshalb?

Wir sehen ein bedeutendes Potenzial in der Ostschweiz. St.Gallen hat eine hohe Lebensqualität und ist ein aktiver Wirtschaftsstandort, an dem sich vor allem hochspezialisierte und innovative KMUs angesiedelt haben. Speziell für sie und für anspruchsvolle Privatkunden stellen wir eine interessante Alternative dar. Ausserdem sollen Kunden aus der Ostschweiz einen einfacheren und direkteren Zugang zu unseren Dienstleistungen haben.

Wie wichtig ist die geografische Nähe?

Wir legen viel Wert auf den persönlichen Kontakt und Austausch. Wir setzen uns mit unseren Kunden an einen Tisch und erarbeiten gemeinsam Lösungen. Gerade auch, weil unsere Beratung sowohl das private wie auch das kommerzielle Finanzgeschäft unserer Kunden umfasst und alle Phasen eines Lebens- oder eines Unternehmenszyklus abdeckt, begleiten wir unsere Kunden immer sehr eng. Die geografische Nähe erleichtert dies.

Wie wollen Sie sich am Standort St.Gallen behaupten?

Unser Geschäftsmodell ist einmalig: Wir sind eine stabile Traditionsbank, sehr breit aufgestellt und können allen Finanzierungsbedürfnissen gerecht werden, haben aber auch eine überschaubare Grösse, um flexibel agieren zu können, mit der gewohnten Betreuung einer Privatbank. Wir sind also gross und klein zugleich. Auch sind wir als Teil der genossenschaftlich organisierten Crédit Mutuel in einer äusserst starken Gruppe integriert. Das macht uns zum idealen Partner für anspruchsvolle Finanzgeschäfte. Die Banque CIC (Suisse) ist aufgrund ihres Geschäftsmodells als «Privatbank unter den Universalbanken» sehr nahe beim Kunden und geht vollständig auf seine Bedürfnisse ein.

Wer soll bei Ihnen Kunde werden?

Unsere Kunden sind vor allem vermögende Privatkunden sowie Unternehmer und Unternehmen. Das Angebot der Bank ist stark auf deren Bedürfnisse ausgerichtet. Dabei handelt es sich primär um mittelgrosse Fir-

men. Basler Unternehmer haben vor über 140 Jahren eine Bank für industrielle Aktivitäten gegründet. Diese Tradition führen wir weiter, und in diesem Bereich werden wir unsere Kompetenzen weiter schärfen.

Wer sind die Köpfe am Standort St.Gallen?

Wir starten in St.Gallen mit einem etablierten Team, das sich kennt und gut funktioniert. Das Team besteht aus Markus Blaser und Christoph Zürcher, beides Kundenberater, sowie Laila Hertli, die das Team in der Kundenbetreuung unterstützt, und mir. Ich baute in den letzten zehn Jahren das Premium Banking der Migros Bank AG in der Region Ostschweiz auf und bin seit 1999 in leitenden Positionen in der Finanzindustrie tätig. In St.Gallen bin ich geboren und aufgewachsen. Ausserdem war ich in diversen lokalen Vereinen aktiv wie dem Handballverein TSV St.Otmar und in der St.Galler Ski-Schule. D.h. ich bin in St.Gallen sehr gut vernetzt und kenne die lokalen Gegebenheiten.

Über die Banque CIC (Suisse)

Die Banque CIC (Suisse) ist eine lokal verankerte Universalbank, die auf dem starken Fundament ihrer über 100-jährigen Geschichte und auf der Zugehörigkeit zur genossenschaftlich organisierten, internationalen Bankengruppe Crédit Mutuel-CIC aufbaut. Die Bank hat 350 Mitarbeitende und unterhält neben ihrem Hauptsitz in Basel acht Niederlassungen in Zürich, St. Gallen, Genf, Lausanne, Neuchâtel, Fribourg, Sion und Lugano. Sie bietet für Unternehmen und Unternehmer sowie für Privatkunden bedarfsgerechte Lösungen im Anlagegeschäft, im Finanzierungsbereich und für Transaktionen aller Art und vereint den persönlich-individuellen Ansatz des Private Banking und die Produktvielfalt des Kommerzgeschäfts für einen einmaligen Kundennutzen.

www.cic.ch

CIC BANQUE CIC | SUISSE

Neu in St. Gallen

Bank CIC (Schweiz) AG

Poststrasse 17, 9001 St. Gallen

T +41 71 560 39 00, F +41 71 560 39 10

«Viele verharren zu lange in ihrer ›Komfort-Zone‹»

Christian Bartholet leitet die Grass & Partner AG in St.Gallen, die heuer ihr 20-Jahre-Jubiläum feiert. Der Spezialist für Out- und Bestplacement im Gespräch über Veränderungen in der Arbeitswelt, Gründe für Neuorientierungen und die Chancen der Generation «50 plus» auf dem Arbeitsmarkt



*Christian Bartholet:
Fokussiert auf
umfassende Beratung.*

Christian Bartholet, wie hat die Firmengeschichte von Grass & Partner angefangen?

Unser schweizweit führendes Beratungsunternehmen im Outplacement wurde 1997 in Zürich von Riet Grass nach einer langjährigen Karriere als Personalchef gegründet. Heute unterstützen wir auch Unternehmen bei Bestplacement-Mandaten, wo es darum geht, die richtige Person am richtigen Ort einzusetzen. Zudem führen wir berufliche Standortbestimmungen für Privatpersonen durch.

Nun hat sich die Arbeitswelt seit 1997 verändert. Wo am stärksten?

Die Komplexität nimmt überall zu, und es sind zunehmend interkulturelle Kompetenz, eine hohe Sozialkompetenz und technologisch-digitale Fähigkeiten gefragt, gepaart mit spezifischem Fachwissen. Karrierenverläufe werden so vielschichtiger und unterschiedlicher.

«Im KMU- und industriellen Umfeld der Ostschweiz werden Fachkompetenz, Erfahrung und das Netzwerk stärker gewichtet als das Alter.»

Und wie beeinflussen diese Veränderungen das Angebotsprofil von Grass & Partner?

Wir unterstützen heute auch berufliche Lösungen wie den Einstieg ins Interim-Management, die Gründung eines Start-ups, die Übernahme einer Firma oder die Suche nach Verwaltungsratsmandaten. Im Outplacement fokussieren wir mehr auf umfassende Beratung als auf die simple Suche nach der nächsten Feststelle. Unternehmen begleiten wir mit Bestplacement-Change-Projekten, sei es bei Reorganisationen, Prozessoptimierungen oder Performance-Steigerungen von Mitarbeitenden. Bei privaten Kunden steht die Erhaltung der Arbeitsmarktfähigkeit mit beruflichen Standortbestimmungen im Vordergrund.

Nicht vor jeder Neuorientierung steht eine Kündigung. Was sind andere Gründe?

Die jüngere Generation ist top ausgebildet, global denkend, digital vernetzt, und ihr stehen viele Möglichkeiten offen. Irgendwann kommt dann aber die Frage, wo der Fokus gesetzt werden soll und wie ein Einstieg in ein längerfristiges Engagement gefunden werden kann. Bei reiferen Karrieren ist es die Suche nach mehr Sinn, Balance, Eigenständigkeit oder nach einem neuen Arbeitgeber, der mehr Potenzialentfaltung erlaubt. Viele verharren zu lange in ihrer «Komfort-Zone».

Und wie helfen Sie hier konkret?

Da geht es vor allem darum, genau hinzuhören, hinzuschauen und sich intensiv mit der Persönlichkeit, ihren Neigungen, Talenten, Erfahrungen und Wertvorstellungen zu beschäftigen. Das Gespräch und die individuelle Beratung sind der Schlüssel, deshalb arbeiten wir nur mit eigenen, erfahrenen und umsichtigen Beratern, die vollamtlich für Grass & Partner tätig sind.

Der Generation 50plus werden kaum mehr Chancen auf dem Arbeitsmarkt zugestanden. Stimmen Sie dieser Einschätzung zu?

Nein. Ich stelle fest, dass gerade im KMU- und industriellen Umfeld der Ostschweiz Fachkompetenz, Erfahrung und das Netzwerk stärker gewichtet werden als das Alter. Dieses Bewusstsein braucht es auch bei den Betroffenen; es ist entscheidend, dass man seinen «USP», seine Einzigartigkeit im Skill-Set verschiedener Fähigkeiten, Talente und Erfahrungen kennt. Selbstverständlich ist es entscheidend, dass man mental und physisch fit ist und die Weiterbildung nicht vernachlässigt hat.

Interview: Stephan Ziegler

Bild: zVg

Jetzt kommt das zweite Alpenchique

Reto Allenspach (*1977) ist CEO der Eventury Holding AG. Der Gastronom betreibt nicht nur den St.Galler Club Alpenchique und das Restaurant Alt St.Gallen, sondern vertreibt auch das Szenetränk «Spada». Nun eröffnet Allenspach Ende September ein zweites Alpenchique in Schaan und organisiert das erste Oktoberfest in St.Gallen (28.–30.9.17).

Reto Allenspach, CEO und Mitinhaber Eventury Holding AG: Trifft mit seinen Club- und Event-Konzepten den Nerv der Zeit.



Reto Allenspach, nachdem das Alpenchique vor rund zwei Jahren seine Tore in den Räumlichkeiten des ehemaligen «Casablanca» in St.Gallen öffnete, machen Sie nun Ende September das «Alpenchique II» im einstigen «b'eat» in Schaan auf. Was gab den Ausschlag?

Die zwei Jahre in St.Gallen haben gezeigt, dass wir mit unserem Konzept den Nerv der Zeit getroffen haben: «Musik zum Tanzen und Mitsingen» in Kombination mit Unterhaltung für Erwachsene in gehobenem Ambiente kommt sehr gut an. Der b'eat Club erfüllte unsere Ansprüche an ein zweites Alpenchique perfekt, und punkto Erreichbarkeit und Einzugsgebiet ist Schaan sehr vielversprechend, um die Marke Alpenchique bekannt zu machen – im Fürstentum und im Rheintal.

Inwiefern wird sich das Schaaner Alpenchique vom St.Galler unterscheiden?

Nur unwesentlich – das Konzept hat sich ja bewährt. Wir haben bei der Auswahl der Lokalität

darauf geachtet, dass wir einzelne stilgebende Elemente wie die Alpine Lounge, das Stübli, das Fumoir hinter der Bar oder das Effektfeuer wieder integrieren können.

Und was dürfen die Gäste in beiden Clubs noch erwarten?

Wir sprechen alle Ausgänger ab 25 Jahren an, die bereits um 22 Uhr Spass in der Disco haben wollen. Dafür sorgen unsere erfahrenen DJs. Am besten überzeugen Sie sich selber davon – in St.Gallen oder ab Ende September in Schaan.

Als Gastrounernehmer betreiben Sie nicht nur die beiden Alpenchiques, sondern auch das Restaurant Alt St.Gallen. Daneben haben Sie das Szenetränk «Spada» lanciert und veranstalten Events. Wie bringen Sie das unter einen Hut?

Als ich vor über zehn Jahren mit meiner Frau im Restaurant Alt St.Gallen angefangen habe, war es einfach: Wir beide waren hinter der Bar, und es lief. Heute ist Sabrina zwar nicht mehr hinter der Bar aktiv, hält mir aber den Rücken frei. Zur Vereinfachung der Führung der einzelnen Geschäfte haben wir im Sommer 2017 die Eventury Holding AG gegründet und die einzelnen Firmen neu organisiert. Diese Struktur erlaubt es mir, auf die einzelnen Bereiche Einfluss zu nehmen und doch den Geschäftsführern grosse Freiheit zu lassen. Mir ist es wichtig, mit Menschen zusammenzuarbeiten, die ich gerne habe und auf die ich mich zu 100 Pro-



Roni Allenspach
Mitinhaber
Eventury
Holding AG



Matthias Buob
Mitinhaber
Eventury
Holding AG und
Geschäftsführer
Spada



Philipp Bechtiger
Mitinhaber
Eventury
Holding AG



Michael Kronenberg
Mitinhaber
Eventury
Holding AG



Andreas Messmer
Mitinhaber
Alpenchique AG
und Geschäfts-
führer



Iwan Nutt
Geschäftsführer
Alpenchique
Schaan



Martin Durot
Geschäftsführer
Cocktailbar
Alt St.Gallen

zent verlassen kann – bei Geschäftspartnern wie bei Mitarbeitern.

Und wer ist für was verantwortlich?

Das Alt St.Gallen leitet Martin Durot. Er hat das Lokal im letzten Jahr in eine hervorragende Cocktailbar umfunktioniert. Mit Andreas Messmer – einem erfahrenen Gastronom (Bolero, Elephant) – haben wir das Konzept Alpenchique entwickelt und umgesetzt. Er ist Miteigentümer der Alpenchique AG und verantwortlich für den operativen Bereich beider Betriebe. Für das Alpenchique Schaan konnten wir mit Iwan Nutt einen «Einheimischen» gewinnen, der über langjährige Erfahrung in der Club-Gastronomie verfügt. Beim Spada und bei den Events werde ich tatkräftig von meinem langjährigen Geschäftspartner Matthias Buob und meinem Bruder Roni unterstützt.

«Mir ist wichtig, mit Menschen zusammenzuarbeiten, die ich gerne habe und auf die ich mich zu 100 Prozent verlassen kann.»

Gibt es für Sie eine Art Erfolgsrezept, wie man heute Clubs erfolgreich führt?

Wichtig ist, dass sich der Gastronom auf seine Zielgruppe fokussiert und seinem Konzept treu bleibt. Bei uns ist der Name Alpenchique Programm: Der Kunde weiss genau, was ihn erwartet. Alle Mitarbeiter leben das Konzept Alpenchique. Und das spürt der Gast, wenn er bei uns zu Besuch ist. Entscheidend ist auch eine konsequente Türpolitik: Fehlt die, hat man plötzlich nicht mehr die Gäste, die man ursprünglich angesprochen hat.

Gleichzeitig zur Eröffnung des Alpenchique II realisieren Sie am Wochenende vom 28. bis 30. September das erste Oktoberfest in St.Gallen. Wen sprechen Sie an?

Das Oktoberfest ist ein Volksfest. Und als solches für alle, die Freude an dieser Unterhaltung haben. Wer zu unserem Oktoberfest kommt, wird in erster Linie über die spezielle Location staunen: Die ehemals offene Kirche St.Gallen nutzen wir als Festsaal mit über 500 Sitzplätzen im Erdgeschoss und auf der Galerie. Und mit Michelle konnten wir eine bekannte deutsche Schlagersängerin für den Freitagabend engagieren.

Zum Schluss: Wie erholen Sie sich von Ihrem beruflichen Alltag?

Ich bin seit zehn Jahren mit Sabrina verheiratet. Mit unseren zwei Buben Patrice (8) und Jerome (6) wohnen wir im wunderschönen Speicher – nahe am Geschehen und doch fernab vom beruflichen Alltag. Unter der Woche betätige ich mich gerne sportlich im und um Speicher, und an den Sonntagen nutzen wir die Nähe zur Natur oft für familiäre Wanderungen.

Das Oktoberfest St.Gallen



Das erste St.Galler Oktoberfest findet von Donnerstag, 28. September, bis Samstag, 30. September, in der offe-

nen Kirche an der Böcklinstrasse 2 statt. Live-musik zum Schunkeln und Mitsingen, Oktoberfestbier und bayrische Kulisse sorgen für eine ordentliche Gaudi. Auf der Speisekarte stehen Weisswurst, Haxn und Brezn. Stargast am Freitag ist die Schlagersängerin Michelle, am Donnerstag treten die Alpenstürmer auf, am Samstag das Zillertaler Edelweiss-Duo. Am Donnerstag ist der Eintritt frei, am Freitag und Samstag kostet er CHF 25.–. Informationen, Tickets und Tischreservierungen: www.oktoberfestsg.ch

Spada

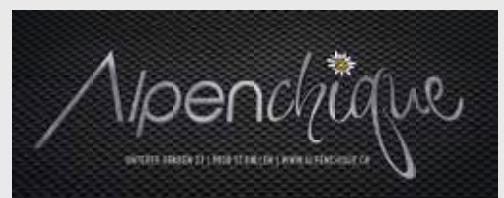
SPADA
PREMIUM SOFT DRINK

Der von Reto Allenspach und Matthias Buob entwickelte Softdrink

«Spada» ist alkoholfrei, schmeckt gut und tut gut. Extrakte vornehmlich aus Granatäpfeln, aber auch aus Grünkaffee, Ringelblumen, Acai- und Goji-Beeren, Ingwer, Agaven, Maca-Wurzeln, Ginseng, Zimtrinde und Brennnesselnsorgen für ein erfrischendes, fruchtiges Erlebnis – mit wenig Kalorien und viel Geschmack. Spada lässt sich ebenso gut pur wie als Mixgetränk, als Royal und mit Gin oder Wodka geniessen. Es ist in den Clubs sowie online erhältlich: www.spadadrink.ch

Alpenchique I und II

Die Alpenchiques in St.Gallen (Unterer Graben 21) und Schaan (Im alten Riet 22) sind Lokale, die in gehobenem Ambiente Unterhaltung für Erwachsene bieten. Die Clubs sind rustikal und chique zugleich, was eine herrliche Wohlfühl-atmosphäre schafft. Aufgrund des Konzepts sind auch jene Ausgänger angesprochen, die bereits ab 22 Uhr Spass haben wollen. Musikalisch wird am Rad der Zeit gedreht: Lieder der 80er- und 90er-Jahre sowie deutsche Schlager sind ebenso dabei wie aktuelle Songs aus der Hitparade. Das Motto lautet: «Musik zum Tanzen und Mitsingen – einfach Spass haben.» www.alpenchique.ch, www.alpenchique.li



Thomas Ahlburg folgt auf Peter Spuhler

Peter Spuhler übergibt die Funktion des Group CEO an Thomas Ahlburg und konzentriert sich per 1. Januar 2018 auf das Amt des Verwaltungsratspräsidenten.



Der neue Mann an der Spitze: Thomas Ahlburg.

Per 1. Januar 2018 übernimmt Thomas Ahlburg neu die Funktion des Group CEO von Stadler. Peter Spuhler, Mehrheitsaktionär von Stadler, konzentriert sich nach 30 Jahren in der operativen Verantwortung von Stadler auf das Amt des Verwaltungsratspräsidenten. 1989 hatte er die Firma mit damals 18 Mitarbeitern für circa 4,5 Millionen Schweizer Franken

Thomas Ahlburg führt seit 2012 das grösste Werk der Stadler-Gruppe in Bussnang und ist stellvertretender Group CEO.

erworben. Heute zählt das Unternehmen über 7000 Mitarbeiter und macht einen jährlichen Umsatz von über 2 Milliarden Schweizer Franken. In der Funktion des Verwaltungsratspräsidenten obliegen Peter Spuhler die sieben nicht übertragbaren Aufgaben des Verwaltungsrats gemäss dem Schweizerischen Obligationenrecht. Die Anpassung der Führungsstruktur ermöglicht es Peter Spuhler darüber hinaus, sich noch stärker auf die Führung des Strategieprozesses, auf «Mergers & Acquisitions»-Projekte, die strategischen Lokalisierungsanteile bei Joint Ventures, die Begleitung des Angebotsprozesses sowie dessen Freigabe, die strategische Produktentwicklung und speziell die Intensivierung der Kundenpflege zu konzentrieren.

Seit 2012 bei Stadler

Thomas Ahlburg führt seit 2012 das grösste Werk der Stadler-Gruppe in Bussnang und ist stellvertretender Group CEO. Sein Leistungsausweis in beiden Funktionen ist hervorragend und er geniesst das volle Vertrauen des Verwaltungsrates und der Belegschaft. Nach seinem Ingenieurstudium an der ETH Zürich und an der University of Cape Town (Südafrika) war Thomas Ahlburg zehn Jahre für die internationale Beratungsfirma Booz & Company tätig. In dieser Zeit hat er berufsbegleitend an der Georg-August-Universität in Göttingen promoviert. Danach bekleidete er verschiedene Führungspositionen bei MT Aerospace, unter anderem als Leiter der Business-Unit Ariane 5. Vor seinem Wechsel zu Stadler im Jahr 2012 hatte er die Leitung des Bombardier-Werks in Görlitz inne. Der ETH-Ingenieur ist 47 Jahre alt, verheiratet mit der Harfenistin Nora Ahlburg und Vater eines sechsjährigen Sohnes. Die Familie wohnt seit 2012 in Kreuzlingen. Thomas Ahlburg ist in der IHK Thurgau als Vorstandsmitglied aktiv.

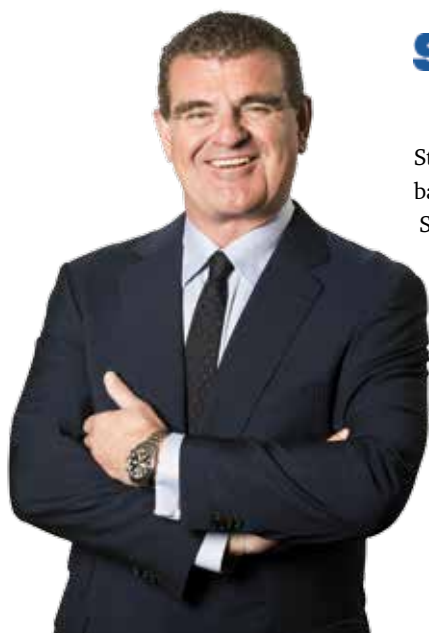
Spuhler bleibt Haupteigentümer

Die Nachfolge von Thomas Ahlburg für die Leitung des Werks in Bussnang übernimmt Georg Kapeller. Er ist seit 2012 Produktionsleiter in Bussnang und war zuvor über zehn Jahre in verschiedenen Führungsfunktionen im Engineering bei der Firma GDELS-Mowag in Kreuzlingen tätig. Nach seinem Maschinenbaustudium in Winterthur hat Georg Kapeller berufsbegleitend ein Mechatronik- und ein Betriebswirtschafts-Nachdiplomstudium, sowie die Generalstabsausbildung absolviert.

Mit der von langer Hand geplanten Anpassung der Führungsstruktur ist das Unternehmen optimal auf die kommenden Herausforderungen, das weitere Wachstum und die zunehmende Internationalisierung vorbereitet. Peter Spuhler bleibt mit 80 Prozent der Aktien Haupteigentümer von Stadler. 10 Prozent der Aktien befinden sich bei der RAG Stiftung und weitere 10 Prozent bei etwa 160 Kadermitarbeitern.

Text: Marina Winder

Bild: zVg



STADLER

Stadler baut seit 75 Jahren Züge. Der Systemanbieter von Lösungen im Schienenfahrzeugbau hat seinen Hauptsitz im ostschweizerischen Bussnang. An mehreren Standorten in der Schweiz, in Deutschland, Spanien, Polen, Ungarn, Tschechien, Italien, Österreich, Niederlanden, Weissrussland, Algerien, UK und den USA arbeiten über 7000 Mitarbeitende. Stadler bietet eine umfassende Produktpalette im Bereich der Vollbahnen und des Stadtverkehrs an: Highspeed-Züge, Intercity-Züge, Regio- und S-Bahnen, U-Bahnen, Tram-Trains und Trams. Überdies stellt Stadler Streckenlokomotiven, Rangierlokomotiven und Reisezugwagen her. Darunter befindet sich auch Europas stärkste dieselelektrische Lokomotive. Stadler ist der weltweit führende Hersteller von Zahnradbahnfahrzeugen.

Peter Spuhler (1959), CEO und Verwaltungsratspräsident:

«Wir bauen für unsere Kunden die besten Züge»

Gründungsjahr: 1942

Umsatz: ca. CHF 2,1 Mrd.

Anzahl Mitarbeiter Total: ca. 7300

Anzahl Mitarbeiter Schweiz: ca. 3000

Hauptsitz:

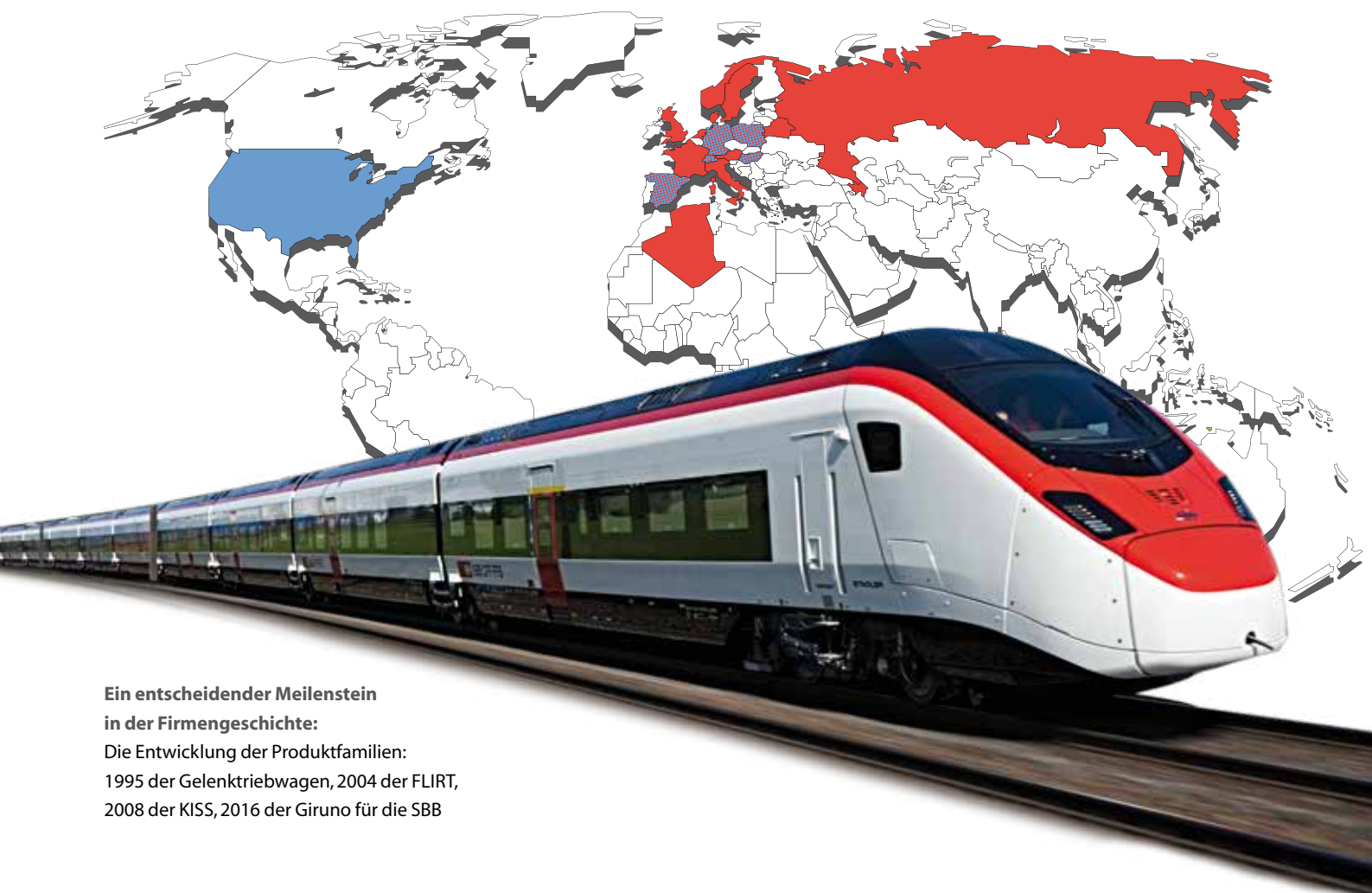
Bussnang, Kanton Thurgau

Produktionsstandorte:

CH, DE, ES, PL, HU, BL, USA.

Servicestandorte:

NL, NO, DZ, SE, DM, UK, DE, PL, BL, FR, CH, AT, HU, IT, ES



Ein entscheidender Meilenstein in der Firmengeschichte:

Die Entwicklung der Produktfamilien:
1995 der Gelenktriebwagen, 2004 der FLIRT,
2008 der KISS, 2016 der Giruno für die SBB

Berit Klinik präsentiert:

28.
10.
2017

NACHT

DES OSTSCHWEIZER
FUSSBALLS

6. Nacht des Ostschweizer Fussballs

Wir freuen uns, Sie am 28. Oktober 2017 zur 6. Nacht des Ostschweizer Fussballs begrüßen zu dürfen. Sichern Sie sich jetzt Tickets und Lose für den Gala-Abend mit unserem diesjährigen Stargast Alvaro Soler sowie DJ Tanja La Croix.

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

--> Olma-Halle 9.1 // St. Gallen
--> fussballnacht.ch



Stargast
**ALVARO
SOLER**

presented by fortimo

**DJ TANJA
LA CROIX**



Showact-Sponsor

fortimo

Presenting-Partner



Award-Sponsoren



Medien-Partner

ST. GALLER
TAGBLATT

LEADER



Co-Sponsoren

santispärk

MINOR

Olma Messen
St. Gallen



RUTISHAUSER
WEINKELLERER SEIT 1886

Santis
gastrobar
Café, Bar und Lounge

NEP
Event Services



STAGELIGHT



WEBER PARTNER
LOGISTIK + BAU

OSTSCHWEIZ DRUCK

Tombola-Sponsoren

amag
KREUZLINGEN

christianjakob.ch

GRAND RESORT
Bad Ragaz

SWISS CASINOS
St. Gallen



mode weber

Ramsauer Radsport

CARL F. BUCHERER
LUCERNE 1888

**FLUMASER
BERG**

santis
der berg

STARLOUNGE
Hallenstadion Zürich



FRONT:GROUP
WE ARE GRANDE FOOTBALL



SONNEN KÖNIGIN
FLOATING ALL SENSES

BAETTIG
INTERCOPFURE PARFUMERE BEAUTY
ST. GALLEN ROMANSCHEN

Helbling Reisen

SITAG
swiss style at work

Politik und Wirtschaft entfremden sich

Immer weniger Unternehmer finden den Weg in die Politik. Was heute als bedauerlich empfunden werden kann, dürfte in einigen Jahrzehnten verheerend sein: Politik und Wirtschaft entzweien sich und stehen nur noch als verschiedene Lager aus der Distanz im Gespräch. Was immer mehr fehlen wird, ist realer Wirtschaftssachverstand in der Politik – und politisches Bewusstsein in den Unternehmen.

Es sind nüchterne Zahlen, die bei näherer Betrachtung alarmierend sind: Eine Auswertung der Universität Lausanne, aufgearbeitet von der NZZ, zeigt, dass immer weniger eidgenössische Parlamentarier bei den wichtigsten Unternehmen oder grossen Wirtschaftsverbänden engagiert sind. Früher war der Dreiklang Unternehmer-Militär-Politik schon fast eine Selbstverständlichkeit. Die Armee als zwingender Faktor für eine berufliche oder politische Karriere ist schon länger kein Thema mehr. Dass sich aber immer weniger Persönlichkeiten in der Schnittstelle Wirtschaft und Politik bewegen, lässt aufhorchen.

«Selbst wirtschaftsferne Kreise müssten wahrnehmen, dass die Wirtschaft ein wichtiger Pfeiler in unserer Gesellschaft ist.»

Zahl hat sich halbiert

Konkret war vor 60 Jahren noch ein Viertel aller National- und Ständeräte bei einem der 110 wichtigsten Schweizer Unternehmen beschäftigt oder aktiv für einen Wirtschaftsverband, wie die NZZ feststellt. 2015 waren es noch 11,3 Prozent. Die wenigen, auf die das noch zutrifft, machen zwar immer wieder von sich reden, allen voran Peter Spuhler, Inhaber von Stadler Rail und früherer Nationalrat. Aber sie können sich auf immer weniger Mitstreiter abstützen und finden immer weniger Verständnis für ihre Positionen.

Die wichtigsten Gründe für die Entwicklung sind bekannt und nachvollziehbar, allen voran die Tatsache, dass die Belastung in den Unternehmen und in der Politik in den vergangenen Jahrzehnten stän-

dig zugenommen hat und eine Doppelbelastung heute damit ungleich mehr wiegt als früher – oder auch einfach nicht mehr machbar ist. Ein weiterer Grund ist der kometenhafte Aufstieg der SVP, die viele Wirtschaftsführer aus FDP und CVP verdrängt hat. Auf der anderen Seite der Pole stehen die Linken, bei denen überdurchschnittlich viele Mandatsträger aus der Politik einen faktischen Job machen, also aus dem Erwerbsleben ausscheiden. Die schleichende Entwicklung weg vom Milizparlament macht es Unternehmern nicht unbedingt verlockender, sich in einen Wahlkampf zu stürzen. Das war ja einst die Stärke unseres Systems: Menschen, die täglich mit den Auswirkungen der Politik zu tun haben, ob angestellt oder als Unternehmer, machen die Politik auch.

Fehlende Wirtschaftsperspektive

Selbst wirtschaftsferne Kreise müssten wahrnehmen, dass die Wirtschaft ein wichtiger Pfeiler in unserer Gesellschaft ist. Wird sie aus der Politik ausgeschlossen, weil immer weniger Wirtschaftsvertreter selbst politisch aktiv sind, fehlt diese Perspektive. Man kann nun sagen, die Unternehmer seien selbst schuld: Sie müssten sich nur zur Verfügung stellen. Tatsache ist aber, dass es beispielsweise Angestellten der öffentlichen Hand leichtgemacht wird, ein politisches Mandat zu übernehmen, ihnen kann es schlecht verweigert werden, sich öffentlich zu engagieren und sie geniessen Privilegien wie eine Reduktion des Pensums. Eine solche kann sich ein Unternehmer natürlich theoretisch selbst zusprechen – aber wer macht die Arbeit, die liegen bleibt?

Text: Stefan Millius

Wo Unternehmen in die Privatsphäre ihrer Kunden eintreten

Das Internet hat die Touchpoints von Unternehmen und Kunden verändert. Diese neuen Möglichkeiten von Kundengewinnung, Kundenpflege und -betreuung weiss Roland Köppel gezielt zu nutzen. Seit 1998 begleitet er mit seiner Firma netz.werk köppel + partner gmbh in St.Gallen Unternehmen in der digitalen Kundenbeziehung. Wie wichtig es ist, auch im Netz klare Spuren zu hinterlassen und welche Stolpersteine es dabei gibt, erklärt Köppel in Interview.

Roland Köppel, gemäss Ihrer Webseite sind Sie seit 1995 im Internet aktiv, seit 1998 als geschäftsführender Inhaber Ihres Unternehmens. Benötigte es zu jener Zeit noch immense Überzeugungsarbeit, um Firmen von der Notwendigkeit einer kompetenten digitalen Kommunikation zu überzeugen?

Eher ja. Die Unternehmen sahen das Internet eher als Ausdruck von «modern sein» und «mit der Zeit gehen». Viele Websites wurden daher nur als Imageauftritt realisiert, ohne weiter daran zu denken, was es für Möglichkeiten bietet. En vogue waren Gästebücher, damit die Besucher der Website einen Gruss hinterlassen konnten. Schnell merkte ich, dass diese Dialogmöglichkeit eher als lästig empfunden wurde. Schliesslich konnte man jeglichen Unsinn in diesen Gästebüchern hinterlassen, und das erfordert immer ein waches Auge.

«Diese unverblünte Direktheit macht den Unternehmen und den Marketingabteilungen etwas zu schaffen.»

Mit der Verbreitung des Internets dürfte auch Ihre Dienstleistungspalette angewachsen sein. Worin besteht heute der grösste Bedarf?

Derzeit sehe ich zwei Handlungsfelder, in denen die Auftraggeber tätig sind. Das erste ist die Integration der Website und der benutzergenerierten Daten in die eigenen Datenquellen des Unternehmens und umgekehrt. Das bedeutet, dass die Daten aus einer Offertanfrage direkt in ein CRM-System fliessen und einen Prozess zur Kundenbetreuung anstossen, der aber voraussetzt, dass die Daten aus dem Warenwirtschaftssystem möglichst zeitnah in den Onlineshop gelangen. Diese Integration verschiedener Systeme ist für den Unternehmer sinnvoll, da es generell zur

Optimierung von Arbeitsprozessen und daher zu Kostenersparnissen kommt – alles unter dem Stichwort «Digitale Transformation».

Und das zweite Handlungsfeld?

Schwieriger ist das zweite Thema: Social Media. Obwohl ein Unternehmen mit Social-Media-Aktivitäten ganz nah am Endkunden sein kann, Rückmeldungen sowie Verbesserungsvorschläge zu Produkten und Dienstleistungen bekommt und sich der Kundendialog mit diesem Mittel sehr niederschwellig gestaltet, ist es für die meisten Unternehmen in erster Linie personalintensiv. Sie sehen vor allem die laufenden Kosten. Solche hat man beispielsweise mit einem gedruckten und einmal platzierten Plakat nicht. Und dort ist auch kein Kunde, der seinen Ärger auslassen und einen Shitstorm verursachen kann. Diese Unsicherheit und die Gefahr der plötzlichen Öffentlichkeit des Unternehmens schaffen mehr Abschreckung vor dem Medium als Begeisterung über Social Media und den direkten Kundendialog. Ich habe den Eindruck, dass die Unternehmen gar nicht mit den Kunden sprechen wollen: Kaufen darf er schon, aber dann soll er gefälligst wieder in der Stille verschwinden. Daher entwickeln Unternehmen eher zaghafte Versuche in Social Media und schränken die Dialogmöglichkeit möglichst stark ein.

Kann es nicht sein, dass es für zahlreiche Unternehmen einfach schwierig ist, aus der Vielzahl von Kommunikationsmitteln den optimalen Mix zusammenzustellen? Viele sind damit überfordert. Wie kann man in diesem Dschungel der Möglichkeiten die Übersicht gewinnen?

Als digitaler Unternehmensberater sehe ich immer wieder dicke Marketingpläne, die – wie ich vermute – oft ungelesen und unbearbeitet in der untersten Schublade verschwinden. Daher habe ich mit den Kunden das «Touchpoint Marketing Canvas»

Roland Köppel, Experte
für digitale Kommunikation:
«Ich habe den Eindruck, dass die
Unternehmen gar nicht
mit den Kunden
sprechen wollen.»



entwickelt. Es bietet aus der Vogelperspektive zeichnerisch die Möglichkeit, alle Kontaktpunkte mit dem Kunden festzuhalten und ihn durch den Kaufprozess zu begleiten. Da dieser gezeichnete Marketingplan in einem Workshop erstellt wird, sind alle Teilnehmer informiert – Fehlinvestitionen in Werbung tauchen auf und Löcher im Bearbeitungsprozess des Kunden ebenso. Schnell wird sichtbar, dass eine systematische E-Mail-Sammlung fehlt, um Newsletter zu versenden, oder aber die Kundenbetreuung lahm, da kein Telefonskript zum Nachfassen für Offerten vorhanden ist. Aufgrund dieser Ergebnisse können auch Onlineaktivitäten entwickelt werden, um Kunden zu gewinnen, zum Kauf zu leiten und zum erneuten Kauf zu ermuntern. Wenn man diesen Prozessen folgt, ergeben sich die benötigten Träger automatisch.

«Ich sehe immer wieder dicke Marketingpläne, die oft ungelesen und unbearbeitet in der untersten Schublade verschwinden.»

Was halten Sie von der Meinung, dass heute ein gut geführter Facebook-Auftritt weit mehr Wirkung erzielt als eine ordentliche Firmenwebseite?

Sie ist nur teilweise richtig. Ich würde behaupten, dass sich Rollatoren einfach schlecht über Social Media verkaufen lassen, da sich die Zielgruppe nicht in den Sozialen Netzwerken bewegt. Onlinetickets für ein Konzert wie beispielsweise von Ed Sheeran waren hingegen online in sechs Minuten ausverkauft. Die Harmonie der verschiedenen Mittel ist also ausschlaggebend. Die Frage ist: Welchen Kanal und welche Funktionen muss ich wo anbieten, damit ich zu den entsprechenden Kunden komme?

Nicht vergessen sollte man aber auch, dass Facebook ein «Bring»-Medium ist.

Genau! Die Nachrichten gelangen ohne weiteres Zutun in den Nachrichtenstrom. Social-Media-

Aktivitäten – insbesondere Werbung – können oft auch als störend empfunden werden. Wohingegen die Website ein «Hol»-Medium darstellt: Der Kunde muss aktiv nach Produkten und Dienstleistungen suchen, damit er dorthin gelangt. Dafür ist der Kaufbedarf in diesem Moment höher. Und: Noch kann ich auf der eigenen Website in punkte Funktionen und Services einfach mehr machen als in den Sozialen Netzen.

Facebook und andere Social Media haben die Kommunikationswelt nachhaltig verändert. Wird hier irgendwann ein anderer Trend – allenfalls gar ein Gegentrend – folgen?

Kaum. Wenn die Unternehmen auf den Social-Media-Kanälen aktiv werden, muss ihnen etwas bewusst sein: Sie treten in die Privatsphäre der möglichen Kunden ein. Und entsprechend persönlich verhält sich auch die entsprechende «Zielgruppe» – offen, direkt, verletzend, manchmal im Ton nicht angebracht. Diese unverblünte Direktheit macht den Unternehmen und den Marketingabteilungen etwas zu schaffen. Als Trend kann ich mir vorstellen, dass es zu mehr Special-Interest-Plattformen kommt: Ein Jugendlicher möchte einfach nicht, dass die Grossmutter auch im selben Netzwerk agiert wie er. Dieser Trend ist heute schon spürbar: Von der neuen Klasse in Interaction Design an der GBS in St.Gallen hat nur noch ein Viertel der Studenten ein Facebook-Konto.

Und für einen Unternehmer bedeutet das?

Er muss der Zielgruppe in die entsprechenden Special-Interest-Netzwerke folgen, was zu noch mehr spezialisierten Kundenbetreuern führt. Es reicht dann nicht mehr, einer PR-Assistentin die Pflege der Social-Media-Kanäle zu übertragen. Da müssen Fachleute an die Kundenfront.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg

Sparringpartner für wachsende Kunden

Seit 1989 berät die Lenz & Dudli Treuhandgesellschaft AG in Gossau ihre Kunden. Das Treuhandunternehmen setzt dabei nicht nur auf die klassischen Dienstleistungen, sondern versteht sich als Begleiter, der alle Aspekte des Unternehmens und der Menschen, die es prägen, berücksichtigt. Mit diesem ganzheitlichen Ansatz und erfahrenen Ansprechpartnern gelingt es, Unternehmen dabei zu unterstützen, erfolgreich zu sein und zu bleiben.



Bei der Gründung der Lenz & Dudli Treuhandgesellschaft AG 1989 stand das Angebot des externen Finanz- und Rechnungswesens für Kunden aus der eigenen Region im Vordergrund. Entwickelt hat sich daraus, was das Unternehmen heute als «Wegweiser in eine gesicherte Zukunft» bezeichnet. Abgeleitet aus dem ursprünglichen Angebot, wurden aussagekräftige Führungsinstrumente und Beratungsansätze entwickelt, die auf umfassenden Unternehmensanalysen basieren und eine angepasste Strategie ermöglichen. «Der Kern unserer umfassenden Beratung sind unsere erfahrenen Ansprechpartner», sagt Geschäftsinhaber Stefan Dudli dazu.

Ansprechpartner für alle Themen

Die klassischen Dienstleistungen bilden dabei den Unterbau, entscheidend sei aber, was auf diesen gesetzt werde. Dudli dazu: «Unsere Mandatsleiter entwickeln zusammen mit den Kunden Visionen, nur so generieren sie für diese einen Mehrwert.» Dazu gehört eine Vielzahl von Themen, die erkannt und proaktiv vorgebracht werden müssen: Wie steht es um die Risikokultur im Betrieb? Wie sieht die Organisationsform aus, wie die Führungskultur? Die Kunden von Lenz & Dudli spüren, dass sie mit ihren Ansprechpartnern über die ganze Bandbreite des un-

ternehmerischen Alltags diskutieren können und bei diesen auf Begeisterung stossen.

Um dieses breite Feld abzudecken, ist eine gewisse Grösse unabdingbar. Die beiden Gründer begannen einst mit zwei Mitarbeiterinnen. Aus diesen bescheidenen Anfängen entwickelte sich schnell ein Wachstum; heute beschäftigt das Treuhandunternehmen 17 Personen. Gewachsen ist es durch das Wachstum der bestehenden Kundschaft und mit neuen Mandaten im In- und Ausland. Die einst repetitiven Aufgaben eines Treuhänders haben sich durch die Jahre durch die Digitalisierung verändert, gleichzeitig hat das Unternehmen immer stärker auf Beratungsthemen gesetzt. «Wir haben früh erkannt, dass viele Kunden Aufgaben im Finanz- und Rechnungswesen dank neuer Informatiklösungen selbst übernehmen können und auch sollen», so Stefan Dudli, «und es war uns wichtig, unsere eigenen Arbeitsplätze spannend zu gestalten.» Deshalb arbeiten in Gossau heute Mandatsleiter und qualifizierte Sachbearbeiter, die zum einen Generalisten sind, zum anderen über unterschiedlichstes Spezialwissen verfügen. Sie alle bilden sich laufend weiter, um in der sich verändernden Arbeitswelt auf dem neuesten Stand zu bleiben.

Unternehmerischer Ansatz

Das Rad neu zu erfinden im klassischen Treuhandbereich: Das sei kaum möglich und nötig, wie Dudli betont. Einen Mehrwert für die Kunden generieren könne man aber nach wie vor in vielen Feldern. Zum Beispiel in der Steuerberatung: Dank dem internationalen Netzwerk und Partnern im Ausland verfügt Lenz & Dudli über grosse Erfahrung, die den Kunden zugutekommt, wenn sie die Grenzen überschreiten. Zudem profitieren die Kunden vom unternehmerischen Ansatz, den die Gossauer in der Begleitung pflegen: Man diskutiere mit den Unternehmen etwa über Märkte und Mitbewerber, die innere Organisation und nicht zuletzt auch über Möglichkeiten der Weiterentwicklung. Dudli: «Wir verstehen uns als

Coach und Sparringpartner und versuchen, eine unternehmerische Rolle zu übernehmen.»

So begleiten er und sein Team auch diverse Verwaltungsräte. Der Einblick in die Zahlen durch das Finanz- und Rechnungswesen macht es möglich, ein Unternehmen zu verstehen und so aus dem Vollen zu schöpfen, wenn es um unternehmerische Fragen wie Strategien, Veränderungsprozesse oder Investitionen geht. Das, so Dudli, reiche bis hin zu Nachfolgelösungen. «Wir haben durch unsere Zusammenarbeit mit dem Kunden die Basis mit einer Fülle von Informationen, gleichzeitig aber auch den Weitwinkel dank unserer Sicht von aussen.»

Bestehende Beziehungen ausbauen

In Zukunft will Lenz & Dudli den Bereich Unternehmensbegleitung und Steuerberatung weiter ausbauen – mit nationalem und internationalem Fokus. Vielfach gehe es dabei darum, ein Unternehmen für künftige Herausforderungen zu sensibilisieren. Die Aufgabe der Mandatsleiter ist es auch, beispielsweise im Rahmen eines Kick-offs die richtigen Fragen zu stellen und zu sensibilisieren, vor allem für Themen,

die scheinbar nicht dringend sind, es aber je nach Situation plötzlich werden können. Stefan Dudli nennt die Risikominimierung als Beispiel: Hier kommen unter anderem güter- und erbrechtliche Fragen oder Herausforderungen der Altersplanung auf, die rechtzeitig angegangen und gelöst werden sollten, auch wenn deren Auswirkungen erst in der Ferne liegen. Für die Branche vielleicht untypisch: Die Lenz & Dudli Treuhandgesellschaft AG ist selten mit Werbung zu sehen. Im Fokus steht, die bestehenden Kundenverhältnisse auszubauen und neue Beziehungen aufgrund von Empfehlungen und dem weitreichenden Netzwerk zu knüpfen. Strategieentwicklung, Analyse der Marktchancen, Prozesse und Strukturen, der Einsatz von Führungsinstrumenten, Nachfolgelösungen und die nationale und internationale Steuerberatung: Hier sieht das Gossauer Unternehmen seine Stärken, die noch vermehrt zum Tragen kommen werden. «Wir decken für unsere Kunden die ganze Bandbreite rund um die Weiterentwicklung und Sicherung des Unternehmens ab», so Dudli. Und hier sieht er auch die Zukunft des eigenen Unternehmens.

Steuerberatung muss ganzheitlich sein



Claudia Dittmer Lüthi ist Betriebsökonomin FH und dipl. Steuerexpertin bei der Lenz & Dudli Treuhandgesellschaft AG

Claudia Dittmer Lüthi, welche Veränderungen bringt bei Lenz & Dudli die Einführung des automatisierten Informationsaustauschs (AIA) zur Verhinderung von grenzüberschreitender Steuerhinterziehung?

Die Schweiz bekennt sich zur Übernahme dieses globalen Standards der OECD. Seit dem 1.1.2017 werden Daten gesammelt, und im Jahre 2018 sollen diese erstmals unter den Steuerbehörden ausgetauscht werden. Wir erhalten Anfragen von bestehenden Kunden, vermehrt aber auch von neuen Kunden über die steuerlichen Folgen des AIA und was zu tun ist, wenn ausländische Vermögen und deren Erträge bisher nicht deklariert wurden. Die Anzahl der seit 2010 gesetzlich möglichen einmaligen straflosen Selbstanzeigen hat stetig zugenommen. Im Nachsteuerverfahren können straffrei bisher nicht deklarierte Vermögenswerte bei ausländischen Banken, Versicherungen oder Wertschriftendepots in Familienstiftungen, z. B. im Fürstentum Liechtenstein, nachdeklariert werden. Im Rahmen der einmaligen Selbstanzeige ist der Kunde angehalten, jetzt alles offenzulegen, denn nur einmal im Leben hat man das Recht und die Chance, straflos auszugehen. Daher empfiehlt sich, nicht nur die vom AIA betroffenen Finanzkonten offenzulegen, sondern reinen Tisch zu machen und so etwa auch ausländische Immobilien zu deklarieren, die in der Schweiz nur für eine angepasste Steuerauscheidung

berücksichtigt werden – mit zumeist geringfügigen Anpassungen bei der Festlegung der Steuerfaktoren.

Und wo liegen Ihre Schwerpunkte im internationalen Bereich?

Dank unseres Netzwerks und der regen Zusammenarbeit mit erfahrenen Steuerberatern in Deutschland und Österreich haben wir interessante Betreuungsmandate mit Themen wie Ansiedlung in der Schweiz und Festlegung des steueroptimalen Wohnsitzes oder Firmenstandortes. Die Beratung darf aber nicht nur steuerliche Optimierungen enthalten: Arbeitsmarktsituation, Mietsituation oder Immobilienmarkt, Schulen, Nähe zum Flughafen etc. werden bei der Wahl immer mitberücksichtigt. Wir führen stellvertretend den Kontakt mit den Behörden und Ämtern. Weitere Themen sind die Erwerbstätigkeit in mehreren Staaten oder Wohnen/Arbeiten in verschiedenen Staaten und damit Fragen der Ansässigkeit und Besteuerung, zudem die Steueroptimierung dank richtiger Arbeitsvertragsausgestaltung. Ein weiteres zentrales Thema bei internationaler Tätigkeit ist die Unterstellungspflicht für die Sozialversicherungen. Zu unseren Aufgaben gehören weiter die Beratung und Begleitung von internationalen Firmengruppen bei Umstrukturierungen, Finanzierungsfragen oder Sitzverlegungen. Dank unserer Mitgliedschaft in einem Verbund unabhän-

giger Rechtsanwälte und Steuerberatungskanzleien (WIRAS) können wir auch eine umfassende Beratung zu ausländischen Steuer-, Rechts- und Sozialversicherungsthemen anbieten.

Steuerberatung heisst also immer auch ganzheitliche Beratung?

Absolut. Was zu Beginn vielleicht als kleines Steuermandat beginnt, entwickelt sich gerne je nach Lebenssituation des Kunden zur gesamtheitlichen Beratung. Die Beratung geht weiter, zum Beispiel bei der Finanzierung des Eigenheims, bei arbeitsrechtlichen

Fragen, bei der Aufnahme von selbstständiger Erwerbstätigkeit, beim Aufbau oder bei der Entwicklung des Unternehmens und auch bei Nachfolgelösungen im Betrieb und bei Willensvollstreckermandaten. Der interne Informationsaustausch ist dank vielseitiger Ausbildungsschwerpunkte unserer Mandatsleiter (Steuern, Recht, Treuhand, Wirtschaftsprüfung) und der qualifizierten Sachbearbeiter gegeben, sodass eine ganzheitliche Beratung gewährleistet ist. Der Kunde will einen Ansprechpartner für all seine Themen. Dafür hat Lenz & Dudli die ideale Unternehmensgrösse.

Klarheit und Rechtssicherheit schaffen



Raphael Germann ist Wirtschaftsjurist FH, dipl. Treuhandexperte und MAS FH Treuhand/Unternehmensberatung bei der Lenz & Dudli Treuhandgesellschaft AG.

Raphael Germann, das Personal nimmt bei der Beratung Ihrer Kunden einen Schwerpunkt ein. Wieso?

Das Personal und dessen Kostenblock stellt bei der Jahresrechnung eines KMU in der Regel ein ganz wesentliches Element dar. Deshalb ist es für den Berater naheliegend, diese Position und all ihre Tücken besonders zu beachten.

Wo sehen Sie die grössten Knacknüsse?

Betriebe, die einem Gesamtarbeitsvertrag unterstellt sind, müssen besonders auf der Hut sein: Die Regulierungsdichte in den GAV ist in einigen Branchen enorm. Viele sind mit der rechtskonformen Umsetzung der Bestimmungen ganz einfach überfordert. Bei einer Kontrolle werden sie dann angesichts der Verstösse und Höhe der Nachforderungen überrascht. Solche unvorhergesehenen Ereignisse gilt es proaktiv zu vermeiden, indem bei der Ausgestaltung und Umsetzung von Arbeitsverträgen, Lohnabrechnungen und Reglementen die gesamtarbeitsvertraglichen Vorgaben berücksichtigt werden. Ist es allerdings bereits zu spät, begleiten wir unsere Kunden in Kontroll- und Rechtsmittelverfahren und erarbeiten sinnvolle Lösungen für die Beteiligten.

Was sind weitere Beratungsschwerpunkte im Personalbereich?

Beispielsweise die Sozialversicherungen, die vielfach in einer Wechselwirkung zu steuerlichen Aspekten stehen. Zum einen geht es um die Beratung im beitragsrechtlichen Bereich. Zum anderen nehmen auch Empfehlungen im Hinblick auf eine steueroptimierte Ausgestaltung von Vorsorgelösungen einen zentralen Bestandteil ein.

Welche Instrumente können zur Optimierung im Personalbereich beitragen?

In steuerlicher Hinsicht legen wir ein besonderes Augenmerk auf die Ausgestaltung von Spesen- und Fahrzeugreglementen, die sinnvollerweise dem Steueramt zur Genehmigung vorgelegt werden. Dabei berücksichtigen wir bei der Vertragsgestaltung die individuellen Gegebenheiten des jeweiligen Unternehmens und das optimale Zusammenwirken der Verträge und Reglemente. Letztlich geht es vor allem darum, Klarheit und Rechtssicherheit zu schaffen, sowohl für die Mitarbeiter als auch für das Unternehmen. Das Regulatoriensystem soll ein angepasstes Führungsinstrument darstellen und praxisdienlich die Unternehmensleitung unterstützen.

Eine Nachfolge bietet Chancen

Urs Michel, in den nächsten Jahren stehen rund 75 000 KMU-Betriebe vor der Übergabe an eine neue Generation. Ist Lenz & Dudli in diesem Bereich tätig?

Ja. Als ein führendes regionales Beratungsunternehmen im Bereich von kleinen und mittelgrossen Unternehmen haben wir uns zum Ziel gesetzt, ein Unternehmen ganzheitlich und lösungsorientiert beraten zu können. Wir begleiten eine Gesellschaft und deren Eigentümer von der Gründung bis zur Übergabe an die nächste Generation oder an einen Nachfolger, wann

immer dies möglich ist. Eine Nachfolge lässt sich nicht vermeiden, doch sie lässt sich planen. Je früher diese Planung einsetzt, desto grösser ist der verbleibende Gestaltungsspielraum. Eine Nachfolgeregelung bietet die Chance, ein Lebenswerk zu sichern oder einer Unternehmung neue Impulse zu verschaffen.

Was gilt es bei einer Unternehmensnachfolge besonders zu beachten?

Eine Nachfolgeregelung muss gut strukturiert sein, und der Faktor Zeit spielt eine wesentliche Rolle. Im



Urs Michel ist Betriebsökonom HWV, dipl. Wirtschaftsprüfer und zugelassener Revisionsexperte bei der Lenz & Dudli Treuhandgesellschaft AG.

Detail geklärt werden müssen einerseits finanzielle, betriebswirtschaftliche, steuerliche und rechtliche Fragen, andererseits sind die Verhältnisse in persönlicher oder familiärer Hinsicht zu klären – wie etwa der zu finanzierende Lebensstil, die Abgeltung von Erbansprüchen oder versicherungsrelevante Aspekte.

Wie gehen Sie bei einer Firmenablösung konkret vor?

Eine Nachfolgeregelung sollte als von der eigentlichen Geschäftstätigkeit losgelöstes Projekt definiert werden und unter anderem folgende Phasen beinhalten: Planung, Entscheidung, Umsetzung und Überprüfung. Je nach Grösse und Komplexität empfiehlt es sich, ein Projektteam zusammenzustellen. Zudem sollte jemand bestimmt werden, der mit der Leitung des Projekts beauftragt wird. Für eine erfolgsversprechende Durchführung der Aufgaben ist entscheidend, dass der gesamte Prozess durch eine kompetente Person begleitet und koordiniert wird. Aufgrund möglicher interner Konflikte der direkt betroffenen Parteien bietet sich ein externer Berater an, der als Aussenstehender unabhängig und mit einer gewissen Distanz

agieren kann. Eine Nachfolgelösung sollte folgende Schritte beinhalten: Erstellung einer Ist-Analyse mit Variantenmix (Drittverkauf, Management-Buy-out, Management-Buy-in, Aufteilung des Unternehmens, Familiennachfolge, Status quo, Liquidation, Stiftung), Erstellung Unternehmensbewertung mit Kaufpreisermittlung, Nachfolger- respektive Käufersuche (intern, extern), Beurteilung der Angebote, Führen von Verhandlungen, Einigungserzielung, Vertragsabschluss und schliesslich die Umsetzung.

Was für Erfahrungen machen Sie bei Nachfolgeregelungen?

Die zahlreichen Nachfolgeprojekte, die wir in den letzten Jahren begleiten durften, zeigen eines auf: Ein Unternehmen muss für eine Nachfolge fit gemacht werden und für einen Käufer finanzierbar sein. Sowohl für den Verkäufer als auch für den Nachfolger soll eine Win-win-Situation entstehen. Der bisherige Inhaber muss überzeugt sein, dass er sein Lebenswerk in gute Hände weitergibt. Beim gesamten Nachfolgeprozess spielen zudem Emotionen eine wichtige Rolle, die es mit zu berücksichtigen gilt.

Mehrwertsteuer wird oft zu wenig beachtet



Martin Niedermann ist Betriebsökonom FH, MAS FH in Mehrwertsteuer bei der Lenz & Dudli Treuhandgesellschaft AG.

Martin Niedermann, die Hoffnung auf eine Vereinfachung der Mehrwertsteuer ist bei den meisten verfliegen. Gibt es sie dennoch zu finden, diese Erleichterungen?

Grundsätzlich ist man schon weit weg von der einst geplanten Vereinfachung. Einzelne Erleichterungen wie zum Beispiel die Beweisfreiheit oder das Nichtschulden der Steuer bei einem unrichtigen oder unberechtigten Steuerausweis, wenn dem Bund kein Steuerausfall entstanden ist, repräsentieren auch vonseiten des Gesetzgebers eine praxisbezogene Haltung. Andererseits dominieren weiter die mehrwertsteuerlichen Herausforderungen wie etwa im steuerbaren und ausgenommenen Bereich bei Immobilien. Wann ist der Baubeginn, wie definiert sich die Bemessungsgrundlage, wann liegt eine steuerbare Immobilienlieferung vor oder was ist eine sachgerechte Vorsteuerkorrektur? Das sind Fragen, die bei fehlenden Kenntnissen respektive unterlassenen Vorabklärungen durchaus hohe finanzielle Risiken in sich bergen können.

Worauf müssen Ihre Mandanten bei grenzüberschreitenden Transaktionen besonders achten?

Als Ostschweizer Unternehmen in Grenznähe sind wir immer wieder mit grenzüberschreitenden Vorgängen konfrontiert. Bei bevorstehenden Transaktionen ist es wichtig, dass frühzeitig auch der Bereich der Mehrwertsteuer durchleuchtet wird. Die Prüfung der Konsequenzen des geplanten Geschäftsablaufes kann durchaus dazu führen, dass mit einer

entsprechenden Veränderung der Prozesse Steueroptimierungen erzielt werden können oder zumindest daraus keine unerwarteten finanziellen und administrativen Aufwendungen resultieren. Oft wird leider das Thema Mehrwertsteuer bei Geschäftsabschlüssen und sonstigen Transaktionen gar nicht, zu wenig oder zu spät beachtet und verkommt zur nachträglichen Aufarbeitungspflicht mit wenig planerischen Möglichkeiten.

Per 1. Januar 2018 tritt das revidierte Mehrwertsteuergesetz in Kraft. Ergeben sich daraus auch Änderungen für ausländische Unternehmen mit Anknüpfungspunkten in die Schweiz?

Ja. Die vor allem bis jetzt im Inland viel beachtete Änderung aus der Teilrevision des Mehrwertsteuergesetzes betrifft die Änderung des massgebenden Umsatzes für die Bestimmung, ob eine Mehrwertsteuer-Registrierungspflicht in der Schweiz besteht. Mit dem Einbezug des weltweiten Umsatzes relativiert sich die bestehenbleibende Umsatzsteuerlimite von CHF 100 000 entsprechend. Für bisher befreite inländische Unternehmen mit Auslandumsatz, aber vor allem auch für ausländische Unternehmen mit Umsätzen in der Schweiz könnte daher – auch ohne Veränderung des Umsatzvolumens – ab Januar 2018 eine obligatorische Mehrwertsteuerpflicht in der Schweiz resultieren. Auch hier können wir mit der Übernahme der Fiskalvertretung für betroffene ausländische Unternehmen unsere Erfahrung und Dienstleistungen anbieten.

«Unternehmer mit IT-Know-how sind in Bern Mangelware»

2015 wurde Marcel Dobler (*1980) für die FDP St.Gallen in den Nationalrat gewählt – durchaus überraschend. Dort beschäftigt sich der Mitbegründer des Unternehmens Digitec schwerpunktmässig mit dem Thema «Digitalisierung». Wo er Akzente setzen will und wie er den Spagat zwischen Politik und Unternehmertum schafft, erklärt Dobler im LEADER-Gespräch.



FDP-Nationalrat
Marcel Dobler:
«Ich bin kein Freund
von halben Sachen.»

Marcel Dobler, seit Ihrem Einzug in den Nationalrat sind zwei Jahre vergangen. Welche Eindrücke nehmen Sie mit?

Ich habe mich sehr gut in Bern eingelebt und bin der festen Überzeugung, der Schweiz als Politiker einen Mehrwert zu bieten. Unternehmer und Personen mit echtem IT-Know-how sind in Bern Mangelware. Die technologische Entwicklung schreitet weltweit voran. Umso wichtiger ist es, gute Rahmenbedingungen für die Schweizer Wirtschaft zu erhalten und diese weiter zu entwickeln. Leider ist dies keine Selbstverständlichkeit, sondern man muss dafür kämpfen.

Was war für Sie ein Highlight?

Die Bundesratswahlen: Die Innen- und Aussensicht einer solchen Wahl hautnah zu erleben, ist ein Erlebnis. Von humorvollen, äusserst hartnäckigen Journalisten, die eine Einschätzung zur Lage der Nation wollten, bis hin zur Nacht der «kurzen» Messer, bei der eigentlich nicht viel mehr passierte, ausser dass die «Bellevue Bar» den Umsatz des Jahres einfuhr, war alles dabei. Am Ende stellte ich fest, dass strategische Überlegungen der Mehrheit der Parlamentarier wichtiger waren, als den Besten zu wählen.

«Am Ende stellte ich fest, dass strategische Überlegungen der Mehrheit der Parlamentarier wichtiger waren, als den Besten zu wählen.»

Sie traten mit dem Vorsatz zu den Wahlen an, die unternehmerische Stimme einzubringen. Konnten Sie sich schon Gehör verschaffen?

Gehör erreicht man durch Kompetenz. Ich wurde in den Vorstand der FDP Schweiz gewählt und habe das Präsidium des Dachverbandes ICT Switzerland von Ruedi Noser übernommen. Zudem wurde ich im September in den Vorstand von Economiesuisse gewählt. Ich treibe Themen wie digitale Identität, Abbau von Handelshemmnissen, Liberalisierung bei

der Arbeitszeiterfassung, Bekämpfung der Cyberkriminalität, E-Voting und Fragen zur Landesverteidigung voran. In diesen bin ich glaubwürdig und kompetent.

Ein anderer neu gewählter Unternehmer, Hermann Hess aus dem Thurgau, bemängelt, dass man in Bern nur schwer etwas verändern könne. Man spürt bei ihm eine gewisse Frustration. Bei Ihnen auch?

Es bereitet mir Freude, etwas aufzubauen und zu bewirken. Seit meiner Wahl bin ich sehr motiviert und kann mich immer besser einbringen. Seit einem halben Jahr habe ich eine persönliche Mitarbeiterin, die mich stark unterstützt. Das Präsidium von ICT Switzerland übernahm ich, weil es exakt den Bedürfnissen der Branche entspricht, in der ich 15 Jahre lang tätig war. Dies ermöglicht mir, auf die Ressourcen des Verbandes zuzugreifen und auch die nötigen Handlungsfelder zu identifizieren. Aber wenn Sie mich nach der Umsetzungsgeschwindigkeit in Bern fragen, werde ich mich wohl wie Hermann nie daran gewöhnen können.

Als Unternehmer können Sie heute Entscheide fällen und morgen die Umsetzung vorantreiben. In Bern ist das nicht möglich. Nun kann man sagen, dass die langen Wege von Bern vor Schnellschüssen und Fehlentscheidungen schützen. Man könnte aber auch sagen, dass das System zu schwerfällig sei, um das Land vorwärts zu bringen. Was trifft zu?

Unser politisches System ist massgeblich für Stabilität und Erfolg unseres Landes verantwortlich. Natürlich kommt diese Trägheit innovativen und neuen Businessmodellen nicht entgegen. Wir als Gesetzgeber sind viel langsamer als Uber, Booking.com, AirBnB oder die Fintech-Branche. Es ist von zentraler Bedeutung, dass die Vorteile unseres Systems erhalten bleiben, dass aber Innovation ermöglicht und nicht auf Vorrat reguliert wird. Es ist also ein wichtiges Zusammenspiel.

Konkret: Wo konnten Sie bisher Einfluss nehmen, um etwas zum Wohle der Unternehmer zu verändern?

Die digitale Identität ist mir eine Herzensangelegenheit, die ich vorantreibe. Durch die Einführung rechnet man mit Einsparungen in der Wirtschaft von zwei Prozent des BIP. Auch habe ich unter anderem Vorstösse zur Liberalisierung bei der Arbeitszeiterfassung, zur Bekämpfung der Cyberkriminalität oder der Vereinfachung beim Zoll eingereicht.

Gab es auch Projekte, bei denen Sie rasch an starre Strukturen, an Grenzen gestossen sind?

Aus meiner Sicht geht die Diskussion bei der Anschaffung des neuen Kampfflugzeuges im Moment in die falsche Richtung. Die Rüstungsanschaffungen bis 2035 sind schon jetzt bekannt. Dann braucht es auch eine angemessene Auslegeordnung und ein korrektes Budget. Rüstungsbeschaffungen gehören, sofern sie über das Budget gedeckt werden können, nicht vor das Volk. Darum habe ich in der letzten Session eine umfangreiche Interpellation eingereicht. Der Bundesrat bat mich, für die Beantwortung drei Monate mehr Zeit zu erhalten. Ein gutes Zeichen, anstatt die Fragen nicht richtig zu beantworten.

«Natürlich kommt diese Trägheit innovativen und neuen Businessmodellen nicht entgegen.»

Gehen Sie heute aufgrund Ihrer Erfahrungen, die Sie als Nationalrat machen durften, in der Unternehmerwelt anders vor?

Grundsätzlich nicht. Das Mandat ermöglicht jedoch, auf ein ganz anderes Netzwerk zuzugreifen. Es öffnen sich Türen, die vorher nicht zugänglich waren. Wo ich mich aber geändert habe, ist: Ich fordere Unternehmer auf, Missstände zu melden und sich damit an der Verbesserung und dem Erhalt unserer Rahmenbedingungen zu beteiligen. Nicht jeder Unternehmer muss im Gemeinderat oder Kantonsrat sein. Einen Missstand mit einem Lösungsvorschlag zu formulieren und einem Politiker seines Vertrauens zu mailen, sehe ich aber als machbar an.

Haben Sie sich schon gewünscht, dass Sie eine gewisse Zeit anstelle für den Politbetrieb ins eigene Unternehmen investieren könnten?

Mein Nationalratsmandat ist für mich ein Lebensabschnitt, der mir viel Freude bereitet. Ich werde mein Bestes geben. Ich bin kein Freund von halben Sachen.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg

Sicherheit – Umdenken und Handeln

Es vergeht kein Tag mit Schreckensmeldungen über spektakuläre Naturereignisse, Terroranschläge, Cyberangriffe oder kriegsartige Auseinandersetzungen auf der ganzen Welt.



von Walter Locher

Langsam wächst die Einsicht, dass Sicherheit die erste Rahmenbedingung unseres Daseins und jedes wirtschaftlichen Erfolges ist. Die vielen Bilder von Krieg, Terror und Naturereignissen im In- und Ausland, die uns seit Monaten überhäufen, führen endlich zu einem Umdenken.

In einer Übung hat die Territorial Region 4 kürzlich im Toggenburg gezeigt, was die Armee bei Naturereignissen wie Erdbeben, Murgängen usw. für die Hilfe und Unterstützung der Zivilbevölkerung zu leisten imstande ist. Das ist gut so, wenn gleich wir festhalten müssen, dass bei einem Grossereignis auch diese Mittel rasch begrenzt wären und daher weiter auszubauen sind.

De zunehmende Digitalisierung und Abhängigkeit vom Internet und der Elektronik und allen Lebensbereichen macht uns täglich verletzlich. Keine Wasserversorgung, keine industrielle Produktion, keine Güterverteilung, ja kein Lebensbereich funktioniert mehr ohne Elektronik. Cyberangriffe können unser Leben damit plötzlich lahm legen.

Der Bundesrat beugt sich derzeit neben der Armee reform über die dringliche Neubeschaffung von Kampfflugzeugen und Fliegerabwehrmitteln. Selbst die SP verschliesst sich einer Modernisierung der Luftwaffe nicht mehr. Es ist richtig, den Niedergang der Luftverteidigung endlich zu stoppen. Eine plötzliche Spannung braucht am Boden und in der Luft genügend Mittel.

Unser komfortables Leben ist alles andere als selbstverständlich und nicht zum Nulltarif zu haben. Der effiziente und effektive Schutz gegen moderne Gefahren militärischer und nicht militärischer Art ist zwingend. Im Ereignisfall zählt einzig, was an Mitteln vorhanden ist und geübt eingesetzt werden kann. Eine stabile Gesellschaft und eine funktionierende Wirtschaft brauchen eine verlässliche und moderne Sicherheitsarchitektur.

Walter Locher ist FDP-Kantonsrat des Kantons St. Gallen

«Bewerber reagieren gut auf unsere Marke»

Der Personaldienstleister Wilhelm AG ist mittlerweile in der ganzen Schweiz tätig und wurde 1979 in St. Gallen gegründet. Daher ist das Unternehmen in der Ostschweiz besonders stark verwurzelt und eine bestens bekannte Marke. Das Unternehmen hat sich mit einem klaren Fokus aus Kundennähe, kompetenter Beratung und einer breiten Dienstleistungspalette einen Namen gemacht. Im Gespräch mit Hannes Grabher, Geschäftsleiter der Wilhelm AG am Standort St.Gallen.

Hannes Grabher, schweizweit kennt man seit Jahrzehnten den Namen Wilhelm Kaderselektion AG. Vor zwei Jahren erfolgte die Umfirmierung zur Wilhelm AG. Vor welchem Hintergrund?

Wir haben uns 2015 für einen neuen Markenauftritt entschieden und in diesem Zug die diversen Firmen, die innerhalb der Gruppe tätig waren, unter der neuen Dachmarke Wilhelm AG zusammengefasst. Das Ziel war es, unser Gesamtangebot als Personaldienstleister zu bündeln und im Auftritt gegen aussen leichter fassbar zu machen. Ich erachte diesen Schritt rückblickend als richtig und wichtig, denn wir positionieren uns damit auf dem Markt klar als Gesamtdienstleister in HR-Fragen.

Hatte der neue Auftritt auch Auswirkungen auf das Angebot?

Wir sind und bleiben ein Personaldienstleister mit Fokus auf die Rekrutierung von Fach- und Führungspositionen. Unterstützt werden wir dabei von eigenen Spezialisten für die Bereiche Assessment und Coaching. Dieses Angebot bieten wir schweizweit und auch im Ausland an, wobei die wichtigsten Merkmale, für die der Name Wilhelm seit 1979 steht, Qualität, einwandfreie Prozesse und Kundennähe, sich nicht verändert haben. Wir wollen heute noch mehr unsere Kunden und ihre Kultur kennen und verstehen. Nur so ist es uns möglich, im anspruchsvollen Mandatsgeschäft unseren hohen Ansprüchen und den berechtigten Erwartungen der Kunden gerecht zu werden.

Es gibt unzählige Personaldienstleister. Wo liegt die Besonderheit, wenn man sich für die Wilhelm AG entscheidet?

Dank der schweizweiten Präsenz können wir intern auf Berater mit verschiedenen Branchen- und Fachkompetenzen zurückgreifen und uns austauschen, um den idealen Weg für die Kandidatensuche festzulegen. Entsprechend besteht dadurch ein Netzwerk

an Kandidaten, auf welches schnell zurückgegriffen werden kann. Davon profitieren letztlich auch unsere Kunden in St. Gallen und der Ostschweiz. Ein weiterer Vorteil ist unser Bekanntheitsgrad am Markt. Wir stellen immer wieder fest, dass Bewerbende positiv auf unseren Namen reagieren. Wenn wir freie Stellen ausschreiben, generieren wir damit oft eine ganz andere Qualität von Kandidaten, als wenn suchende Unternehmen dies selbst tun. Somit können weniger bekannte Arbeitgeber von unserer über viele Jahre aufgebauten Marke profitieren.

Welche Dienstleistungen bieten Sie Ihren Kunden an? Geht es einfach darum, Stellen auszuschreiben und Bewerbungen zu sammeln?

Der Prozess beginnt früher. Wir erarbeiten zusammen mit dem Kunden eine Beschreibung für die zu besetzende Stelle und schärfen deren Profil. Dann beginnt bereits die Ansprache im Netzwerk von Wilhelm. Im Anschluss an die Stellenausschreibung folgt die Vorselektion, die aufgrund von fachlichen und persönlichen Kriterien vorgenommen wird. Insbesondere die persönliche/kulturelle Ebene können wir bei der Auswahl gut erfassen, weil wir das Auftrag gebende Unternehmen gut kennen. Der nächste Schritt sind Interviews, zuerst durch unsere Berater, dann beim Kunden. Fast am Ende des Prozesses führen wir auf Wunsch Assessments durch. Bei Bedarf begleiten wir den Kunden bei den Bewerbungsgesprächen und übernehmen die Moderation.

Wo liegen die Vorteile dieses Vorgehens für Ihre Kunden neben der Vorauswahl?

Wir nehmen ihnen den administrativen Aufwand rund um die Personalsuche ab. Selbst in Grossbetrieben gelingt es nicht immer, bei vielen Bewerbungen die Kommunikation korrekt abzuwickeln, da der Fokus auf anderen Themen liegt und die Rekrutierungsprozesse im Tagesgeschäft eine untergeordnete Rolle



Zur Person

Der gebürtige Österreicher Hannes Grabher (*1975) wohnt seit zwölf Jahren im Kanton St.Gallen. Obwohl promovierter Jurist, zog es ihn nach dem Studium in die Wirtschaft. Zunächst als Trainee in einer Bank später als Firmenkundenberater. Dann wechselte er in die Industrie und war für ein international tätiges Hightech-Unternehmen als Executive Vice President Finance and Administration tätig. Seit dieser Zeit sind HR-Themen ständige Bestandteile seines beruflichen Alltags. Im Jahr 2010 stiess Grabher zur damaligen Wilhelm Kaderselektion AG – heute Wilhelm AG – und betreut Banken und Industrie bei der Rekrutierung von Fach- und Managementpositionen. Vor einem Jahr übernahm er die Geschäftsleitung des Standorts St.Gallen.

spielen. Dabei ist dieser Prozess eine wichtige Visitenkarte für ein Unternehmen, um als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. Wir informieren unsere Bewerber regelmässig, halten sie zeitnah auf dem Laufenden und senden am Schluss auch die Absagen. Niemand bleibt mit einer offenen Bewerbung zurück. Der Kreis des Verfahrens muss sich schliessen. Das ist auch eine Frage des Respekts gegenüber den Bewerbern.

Der Kandidat ist gefunden und wird angestellt – ist Ihre Aufgabe damit erledigt?

Im Mandatsgeschäft ist es für uns selbstverständlich, dass wir den Kunden unterstützen, wenn es mit dem neuen Angestellten nicht klappt. Wir begleiten beide während der Probezeit und darüber hinaus, um früh reagieren zu können. Mit dem unterschriebenen Arbeitsvertrag ist für uns die Arbeit nicht abgeschlossen.

Man hört viel von neuen Arbeitsmodellen abseits vom traditionellen Arbeitsvertrag. Wirkt sich das auf Ihre Leistungen aus?

Derzeit noch nicht stark, da wir in der Ostschweiz vorwiegend für Arbeitgeber mit klassischen Arbeitsmodellen tätig sind. Aber ich bin sicher, dass sich das verändert, zum Beispiel in Bezug auf temporäre Anstellungen. Auch Gewerbe- und Industriebetriebe sowie Finanzdienstleister werden in Zukunft hochqualifizierte Arbeitskräfte vermehrt projektbezogen auf Zeit rekrutieren oder nur bestimmte Skills für ein Projekt suchen. Wir unterstützen einige namhafte Organisationen bereits bei ihren ersten Schritten in diesen Bereichen. Das beeinflusst aber weniger unsere Arbeit als die Arbeitswelt an sich, da unsere Kernaufgabe auch dann die Suche geeigneter Personen sein wird. Auf Managementebene vermeidet man in der Regel kurzfristige Engagements, grosse und kleine Organisationen brauchen Kontinuität in der Führung.

Digitalisierung: Sie ist in praktisch jeder Branche ein Thema. Auch bei Personaldienstleistern?

Ja, für uns wie auch für unsere Kunden. Die Frage ist nur, was man darunter versteht. Es gibt sicher in Zukunft mehr digitale Tools, die uns in den administrativen Aufgaben unterstützen können. Aber bei uns wird es immer einen analogen «Breaking Point» geben – das persönliche Gespräch mit dem Bewerber. Solange es Organisationen gibt, in denen Menschen zusammenarbeiten, ist es nötig, sich ein, zwei oder mehrmals zu sehen. Gewisse Prozessschritte davor und danach können durchaus digital sein. Im temporären Sektor oder bei Minijobs ist es denkbar, dass jemand ohne persönliches Gespräch angestellt wird. Sobald es aber um anspruchsvolle, spezialisierte Aufgaben oder sogar Stellen mit Führungsverantwortung geht, ist das kaum vorstellbar.

Gibt es dennoch Möglichkeiten für Wilhelm, die Digitalisierung zu nutzen?

Wie bereits erwähnt, werden digitale Tools die Arbeit künftig erleichtern, wobei es hier vor allem um Mehrwert für Kunden und Kandidaten geht. Bestes Beispiel dafür ist das ab diesen Herbst von Wilhelm angebotene «Remote Assessment». Damit entsprechen wir einem wachsenden Bedürfnis von Kunden- und Bewerberseite, qualitativ hochwertige Assessments durchzuführen und zwar ohne eine zeitaufwändige physische Anwesenheit. Für das «Remote Assessment» wurden Evaluationstools entwickelt, die sehr viel vom klassischen Assessment beinhalten. Die Assessments sind nicht vergleichbar mit den reinen Selbstauskunftstests, welche schon lange online durchgeführt werden können. Die Kandidaten und Assessoren stehen via Ton- und Bildverbindung in Kontakt und lösen Aufgaben online. Diese Art des Assessments wird nicht für alle zu besetzenden Stellen das richtige Instrument sein. Insbesondere bei C-Level Positionen wird weiterhin die bisherige physische Durchführung das bevorzugte Mittel sein.



Mehr Ostschweiz für die Schweiz

Mehr als 150 Entscheidungsträgerinnen und -träger aus Politik und Wirtschaft trafen sich zur ersten EcoOst-Arena, um der Frage nach dem Ostschweizer Zusammenhalt nachzugehen. Das Podium vereinte Spitzenpolitiker aus den Kantonen Thurgau, St.Gallen und beiden Appenzell. Ausgangspunkt der Diskussionen war die Präsentation des EcoOst-Monitors, der die wirtschaftliche Dynamik der verschiedenen Regionen vergleicht. Die Ostschweiz schneidet unterdurchschnittlich ab.

Weinbegeisterte Besucher an der Martel Tour des Vins



Vom 13. bis 16. September 2017 ging das Martel-Team mit über 80 Weinen und zahlreichen Winzergästen auf Tour. Die vier Degustationstage in Zürich und St.Gallen unter dem Motto «mediterrane Weinkultur» stiessen auf grosses Interesse. Die Besucher liessen sich von den vielfältigen und charaktervollen Weinen aus Südfrankreich, Italien, Spanien und Portugal inspirieren und führten angeregte Gespräche mit den Winzern. Martel geht seit über 25 Jahren auf Tour.

Modeunternehmen lanciert «Hemd-Aktien»

Das junge Schweizer Modelabel CARPASUS aus Oberriet sucht nach finanziellen Mitteln und lanciert eine «Hemd-Aktie». Das Label von Michael Zäch und René Grünenfelder hat sich auf ökologisch hergestellte Herrenkleidung spezialisiert. Um weiter zu wachsen, innovativ zu bleiben und neue Kollektionen zu lancieren sind aber mehr finanzielle Mittel nötig, die das Label nun mit den «Hemd-Aktien» beschaffen möchte. «Investoren» investieren 3000 Franken in eine «Aktie» und erhalten als «Dividende» pro Jahr ein hochwertiges, nachhaltig produziertes Hemd der Marke im Wert von 149 Franken. Dies entspricht einer Rendite von fünf Prozent.



Ecofarm vor weiterem Ausbau



Über 3800 Personen nutzten kürzlich die Gelegenheit, die neu erstellte «ecofarm» der Blumenfamilie Rutishauser in Züberwangen zu besichtigen. Auf einer Fläche von 45 000 Quadratmetern bekamen die Gäste zu sehen, wie die Blumen und Topfpflanzen heranwachsen. Mittels modernster Technologie und künstlicher Intelligenz kultiviert die Blumenfamilie hier in der Schweiz qualitativ hochwertige Produkte. Vorausschauend wurden die Gewächshäuser so konstruiert, dass sie mehrgeschossig genutzt werden können. Der nächste Ausbauschritt in der «ecofarm» ist bereits für das kommende Jahr geplant.

Bauwerk sichert Standort Schweiz

Das Schweizer Traditionsunternehmen Bauwerk Parkett fertigt seit mehr als 80 Jahren mit Zuverlässigkeit und Präzision Parkett für höchste Ansprüche. Bis heute werden 67 Prozent des Bauwerk-Sortiments am Standort St. Margrethen in der Ostschweiz produziert und daran soll sich auch zukünftig nichts ändern. Im Jahr 2016 verkaufte Bauwerk ca. 4,1 Millionen Quadratmeter Parkett und ist damit einer der führenden Produzenten in diesem Segment. **Das Unternehmen bekennt sich ganz klar zum Produktionsstandort St. Margrethen, in den es seit 2016 schon acht Millionen Franken investiert hat.**



Unternehmerinnen festigen ihr Netzwerk

Bei der Premiere im letzten Jahr stand noch am gleichen Abend fest: Der «Unternehmerinnen Rheintal Event» ist ein Bedürfnis und muss unbedingt wieder stattfinden. Ende August war es soweit. **Über 60 Frauen aus den unterschiedlichsten Branchen und in den verschiedensten Phasen ihres Wirkens nahmen am Anlass im Weiterbildungszentrum Rorschach-Rheintal teil:** Start-uperinnen, Selbständige mit Teilzeitpensen und Kindern, Geschäftsinhaberinnen von namhaften Rheintaler Unternehmen oder solche, die im Betrieb ihres Mannes oder ihrer Familie mitarbeiten. Da traf also die Fotografin auf die Innenarchitektin, die Treuhänderin auf die Goldschmiedin und die Geschäftsinhaberin des vegiveganen Lokals auf die Marketingfrau. Das gab spannende Begegnungen und viel Stoff für Gespräche. Was natürlich rege benutzt wurde, denn das Knüpfen von Kontakten, die Pflege und das Festigen des Unternehmerinnen-Netzwerkes ist ein wesentlicher Bestandteil des Anlasses.

Aufrichte STENNA Flims

Nach drei Jahren Bauzeit wurde kürzlich die Aufrichte des STENNA Flims gefeiert. Die für die Entwicklung und die Realisierung des Projekts zuständige Senn Resources AG und die Bauherrin CSA Real Estate Switzerland, eine Anlagegruppe der Credit Suisse Anlagestiftung, informierten über den Projektstand und ermöglichten Anwohnern und Interessierten einen Blick in den Rohbau des Hauptgebäudes.

Hilti investiert 100 Millionen



Die Hilti Gruppe investiert rund 100 Millionen Franken in die Modernisierung des Hauptsitzes – ein klares Bekenntnis zur langfristigen Weiterentwicklung des Standorts Liechtenstein. In den nächsten fünf Jahren entstehen auf dem Areal zwei neue Bürogebäude, ein Parkhaus und ein grosszügig angelegter, begrünter Campus. Damit erfährt die Konzernzentrale erneut eine deutliche Aufwertung.

HSG erneut auf Spitzenplatz

Die «Financial Times» hat den Master in «Strategy and International Management» (SIM-HSG) als weltweit besten in seiner Kategorie eingestuft. Damit liegt das Master-Programm der Universität St. Gallen zum siebten Mal in Folge auf dem ersten Platz dieses kürzlich in London veröffentlichten Rankings von Master-Studienprogrammen in Management. **Das Ranking der «Financial Times» erscheint jedes Jahr und setzt weltweit die Messlatte für Master-Programme in Management (MiM).** Es bezieht 95 führende Wirtschaftsuniversitäten mit ein.



Wifo 2018 mit «Starbesetzung»

Das 24. Rheintaler Wirtschaftsforum vom 19. Januar 2018 wartet mit einer eigentlichen «Starbesetzung» auf. Referentinnen und Referenten sind: Bundespräsidentin Doris Leuthard, Peter Voser, Verwaltungsratspräsident ABB Group, Barbara Kux, Unternehmerin und Dozentin HSG, und der «einheimische» Matthias Sutter aus Hard und Professor in Köln.



Hotel Säntispark auf Platz 1 der FOCUSwahl 2017

Das Hotel Säntispark wurde in der Kategorie «Seminarhotel BUSINESS» der FOCUSwahl 2017, einer schweizweit repräsentativen Wahl der besten Seminarhotels und Tagungszentren durch SPEKTRamedia, auf den 1. Rang gewählt und gehört somit zu den Top-Seminarhotels und zu den beliebtesten Hotels der Schweiz. Im letzten Jahr war das Hotel Säntispark bereits auf dem 4. Rang und im Jahr 2015 auf dem 5. Rang platziert. Der 1. Platz ist für das Hotelteam ein toller Erfolg und eine grosse Anerkennung.

Schwellbrunn ist schönstes Dorf

Schwellbrunn ist zum schönsten Dorf der Schweiz gekürt worden. In einem nationalen Wettbewerb holte die Gemeinde im Kanton Appenzell Ausserrhoden am meisten Publikums-Stimmen. Eine prominente Jury, bestehend aus den TV-Moderatoren Nik Hartmann, Mélanie Freymond, Annina Campell und dem Musiker Sebalter, hatte für den Wettbewerb «das schönste Dorf der Schweiz 2017» 50 Dörfer nominiert.

40 Jahre Weibel

Im Jahr 1977 gründeten die Gebrüder Franz und Stefan Weibel als Zwei-Mann-Betrieb die Druckerei Weibel AG. Heuer feiert der mittlerweile in Weibel Druck & Design AG umbenannte Familienbetrieb mit inzwischen 15 Mitarbeitenden das 40-Jahr-Jubiläum. Im Jahr 2013 übernahmen mit Dani und Thomas Weibel (Söhne von Franz Weibel) sowie Pascal Wuillemin (genoss bereits die Lehre bei Weibel) das Ruder. Das neue Geschäftsleitungs-Trio führt die Firma mit Standorten in Tübach und Arbon mit frischen Ideen und neuen Angeboten in die Zukunft.



Das Geschäftsleitungs-Trio Pascal Wuillemin, Thomas Weibel, Dani Weibel.

Haas wird Teil der Bühler-Gruppe

Die Haas-Gruppe, der Weltmarktführer für die Herstellung von Produktionsanlagen für Waffeln, Kekse und Süßwaren, wird Teil der Bühler-Gruppe. Der entsprechende Kaufvertrag wurde Anfang September in Wien unterzeichnet. Während Bühler mit dieser strategischen Akquisition sein Produktportfolio im Bereich Consumer Foods komplettiert, erhält Haas Zugang zu den Ressourcen des weltweiten Bühler Verbunds, vor allem der rund 100 Servicestationen und des Innovations-Netzwerks. «Aus einer Position der Stärke legen wir die Zukunft unseres Unternehmens vertrauensvoll in die Hände des Familienunternehmens Bühler. So schaffen wir die besten Voraussetzungen für eine erfolgreiche Weiterentwicklung unseres Geschäfts, zum Wohl unserer Kunden und Mitarbeitenden», sagt Johann Haas, Aufsichtsrat von Haas. «Seit Jahren sind wir Haas freundschaftlich verbunden. Gemeinsam können wir für unsere Kunden bedeutende Mehrwerte entwickeln und den Haas-Mitarbeitenden zusätzliche Perspektiven eröffnen», sagt Bühler-CEO Stefan Scheiber. Im Rahmen der Transaktion sind die Arbeitsplätze und Standorte gesichert.

RLC wirkt am grössten Hochbauprojekt der Schweiz mit

Jedes Projekt ist einmalig. Ganz besonders gilt dies für das zurzeit grösste Bauvorhaben der Schweiz. In Gehdistanz zu den Terminals entsteht am Flughafen Zürich das neue Dienstleistungszentrum THE CIRCLE. Zur erfolgreichen Durchführung eines solchen Grossprojektes benötigt es Know-how und entsprechende Ressourcen.

Visualisierung THE CIRCLE, Flughafen Zürich.



das A und O. Es stellen sich die Fragen: Wer benötigt welche Informationen? Wie und wann gelangen die Informationen zu den richtigen Personen? Damit das Team nicht in der Informationsflut versinkt, gilt: So wenig wie möglich, so viel wie nötig.

Wie ist der Informationsaustausch zwischen den beteiligten Planern organisiert?

Die passende Organisationsstruktur bildet die Basis für den Informationsaustausch. Bei einem Projekt wie THE CIRCLE ist eine Matrixorganisation notwendig, bei welcher sich in der Vertikalen die Teilobjekte und in der Horizontalen die Fachgebiete wiederfinden. Mit einem durchdachten Sitzungsraster sowie gleichentags erfolgreicher Protokollierung und Weitergabe von Beschlüssen und Entscheiden, wird der Informationsfluss sichergestellt.

Was ist die wichtigste Maxime bei der Ausführung eines solchen Milliardenprojektes?

Vermutlich ist einer der wichtigsten Punkte das Fällen von Entscheidungen. Entscheide fallen heisst Verantwortung übernehmen, dies immer mit der Gefahr, dass darunter auch Fehlentscheide sein können. Wer keinen Mut hat Entscheidungen zu treffen, blockiert die Planung und damit das ganze Vorhaben.

Das Dienstleistungszentrum THE CIRCLE bündelt einen Mix von Nutzungen, darunter Hotels, internationale Brands, moderne Büroflächen und eine Vielzahl weiterer Angebote aus den Bereichen Gesundheit, Kunst, Kultur, Gastronomie, Unterhaltung und Bildung. Das Projekt wurde im Rahmen eines internationalen Architekturwettbewerbs im Jahr 2009 vom japanischen Architekten Riken Yamamoto im Auftrag der Flughafen Zürich AG und der SwissLife AG entworfen.

RLC erhielt mit zwei weiteren Architekturbüros von der beauftragten Totalunternehmerin HRS Real Estate AG den Zuschlag für die Ausführungsplanung des Grossprojekts. Zudem stellt RLC die Gesamtprojektleitung Planung für das ganze Bauvorhaben. Was die besonderen Herausforderungen bei einem Bauprojekt dieser Grösse sind, erklärt der Gesamtprojektleiter Planung Reto Brunner.



Reto Brunner, Mitglied Geschäftsleitung RLC Architekten AG Rheineck und Gesamtprojektleiter Planung THE CIRCLE.

Reto Brunner, worin liegt die grösste Herausforderung im Management eines Grossbauprojektes?

Beim Projekt THE CIRCLE ist eine zielführende Kommunikation unter den rund 150 beteiligten Planern

Die RLC Gruppe mit Sitz in Rheineck und Winterthur ist eines der führenden Architekturbüros der Ostschweiz. Sie steht seit über 55 Jahren für Architektur, Generalplanung und Projektentwicklung im Wohn-, Industrie- und Bürogebäudebau.

RLC

Architektur, Projektentwicklung
Rheineck und Winterthur
www.rlc.ch

IST AG – Sensoren aus dem Toggenburg für die Welt

Was 1991 im Toggenburg mit gerade einmal drei Leuten begann, hat sich bis heute zu einem führenden Anbieter in der Sensorik mit rund 350 Mitarbeitenden entwickelt. Die Innovative Sensor Technology IST AG blickt auf eine beeindruckende Entwicklung zurück – sowohl die Produktpalette als auch die globale Firmenpräsenz wurden in den letzten 26 Jahren laufend erweitert. Doch von Ausruhen auf dem erreichten Erfolg kann bei dem Sensorspezialist keine Rede sein – im Gegenteil: der Firmenhauptsitz in Ebnat-Kappel wird derzeit erweitert.

Vom kleinen Tüftler-Unternehmen zum erfolgreichen KMU

Begonnen hat alles mit der Entwicklung eines auf Dünnschicht basierenden Nickel-Temperatursensors. Schon bald kamen neue Produkte hinzu. Platin-Temperatursensoren stellen seit vielen Jahren die grösste Produktgruppe der IST AG dar. Neben dem Temperatur-Bereich umfasst das Produktportfolio der IST AG Sensoren für die Messung von gasförmiger sowie flüssiger Strömung, Feuchte, Gasen, Leitfähigkeit und biologischen Messgrössen wie Glukose oder Laktat. Dank des breiten, miteinander kompa-

tiblen Sensorangebots lässt sich für nahezu jede Kundenapplikation eine geeignete Sensorlösung finden. Dabei bietet das Unternehmen seinen Kunden neben den gängigen Sensor-Serien insbesondere auch kundenspezifische Produkte an. Ein hochqualifiziertes technisches Team bietet Experten-Knowhow und individuelle Beratung. Die Realisierung eines kundenspezifischen Sensors kann von einer kleineren Anpassung, z. B. einer anderen Drahtlänge oder der Anbringung eines speziellen Steckers, bis hin zur kompletten Neuentwicklung eines Sensorprinzips reichen. Egal bei welchem Projekt – die Zusammen-

Moderne Reinraumtechnologie in der IST-AG-Produktion in Ebnat-Kappel.





INNOVATIVE SENSOR TECHNOLOGY

Innovative Sensor Technology IST AG

Stegrütistrasse 14
CH-9642 Ebnat-Kappel
info@ist-ag.com
Tel. 071 992 01 00
www.ist-ag.com

Der Hauptsitz der IST AG in Ebnat-Kappel wird bis Ende 2018 erweitert.

arbeit und Kommunikation mit dem Kunden ist zentraler Bestandteil der täglichen Arbeit bei der IST AG. Als Anbieter und Partner für physikalische, chemische und biologische Sensoren ist die IST AG weltweit tätig und präsent. Neben dem Hauptsitz in der Schweiz hat die IST AG Standorte in Tschechien und den USA sowie Aussendienstposten in China, Indien und Irland. Der Biosensorik-Spezialist Jobst Technologies GmbH aus dem Süddeutschen Freiburg im Breisgau gehört seit 2015 ebenfalls zur IST AG.

Technologie und Innovation als zentrale Themen

Jährlich werden bei der IST AG mehr als 25 Millionen Sensoren in professionell ausgestatteten Reinräumen produziert und bis zu 200 neue Produkte entwickelt. Alle Produktionsschritte werden von der IST AG selbst durchgeführt. Die Weiterentwicklung bestehender Prozesse sowie die Entwicklung neuer Technologien spielen hierbei eine zentrale Rolle. Den Kunden wird eine grosse Bandbreite an technischen Möglichkeiten geboten – beim Produktionsprozess

werden je nach Kundenbedürfnis unterschiedliche Technologien sowie Materialvarianten genutzt. «Wir wollen dem Kunden die Lösung bieten, die seine Problemstellung bestmöglich löst. Im gemeinsamen Gespräch finden wir heraus, was die Anforderungen des Kunden an den Sensor sind. Wenn wir diesen mit Produkten aus unserer bestehenden Palette nicht gerecht werden können, finden wir zusammen eine kundenspezifische Lösung», so Dr. Mirko Lehmann, CEO der IST AG.

Ausbau des Standorts Ebnat-Kappel

Im Jahr 2017 ist die IST AG weiterhin auf Wachstumskurs. Aktuell sind über 200 Mitarbeitende in der Schweiz tätig. Um den steigenden Produktions- sowie Platzanforderungen gerecht zu werden, wird der Hauptsitz des Unternehmens in Ebnat-Kappel bis voraussichtlich Herbst 2018 erweitert. Durch den Anbau wird die bisher zur Verfügung stehende Fläche verdoppelt.

Um das Wachstum gut zu meistern und auch zukünftig die gewohnte Qualität zu garantieren, braucht es bestens qualifiziertes Personal. «Die Firma IST AG ist zu einem wichtigen Arbeitgeber in der Region Toggenburg geworden. Wir können bereits auf sehr viele fachkundige und motivierte Mitarbeitende zählen. Aktuell sind wir auch laufend auf der Suche nach neuen Fachkräften, welchen wir einen attraktiven Arbeitsplatz in einem technologischen, aber auch familiären Umfeld bieten», erläutert Lehmann. «Wir arbeiten viel daran, dass sich potentielle Mitarbeiter selbst ein Bild von unserer Firma und ihren zahlreichen Möglichkeiten machen und sich nicht durch die uneinheitliche und schlechte Aussendarstellung des Toggenburgs (z.B. Bergbahnenstreit) beeinflussen lassen. Ja, durch den Erweiterungsbau bekennen wir uns zum Toggenburg, sehen es aber auch als unerlässlich an, dass wieder gemeinsam an einer attraktiven und einheitlichen Aussenwirkung gearbeitet wird.»



*Dr. Mirko Lehmann,
CEO der IST AG.*

Jetzt weiterbilden. **MAS in Swiss Finance**

www.fhsg.ch/swiss-finance oder +41 71 226 12 50

Weiterbildungszentrum FHS St.Gallen



FHO Fachhochschule Ostschweiz



Beat Baumgartner
Consultant bei der
VZ VermögensZentrum AG,
St.Gallen, Studierender,
MAS in Swiss Finance

OSTSCHWEIZ DRUCK

Hofstetstrasse 14 • 9300 Wittenbach • ostschweizdruck.ch



***In der Ostschweiz
zu Hause.***



Forever Young

Jugend ist allgegenwärtig. Auch bei den Älteren. Ist das ein Phänomen des 21. Jahrhunderts? Antworten darauf gab es am Networking-Tag 2017 der Ehemaligen-Organisation der Fachhochschule St.Gallen, FHS Alumni. Eine davon lautete: Das Alter annehmen und sich selbst entfalten. Nicht im plastischen, sondern mentalen Sinne. Der LEADER war am Event mit dem Motto «Forever Young» dabei.

Weitere Bilder unter www.leaderonline.ch/de/people



In St. Gallen für Sie da

Wir sind Ihr Partner für anspruchsvolle Finanzgeschäfte.



Markus Blaser
Kundenberater
T +41 71 560 39 05



Laila Hertli
Assistentin
T +41 71 560 39 02



Franz Osterwalder
Leiter Niederlassung
St. Gallen
T +41 71 560 39 01



Christoph Zürcher
Kundenberater
T +41 71 560 39 06



BANQUE CIC | SUISSE |

Die Bank der Privat- und Geschäftskunden

Bank CIC (Schweiz) AG
Poststrasse 17, Postfach
9001 St. Gallen

T +41 71 560 39 00

F +41 71 560 39 10

www.cic.ch

Brülisauer ist der führende Druckausrüster der Ostschweiz.

Mit unserem neuen Maschinenpark können wir viele Druckprodukte ausrüsten. Aber vielmehr ist es die Innovationskraft unserer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, die alle Register ziehen, um Ihre kreativen Vorstellungen in die Technik umzusetzen. Und das vom Falzen über Sammelheften und Klebebinden bis hin zu Versandlösungen.

Fragen Sie uns, wenn Sie **ganz Normales** oder **ganz Spezielles** wünschen!



brülisauer
print finishing

Brülisauer Buchbinderei AG
Wilerstrasse 73
9200 Gossau

Telefon 071 385 05 05
info@bruelisauer.ch
www.bruelisauer.ch

BRIDGING EUROPE AND ASIA.

Along the Silk Road.



We are where you are.

Gebrüder Weiss ist Ihr Partner für ganzheitliche Logistiklösungen – von Europa bis Asien. Wir bringen Ihre Produkte effizient in Ihre Zielmärkte. Mit zahlreichen eigenen Standorten entlang der historischen Seidenstraße verbinden wir regionales Know-how mit höchsten Qualitätsstandards. Wohin dürfen wir für Sie unterwegs sein? www.gw-world.com/silkroad



Gebrüder Weiss 
Transport und Logistik



Sitag-Besuch mit Tom Lüthi

Kann man arbeiten und gleichzeitig gut leben? Ja, man kann – davon ist der Rheintaler Büromöbelhersteller Sitag überzeugt. Mitte September machten sich rund 80 Mitglieder des AGV Rheintal bei ihrem Besuch in Sennwald ein konkretes Bild davon. Auch Tom Lüthi, Moto2-Rennfahrer und zukünftiger MotoGP-Teilnehmer, war mit Highspeed und Motivationsstärke anwesend.





Jungunternehmerforum

Mut zum Unternehmertum

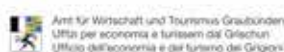
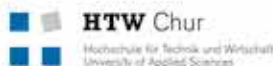


gr.jungunternehmerforum.ch

Hauptsponsoren



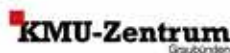
TREUHAND
FIDUZIARIS
FIDUCIARI



Co-Sponsor



Patronat



Eventpartner



Medienpartner



5. Jungunternehmerforum Graubünden

26. Oktober 2017 | in der Aula der ibW in Chur

WORKSHOPS Praxiswissen aus erster Hand

FORUM: REFERATE UND START-UP-DUELL

Start-up-Duell 2017

3 Finalist/innen stellen ihr Geschäftsmodell vor

Jetzt
anmelden.
Anmeldeschluss
17.10.2017

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

TÜRÖFFNUNG | Eintreffen der Teilnehmer/innen

15 Uhr

WORKSHOP A-C

15.15–16.15 Uhr

A Prüfung deines Geschäftsmodells

Urs Kappeler | HTW Chur, KMU-Zentrum Graubünden

B Unternehmensplanung und Finanzierung

Andreas Aeberhard | KMU-Finanzexperte mit eidg. Diplom, Mitglied der Direktion

Renato Heini | Berater KMU, Mitglied des Kaders

C Kundengewinnung dank Präsenz im Web, Mobile und in Verzeichnissen

Serge Breslaw | Leiter Key Account Management

WORKSHOP D-F

16.30–17.30 Uhr

D Versicherung und Vorsorge

Thomas M. Bergamin | Generalagent

E Rechtsform und Buchführung

Marco Schädler | KMU-Berater und Treuhänder

F Digitale Transformation

Remi Crameri | Fachvorsteher Logistik

GET-TOGETHER | Informationen | Networking | Verpflegung

17.30 Uhr

BEGRÜSSUNG | Urs Marti | Stadtpräsident Chur

18 Uhr

IMPULS-REFERAT | Boxenstopp – Reflexion deines Führungsverhaltens

Justin Meyer | Leiter ibW-Seminare und Workshop-Leiter Firmen

START-UP-DUELL | Live-Präsentationen Start-ups

PRAXIS-REFERAT | Den Kopf in den Wolken und die Füße am Boden

Barbara Laim | Geschäftsfrau

START-UP-FINAL | Gewinner/in 2017

Präsentation der Videoclips über die 3 Finalist/innen

Interview mit Franco Jenal, Buyfresh AG, Gewinner 2016

NETWORKING | Apéro und Ausklang





VR-Symposium 2017 – Wo sich KMU-Verwaltungsräte treffen

Rund 200 KMU-Verwaltungsrätinnen und -räte trafen sich am 15. September 2017 in Zürich Oerlikon. An der Nachmittagsveranstaltung wurden in drei verschiedene Sessionen Themen wie die richtige Zusammensetzung und die Suche eines VR, die Arbeit des VR sowie die Besonderheiten bei der Suche sowie Einsetzung eines externen CEO beleuchtet. Zum Abschluss referierte der ehemalige FC-Basel-Präsident Bernhard Heusler über das Thema Führung und Kommunikation von dynamischen Teams. Der Anlass wurde von der OBT AG und dem KMU-HSG organisiert.



Zwei Ostschweizer Firmen im Finale

Am 27. Oktober findet in Interlaken zum 20. Mal die Verleihung des «EY Entrepreneur Of The Year» statt. Auf eine goldene Trophäe hoffen können 14 nominierte Unternehmen.

EY präsentiert die Finalisten der 20. Ausgabe des Entrepreneur Of The Year-Wettbewerbs in der Schweiz. 46 Persönlichkeiten aus 44 international tätigen Schweizer Firmen haben sich 2017 dem Wettbewerb gestellt. Die unabhängige Jury hat sich auf 14 Finalisten festgelegt, davon zwei aus der Ostschweiz. Diese Unternehmer machen das Rennen zum «Entrepreneur Of The Year 2017» in vier Kategorien unter sich aus:

Kategorie «Dienstleistung/Handel»:

- Bernard Russi, Boas Gestion SA, Crissier, Hotellerie/Wellness, 1654 Mitarbeitende
- Simon Stampfli, Stampfli AG, Subingen, Facility Services, 519 Vollzeitstellen
- Thomas Hanan, Webrepublic AG, Zürich, Digital Marketing, 102 Mitarbeitende

Kategorie «Emerging Entrepreneur»:

- Dr. Christoph Gebald, Dr. Jan Wurzbacher, Climeworks AG, Zürich, Umwelttechnologie, 32 Mitarbeitende
- Dr. Yann Tissot, L.E.S.S. SA, Ecublens, Beleuchtungstechnologie, 9 Mitarbeitende
- Jurgi Camblong, Sophia Genetics SA, Saint-Sulpice, Gesundheitstechnologie, 40 Mitarbeitende

Kategorie «Industrie/High-Tech/Life Sciences»:

- Marcel Meyer, Robatech AG, Muri, Industrielle Klebetechnik, 359 Mitarbeitende
- Beat Zaugg, Scott Sports SA, Givisiez, Outdoor-/Sportartikel, 843 Mitarbeitende
- Olivier Haegeli, Willemin-Macodel SA, Delémont, Maschinen- und Werkzeugbau, 230 Mitarbeitende
- Paul J. Wyser, Wyon AG, Appenzell Steinegg, Batterien, 108 Mitarbeitende

Kategorie «Family Business»:

- Marcel Frank, Frank Türen AG, Buochs, Spezialtüren, 53 Mitarbeitende
- Jan Martel, Martel AG St. Gallen, St. Gallen, Detailhandel, 44 Mitarbeitende
- Max Renggli, Renggli AG, Schötz, Holzbau, 202 Mitarbeitende

Sämtliche Mitarbeiterzahlen beziehen sich jeweils auf das Jahr 2016.

Alle Finalisten haben Ausserordentliches geleistet. Sie überzeugen neben ihrem unternehmerischen Leistungsausweis auch mit ihrem Engagement innerhalb und ausserhalb ihrer Unternehmen. Aus diesem illustren Kreis kürt die Jury in den nächsten Wochen die Preisträger. Die Bekanntgabe der Gewinner, die Preisverleihung und die zugehörige Gala finden am 27. Oktober 2017 in Interlaken statt. Das Hotel VICTORIA-JUNGFRAU bietet den passenden Rahmen für das 20-jährige Jubiläum des hochkarätigsten Unternehmerpreises der Schweiz.

Die Jury

Für die Evaluation der Finalisten und die Vergabe der Entrepreneur Of The Year-Awards ist eine 11-köpfige Jury verantwortlich. Eigenständig und unabhängig von EY prüft sie die preiswürdigen Kandidatinnen und Kandidaten. Die Jury setzt sich 2017 zusammen aus Adrienne Corboud Fumagalli (CEO Deep-tion SA), Claude R. Cornaz (Vetropack Holding AG, CEO und Entrepreneur Of The Year 2012), Beat Curti (Unternehmer), Paul J. Hälg (Präsident des Verwaltungsrates Sika AG), Sara und Christoph Hürlimann (Gründer zahnarztzentrum.ch AG, Entrepreneur Of The Year 2010), Jan Lichtenberg (CEO InSphero AG, Entrepreneur Of The Year 2015), Simon Michel (CEO Ypsomed AG), Edouard Pfister (Unterneh-

Nominiert in der Kategorie «Family Business»: Jan Martel, Martel AG St. Gallen.



Nominiert in der
Kategorie «Industrie/
High-Tech/Life Sciences»:
Paul J. Wyser, Wyon AG,
Appenzell Steinegg.



mer), Sébastien Tondeur (CEO MCI Group Holding SA, Entrepreneur Of The Year 2011) sowie Thomas Zellweger (Direktor Center for Family Business der Universität St.Gallen).

Ein Award mit Weltformat

Das Entrepreneur Of The Year-Programm von EY ist weltweit einmalig. Ausgehend von den USA hat es 1986 seinen Siegeszug begonnen und hat sich seither in über 70 Ländern etabliert. Das Programm beinhaltet neben dem Wettbewerb auch diverse Möglichkeiten für die Entrepreneurs, um Netzwerke und den Erfahrungsaustausch voranzutreiben. Im Rahmen des Wettbewerbs werden jedes Jahr in ge-

gen 150 Städten dieser Welt würdige Preisträger gefeiert. Insgesamt bewerben sich jeweils über 10 000 Unternehmerinnen und Unternehmer um den Titel EY Entrepreneur Of The Year™. Im Frühsommer des Folgejahres kürt eine unabhängige Jury aus allen Landessiegern den EY World Entrepreneur Of The Year™. Damit ist EY die einzige Organisation mit einem Unternehmerwettbewerb auf globaler Ebene. Die Schweiz wurde 2017 von Willi Miesch, Medartis AG, vertreten. Miesch ist Entrepreneur Of The Year 2016 in der Kategorie «Industrie/High-Tech/Life Sciences».

EY wird im Entrepreneur Of The Year-Programm in der Schweiz unterstützt von der Credit Suisse als Programmpartnerin sowie AMAG, der Uhrenmanufaktur H. Moser & Cie., Die Mobiliar und SWISS. Der Wettbewerb wird 2017 zum 20. Mal durchgeführt. Im Vorfeld der Jubiläumsgala vom 27. Oktober 2017 bietet EY den interessierten Unternehmerinnen und Unternehmern ein massgeschneidertes Workshop-Programm «von Entrepreneur zu Entrepreneur» an.

Text: Marcel Baumgartner

Bilder: Archiv

Anzeige

Congress Events St.Gallen

Raum für Erlebnisse

Weihnachtsessen, Firmenevent oder Grossanlass: Setzen Sie auf die vielseitigste Ostschweizer Event-Location. Sprechen Sie mit uns über Ihre nächste Veranstaltung: +41 71 242 01 66 oder congressevents.ch

Liken und gewinnen Sie OLMA-Tickets auf congressevents.ch/facebook

Swiss Location Award 2017

Die Zauderer vom Bodensee

Jahrelang hielt Bauer Ulrich Kesselring auf seinem Hof in Hefenhofen TG Dutzende von Tieren unter fragwürdigen Bedingungen. Immer wieder gingen bei den zuständigen Behörden Hinweise darauf ein, die meist ignoriert wurden. Bis es im August unter massivem medialen Druck zum grossen Knall kam: Der Hof wurde geräumt, die Tiere verkauft, der Bauer verwahrt.

von Stephan Ziegler



Schon lange traute sich der Thurgauer Kantonsstierarzt Paul Witzig nicht mehr auf den fraglichen Hof; einst hatte ihn der Bauer massiv bedroht. Darum wurde der Züchter zuletzt nur noch von auswärtigen Kontrollleuten überprüft. Und es

gab eine Abmachung zwischen dem Kanton und Ulrich Kesselring: Die Behörden verzichten auf die Durchsetzung eines Tierhalteverbots, das schon längst (2013) gegen den Bauern ausgesprochen wurde, dieser sollte im Gegenzug kooperativer werden. Der verantwortliche Regierungsrat Walter Schönholzer bezeichnete dieses Vorgehen gemäss «Blick» als «Verhandlungsstrategie für Verbesserungen in kleinen Schritten». Der Sonderling zwang also den Behörden seine Spielregeln auf. Tatsächlich verhielt sich Kesselring dank dieses Sondersettings bei Kontrollen viel zahmer – schliesslich beinhaltete die Abmachung mit dem Kanton, dass sich die Inspektoren jeweils im Voraus anzumelden hatten. Damit blieb Zeit genug für den Bauern, Missstände zu vertuschen. Kein Wunder, fand Kesselring gegenüber dem «Blick» lobende Worte für Schönholzer: Er freue sich, dass hier «ein Mann im Amt ist, der endlich einmal so spurt, wie es sein sollte».

Dann ging eine ehemalige Mitarbeiterin von Kesselring mit schockierenden Bildern von dessen Hof an die Öffentlichkeit, nachdem sie mit diesen zuvor ans kantonale Veterinäramt gelangt war – ohne

Erfolg. Erst als der «Blick» und nach ihm weitere Medien den Fall aufgriffen, reagierten die Thurgauer Behörden – dann aber Hals über Kopf: Nach vier Tagen wurde der Hof geräumt, nach weiteren neun Tagen gelangten die abtransportierten Pferde in den Verkauf; zu Dumpingpreisen wurden die Tiere verschachert.

Der Thurgauer Regierungsrat hat nun eine externe Untersuchungskommission eingesetzt, die den Fall Kesselring «schonungslos» aufklären soll. Gleichzeitig sind drei Strafanzeigen, darunter zwei von Erwin Kessler, Präsident des «Vereins gegen Tierfabriken», der einen jahrelangen Kampf mit Ulrich Kesselring ausficht, und eine des Thurgauischen Tierschutzverbandes, gegen Paul Witzig, dessen Stellvertreter Ulrich Weideli und/oder Walter Schönholzer hängig.

Der Thurgauer Regierungsrat bedauert, dass es so weit gekommen ist. «Rückblickend würden wir wohl einiges anders machen. Was in Hefenhofen passiert ist, darf sich nicht wiederholen», stellt er fest. Gleichzeitig hat die Regierung verspro-

Pythagoras:

«Alles, was der Mensch den Tieren antut, kommt auf den Menschen wieder zurück.»

chen, weitere Fälle, in denen ein Tierhalteverbot angedroht oder ausgesprochen wurde, zu überprüfen. Damit bleibt zu hoffen, dass sich offensichtliche Fälle von Tierquälerei am Bodensee nicht wiederholen – selbst wenn die Medien nicht hinschauen.



LEADER 7/2017

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
Stefan Millius
Malolo Kessler
Tamara Johnson
Nathalie Schoch

Autoren in dieser Ausgabe: Roland Rino Büchel, Michael Götte, Edith-Graf-Litscher, Leonhard Fopp, Sven Bradke, Walter Locher

Fotografie: Stéphanie Engeler
Gian Kaufmann
Christian Beutler (Keystone)
Bodo Rüedi

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

Geschäftsleitung: Natal Schnetzer
nschnetzer@metrocomm.ch

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

MarketingService/ Aboverwaltung: 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 Kissling
tkissling@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

metrocomm

KMU – ZUVERSICHT IM WANDEL

Online-Anmeldung unter www.kmu-tag.ch



Urs Fueglistaller



Wolfgang Jenewein



Martina Gerster

 **kmu-tag.ch**



Tobias Wolf



Gabriela Manser



Ludwig Hasler



Wolfgang Frick



Patrizia Laeri



Philipp Riederle



Hazel Brugger

27 / OKTOBER 2017

**SCHWEIZER KMU-TAG
ST.GALLEN**

AUSVERKAUFT

Patronat: Schweizerischer Gewerbeverband / economiesuisse /
IHK St.Gallen-Appenzell / Kantonaler Gewerbeverband St.Gallen (KGV)

Veranstalter



alea iacta-

Hauptsponsoren

RAIFFEISEN



ABACUS
Business Software



Kommunikations-
partnerin



Medienpartner

LEADER



RENAULT
Passion for life

Renault **TALISMAN** Grandtour

Premium by Renault



Unser Geschenk für Ihre Firma: **15% Flottenrabatt & Service-Paket.**

Inkl. Wartung (mit Flüssigkeiten und Verschleissteilen),
Garantieverlängerung und Renault Assistance.
Auch gültig für Espace und Neuen Koleos: service.renault.ch

Angebot gültig für Geschäftskunden (Handelsregister-Eintrag und Behörden, ohne Rahmenvereinbarung) auf Talisman, Espace und Neuen Koleos bei den an der Aktion beteiligten Renault Händlern ab 01.08.2017 bis auf Widerruf. Das kostenlose Service-Paket ist 4 Jahre oder 100 000 km gültig (es gilt das zuerst Erreichte) und umfasst Wartung inkl. Verschleiss und Flüssigkeiten, Garantieverlängerung und Renault Assistance. Beispiel Flottenrabatt: Talisman Grandtour Life ENERGY dCi 110, 3,7 l/100 km (Benzinäquivalent 4,2 l/100 km), 98 g CO₂/km, CO₂-Emissionen aus der Treibstoff- und/oder der Strombereitstellung 16 g/km, Energieeffizienz-Kategorie A, Katalogpreis Fr. 32 037.05, abzüglich 15% Flottenrabatt Fr. 4 805.55 = Fr. 27 231.50. Durchschnittliche CO₂-Emissionen aller in der Schweiz verkauften Neuwagen 134 g/km. Alle Beträge sind exkl. MwSt.

Renault empfiehlt **elf**

www.renault.ch