

**Innovation
schafft Zukunft.**

«Innovation ist Chefsache. Es gehört in die Firmenstrategie»
Andreas Schlegel, RUZ Begleiter für Innovation.
Jetzt Unternehmerverspräch buchen: 071 388 62 00 | ruz.ch



Das Unternehmerzentrum der Raiffeisen Gruppe
Le Centre des Entrepreneurs du Groupe Raiffeisen
Il centro imprenditoriale del Gruppo Raiffeisen



**Romeo Corvaglia,
Corvaglia Holding AG:**

Sieger des Prix SVC Ostschweiz 2018

Seite 48



In dieser Ausgabe:

Christian Abegglen,
Daniel Wessner,
Andreas Koch, Bruno Grob,
Sandro Ferrarini,
Christoph Zeller, Gian Bazzi

Weiterbildung, naheliegend!

bzb.

bzbuchs.ch

Bankenplatz

St.Gallen war einst nicht nur das globale Zentrum der Textilindustrie, sondern auch die Hochburg des Schweizer Finanzwesens.

Ab Seite 12

Korruption

Wo Wettbewerb herrscht, kann es keine Korruption geben. Korruption am Beispiel einer Kleinstadt erklärt.

Seite 64

Sauber bleiben!

pronto

pronto-ag.ch

Wir verstehen mehr
als Reinigung.

guet bonde
ischt halbe
gfare*



*mit guter Vorbereitung kommt man weiter

Thomas Kast, Vizedirektor, Bereichsleiter Anlagekunden

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



Robin Hood an der Urne

Linke waren schon immer kreativ, wenn es darum geht, denen, die mehr haben, möglichst viel wegzunehmen und an die Klientel der Linken weiterzureichen. Umverteilung nennt man diesen Vorgang harmlos. Wollen können das nur Leute, die wirtschaftlichen Erfolg für unanständig halten. Schon heute sorgen Menschen mit höherem Einkommen und Vermögen sowie gut gehende Unternehmen überproportional dafür, dass unsere Infrastruktur, das Gesundheitswesen und die Bildung in unserem Land funktionieren. Sie können das aber nur so lange tun, wie man sie in der Lage lässt, erfolgreich zu arbeiten.

Der neueste Streich heisst «99%-Initiative». Sie spricht nicht mehr von Umverteilung, sondern von Rückverteilung. Der Vorschlag: Kapitaleinkommen wie Zinsen oder Dividenden sollen eineinhalbfach so stark besteuert werden wie Arbeitseinkommen. Das so gewonnene Geld dient dazu, die Einkommenssteuern von Personen mit tiefen und mittlerem Einkommen zu senken. Nur am Rande bemerkt zahlen heute schon viele Menschen mit tiefem Einkommen keinen Rappen Steuern.

Einmal mehr werden in den «Argumenten» Leute gegeneinander ausgespielt. So heisst es, dass Supermarkt-Kassierinnen arbeiten müssten, andere aber einfach «ihr Geld für sich arbeiten lassen». Und weiter: «Mit der 99%-Initiative holen wir uns zurück, was uns gehört.» Dieser Robin-Hood-Tonfall lässt tief blicken. Die Dividende, die einem Aktionär zukommt, der sein eigenes Geld in ein Unternehmen gesteckt hat und in dem er vielfach auch selbst arbeitet, gehört also in Wahrheit der Dame an der Supermarktkasse? Leute, die in der Lage sind, Geld zu verleihen oder Immobilien zu erwerben, arbeiten nicht, das Geld prasselt einfach auf sie herein? Man muss kein Hardcore-Kapitalist sein, um sich da die Augen zu reiben.

Der Wohlstand der Schweiz beruhte auf der Arbeit von Millionen Menschen, sagen die Initianten. Das stimmt. Dieser gemeinsam erarbeitete Wohlstand sei aber ungleich verteilt, heisst es weiter. Das stimmt auch. Und zu Recht. Wer etwas riskiert, wer etwas aufbaut, kann tatsächlich reich werden. Er kann aber auch alles verlieren. Es ist jedem unbenommen, diesen Weg einzuschlagen. Das wäre unserem Wohlstand viel förderlicher als eine «Rückverteilung».

Natal Schnetzer
Verleger

Anzeige

- Cloud
- Infrastruktur
- Netzwerk
- Sicherheit
- Computer
- Telekommunikation
- IT Service und Wartung
- Office 365



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

**Kommunikations- und
IT-Lösungen für KMU**



Das St. Galler Team der COFOX (v.l.): Brigitte Schweizer (Zubehör-Verkauf), Juan Albendiz (Technik), Bruno Klaus (Leiter Verkauf), Angelo Hohl (Technik), Bruno Eugster (Technik), Louis Bauer (Technik), Delia Zihlmann (Verkauf), Nino Botta (Technik), Enrica Cadonau (VR, Vorsitz GL), René Hollenstein (Verkauf), Fadri Cadonau (VR, Vorsitz GL).

Effizienter drucken? Mit uns läuft's perfekt.

Effizienter drucken spart nicht nur Geld, sondern macht auch mehr Spass mit einer Komplettlösung von der COFOX. Mit der richtigen Technik und optimaler Finanzierung. Mit Komfort und Sicherheit nach Mass. Und mit unserem erstklassigen Service, der sich auf Wunsch auch um das Verbrauchsmaterial kümmert. Mit uns läuft's perfekt.

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





Der Fall Vincenz

Es war das beherrschende Wirtschafts-Thema der vergangenen Wochen: Der frühere Raiffeisen-Chef Pierin Vincenz soll mit verdeckten Geschäften mehrere Millionen Franken gemacht haben. Vincenz hat stets bestritten, sich bei den Transaktionen unrechtmässig bereichert zu haben. Dies untersucht derzeit die Staatsanwaltschaft. Der Fall weitet sich aber auch auf weitere Personen aus. So hat etwa Johannes Rüegg-Stürm sein Mandat als Verwaltungsratspräsident von Raiffeisen bereits niedergelegt.



12



26



20

- 08 Marcel Baumgartner, LEADER-Chefredaktor**
Die Meinung ist gemacht
- 08 Roland Rino Büchel, SVP-Nationalrat**
Schwedenplastik statt Schwedenstahl
- 11 Edith Graf-Litscher, SP-Nationalrätin**
Das persönliche Familienmodell leben können
- 11 Michael Götte, SVP-Fraktionspräsident**
Überparteiliche Finanzpolitik
- 12 Bankenplatz Ostschweiz**
Zwischen jungen Wilden und Traditionshäusern
- 15 Christof Reichmuth, Privatbankiers Reichmuth & Co.**
Ohne Verantwortung sind Werte nichts wert
- 17 Digitalisierung**
Die Banken vor dem Schritt in die Zukunft
- 20 Christian Abegglen, St.Galler Business School**
«Das Wissen ist vorhanden, man muss es nur anwenden»
- 26 Daniel Wessner, Amt für Wirtschaft und Arbeit des Kantons Thurgau**
Der Anwalt der Wirtschaft in der Verwaltung
- 29 Sven Bradke, Mediapolis AG**
Nein zur Vollgeld-Initiative
- 32 Andreas Koch, Geschäftsführer KEEST**
«Viele KMU haben die Chance noch nicht genutzt»
- 35 Walter Locher, FDP-Kantonsrat**
Technisches Machen ist Macht
- 36 Bruno Grob und Sandro Ferrarini, GemDat Informatik AG**
«Die Politik verschläft das Problem»
- 44 Christoph Zeller, SVC-Regionenleiter Ostschweiz**
«Es gibt zu wenig «Bühnen» für KMU»
- 48 Corvaglia Holding AG gewinnt Auszeichnung**
1. Platz Prix SVC Ostschweiz
- 51 HB-Therm AG holt Silber**
2. Platz Prix SVC Ostschweiz
- 53 Namics AG auf dem Podest**
3. Platz Prix SVC Ostschweiz
- 55 Büchi Labortechnik AG: Weltweite Kundennähe**
Finalist Prix SVC Ostschweiz

44



32



64



60

57 MS Direct Group: Geschäft mit dem Dialog
Finalist Prix SVC Ostschweiz

59 Uffer AG: Digitalisierung als Chance
Finalist Prix SVC Ostschweiz

60 Gian Bazzi, Generalagentur St.Gallen
«Die Mobiliar»
Ein Kraftakt

64 Konrad Hummler, M1 AG
Die Mikroökonomie der Korruption

82 Stephan Ziegler, MetroComm-Chefredaktor
Frauenbonus

Anzeige

chrisign
webmanagement

Eine für Alle

Immer mehr Surfen mit mobilen Geräten.
Ist auch Ihre Webseite Mobilfähig?

Jetzt anrufen!
071 622 67 41



chrisign gmbh Schmidstrasse 9 8570 Weinfelden info@chrisign.ch www.chrisign.ch



Die Meinung ist gemacht



Der Satz «Es gilt die Unschuldsvermutung» ist Makulatur. Medien verwenden ihn, um noch tiefer im Schmutz zu wühlen.

Die Berichterstattung rund um Pierin Vincenz zeigt einmal mehr die Macht der Medien auf.

Und im digitalen Zeitalter mischen auch die Bürgerinnen und Bürger mit ihren Kommentaren online kräftiger als früher mit – und heizen die Stimmung zusätzlich an. Die Meinung ist schnell gemacht. Vor allem, wenn es schwierig ist, die gesamten Zusammenhänge zu verstehen. Und vor allem, wenn es um Millionen-Beiträge geht.

Ist die Bombe erst einmal geplatzt, geht das Wettrennen bei den verschiedenen Medien um die Klickrate los. In einer ersten Phase berichten alle mehr oder weniger dasselbe. Sie zeigen auf, was Sache ist. Doch es ist klar: Der Leser verlangt nach mehr – und er verlangt es rasch. Entsprechend suchen die einzelnen Journalisten nach weiteren Ansätzen. Sie befragen dann – was einfach ist, aber kaum relevant ist – die Nachbarschaft des Beschuldigten. Sie befragen dann – was einfach ist, und schon etwas relevanter – sogenannte Experten. Diese geben Sätze wie «Er ist erledigt» von sich. Sätze, die sich in den Köpfen der Leserschaft einbrennen und auf eine Schuld – trotz Unschuldsvermutung – hinweisen.

Erst sehr viel später nehmen sich einzelne Medien die Zeit, die Sachlage auch für Laien verständlich zu erklären – was komplex ist und relevant, aber die breite Masse schon nicht mehr interessiert. Und natürlich wird nach weiteren «Tätern» gesucht. Je mehr Köpfe rollen, desto klarer können Medien ihre Macht demonstrieren.

Stellt sich nach einigen Wochen oder Monaten heraus, dass sämtliche Anschuldigungen zu Recht gemacht wurden, erfolgt das gegenseitige Schulterklopfen. Stellt sich heraus, dass die Anschuldigungen zu Unrecht gemacht wurden, erfolgt das grosse Schweigen. Solche Entwicklungen sind dann nur noch Kurzmeldungen wert. In welche Richtung sich der Fall «Vincenz» auch entwickeln wird, er zeigt klar auf, wie schnell heute, in einer vermeintlich vernünftigen und sachbezogenen Gesellschaft, Meinungen gemacht und Personen erledigt sind.

Marcel Baumgartner ist LEADER-Chefredaktor und FDP-Mitglied

Schwedenplastik statt Schwedenstahl

Schweden und die Schweiz werden häufig verwechselt. Nicht nur von den Amerikanern. Dabei gäbe es schon zwei, drei Unterschiede. Die Schweiz ist zum Beispiel eine direkte Demokratie, Schweden eine Monarchie. Der König trägt eine glänzende Krone. Die anderen Kronen im Land, das Münz und die Noten, sind am Verschwinden.

von Roland Rino Büchel

Das ist alarmierend. Wir dürfen es nicht einreissen lassen, dass das Bargeld auch bei uns verteufelt wird. Dessen natürliche Akzeptanz steht sinnbildlich für den Umgang zwischen der Obrigkeit und dem Bürger. In Schweden wird die Bürgerüberwachungsmentalität des Staates mehr und mehr zum Problem.

«Nur Bares ist Wahres!» – Bei uns gilt das noch für viele Menschen. In Schweden ist es anders: Dort muss man Münzen und Geldscheine bald mit der Lupe suchen. Ob in der Beiz, am Kiosk, ja sogar beim Schuhputzer an der Strassenecke: Krone und Öre, die Pendants zum Franken und zum Rappen, sind am Verschwinden. Und zwar im Schnellzugtempo.

Man bezahlt mit Kreditkarte. Oder mit «Swish», einer Zahl-App. Doch das ist noch nicht alles: Bei vielen Banken können die Schweden ihre Kronen nicht mehr einzahlen. Die Infrastruktur ist schon verschwunden. Unglaublich, wie lange die Leute dem schleichenden Wechsel vom Cash hin zum Plastik mit einer Engelsgeduld zugeschaut haben. Nun, endlich, regt sich Widerstand. Das ist wichtig. Denn es geht um mehr als um Scheine und um Münzen: Es geht um das Vertrauensverhältnis zwischen Bürger und Staat.

Das Bargeld wird in Schweden schon in wenigen Jahren illegal sein. Sagt die Regierung. Aus dem täglichen Leben wird das Bargeld nach und nach verschwinden. Experten sagen, dass Scheine und Münzen schon in fünf Jahren eine exotische Erscheinung sein werden.

Wenigstens erfreuen sich die Menschen an einer anderen Krone, derjenigen der Königsfamilie. Sie jubeln ihr zu. Zwei Drittel der Befragten sagen, die Monarchie sei ein unabdingbares und willkommenes Aushängeschild für Schweden in der ganzen Welt. Dies trotz der hohen Kosten und der ausgedehnten Privilegien der Königsfamilie. Auf die Frage, wofür das Königshaus gut sei, sagen sie: «Klippa band och inviga sjukhus, zum Einweihungsbänderdurchschneiden und Krankenhäusereinweihen.» – Ok. Alles muss und will ich nicht verstehen ...

Zurück zur Krone, der Währung: Viele Schweden wissen kaum mehr, wann sie das letzte Mal Kronen in der Hand hatten. Schon heute zahlt mehr als ein Drittel von ihnen nie mit Bargeld. Nie! Ist das «cool» und modern? Vielleicht. Vor allem führt es dazu, dass die gesamte Cashinfrastruktur mit einem Hölentempo zusammengestutzt wird.

Der Traum vieler staatlicher Funktionäre, nämlich den Bürger rundum zu überwachen, ist in Schweden bald Realität. Wer keine Lust auf «Big Brother» hat, sollte sich den viel gelobten schwedischen Staat definitiv nicht zum Vorbild nehmen.

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





Ausgezeichnet:

bausinn.ch hat 30 vorbildliche Unternehmen nominiert. Alle Unternehmen sind aus der Baubranche und in den Bereichen Bauhauptgewerbe, Gebäudehülle, Gerüstbau, Maler/Gipser, Metallbau und Schweisstechnik tätig.

Am 28. Februar 2018 wurden die 30 GewinnerInnen offiziell im Landesmuseum in Zürich ausge-

zeichnet. Eigenmann AG Bedachungen und Spenglerei aus Wittenbach durfte mit Stolz den Preis entgegen nehmen.

Auftrag:

Stadler gewann einen Auftrag zum Bau von zwölf Strassenbahnen für das Bahnprojekt im Ballungsraum von Cochabamba in Bolivien. Erstmals werden mit diesem Projekt und der Lieferung der Stadler-Strassenbahnen elektrische Trams in Bolivien verkehren. Die Fahrzeuge des Typs METELITSA werden bis zu 200 Fahrgästen Platz bieten und im Jahr 2020 in Verkehr gesetzt.

Weintipp:

Pinot Noir No 2

Das Weingut Bachtobel in Ottenberg bei Weinfelden ist ein schmuckes, barockes Schlosshaus, dessen Ursprung auf das Jahr 1784 zurückgeht. Heute wird das prächtig gelegene Anwesen, in dessen Keller noch ein gigantischer alter Tokel steht, vom jungen Team unter Johannes Meier und Önologin Ines Rebentrost geleitet. Der Pinot Noir No.2 steht in der Stilistikreihe zwischen dem leichtfüssigen Klassiker (Nr.1) und der burgundischen Barrique-Wein Nr.3. Dank einer Kaltmazeration vor der Gärung wird die Frucht intensiver und komplexer. Die Komplexität unterstützt auch ein sanfter, einjähriger Ausbau in mittelgrossen französischen Eichenfässern von 800 Litern. Gewinnt über einige Jahre an Finesse. Erhältlich unter anderem bei www.martel.ch



Neulancierung:

Die Appenzeller Druckerei aus Herisau lancierte ein neues Printprodukt. «de Herisauer» erschien erstmals am Mittwoch, 14. März, und ist ein Wochenmagazin, das sich ausschliesslich den Themen und Menschen aus Herisau widmet. Die Redaktion befindet sich in den Räumen der Appenzeller Druckerei an der Kasernenstrasse. Die Appenzeller Druckerei gehört zur Genossenschaft Druckerei Appenzeller Volksfreund und hat daher bereits Erfahrung in Bezug auf Printmedien: Sie publiziert den Appenzeller Volksfreund, das Anzeige-Blatt Gais-Bühler sowie für das Online-Newsportal «appenzell24.ch».

Nominiert:

Surp, Food Evolution, ServiceOcean, Mivital und OnlineDoctor heissen die Ostschweizer Jungunternehmen, die sich aus 26 Bewerbungen für die Endrunde des Startfeld Diamant, den Jungunternehmerpreis der St.Galler Kantonalbank, qualifiziert haben. Die Finalisten erhalten neben 5000 Franken Preisgeld auch Publizität und fachliche Unterstützung. Diese fünf Unternehmen entwickeln nun ihr Geschäftsmodell mit Experten weiter, und der Gewinner darf ein Preisgeld von 30 000 Franken erwarten.

Kopf des Monats:

Markus Bänziger, künftiger IHK-Direktor

Der Vorstand der IHK St.Gallen-Appenzell hat Markus Bänziger als Nachfolger von Kurt Weigelt gewählt. Markus Bänziger verfüge über eine breite berufliche Erfahrung in Führungspositionen von Dienstleistungs- und Industrieunternehmen. Unter anderem leitete er den Marktbereich Leben und Finanzen der Helvetia Versicherungen AG in Wien und wirkte als CFO der Forster Rohner AG. Heute führt Markus Bänziger die Helvetia Consulting AG, eine konzerninterne und -externe Anbieterin von Consulting Dienstleistungen der Helvetia Gruppe. Markus Bänziger wohnt in Teufen. Hier engagiert er sich als Vizepräsident des Gemeinderates und als Präsident der Finanzkommission. Der Vorstand der IHK St.Gallen-Appenzell ist überzeugt, dass Markus Bänziger mit seinen beruflichen und politischen Erfahrungen über alle Voraussetzungen verfügt, die IHK St.Gallen-Appenzell erfolgreich in die Zukunft zu führen. Mit der frühzeitigen Regelung der Nachfolge von Kurt Weigelt möchten Vorstand und Geschäftsleitung der IHK St.Gallen-Appenzell sicherstellen, dass die wirkungsvolle Arbeit der IHK St.Gallen-Appenzell der vergangenen Jahre eine Fortsetzung findet. Markus Bänziger wird seine neue Aufgabe am 1. November 2018 übernehmen. Bis Ende 2019 wird er dabei von Kurt Weigelt als persönlichen Mitarbeiter und bei Bedarf für besondere Projekte unterstützt.



Chefsessel:

An der Spitze des Verwaltungsrates von Raiffeisen Schweiz kommt es zu einem Wechsel: Der amtierende Verwaltungsratspräsident von Raiffeisen Schweiz, Prof. Dr. Johannes Rüegg-Stürm, hat sich entschieden, sein Amt per sofort niederzulegen. Pascal Gantenbein (Bild) wird den Verwaltungsrat von Raiffeisen Schweiz interimistisch führen. Gleichzeitig kündigt Raiffeisen Schweiz an, der Delegiertenversammlung vom 16. Juni 2018 in Lugano zwei neue Kandidaten zur Wahl vorzuschlagen: den 55-jährigen Wirtschaftsprüfer und Bankenexperten Rolf Walker sowie den 52-jährigen Unternehmer Thomas Rauber. Die beiden sollen die austretenden Verwaltungsräte Edgar Wohlhauser und Werner Zollinger ersetzen, die aufgrund der statutarischen Amtszeitbeschränkung demissionieren.

**Frühbucher-
Preis bis
31. März 2018**
www.personaltag.ch

14. Ostschweizer Personaltag
Donnerstag, 7. Juni 2018, St.Gallen
Olma Halle 2.1, 13.30 Uhr

Definieren. Transformieren. Revolutionieren.
Neue Impulse für couragierte Führung



Andreas Staub



Barbara Schaerer



Barbara Josef



Tobias Heinemann



Nicole Brandes

Patronat



Hauptsponsoren



Medienpartner



freicom.

Logistikbetrieb hat noch Kapazität!

- Lagerung, Umschlag, Bearbeitung
- Kommissionieren, verpacken, versenden
- Normal-, Regal-, Kühl-, Gefahrgutlager
- Transporte täglich schweizweit mit eigenen, modernen Fahrzeugen!
- Schöne Lagerräume und gute Infrastruktur!

Zertifiziert nach ISO 9001/22000 und Bio Suisse



Sehr zuverlässig, tadellos und preiswert!



8560 Märstetten
Tel. 071 658 60 75
www.hausammann-lagerhaus.ch
info@hausammann-lagerhaus.ch

Lager- und Transportlogistik vom Feinsten!



Suchen und finden. Kaufen und verkaufen. Die Schweizer Nachfolge Experten sind die Drehscheibe rund um den Handel mit Firmen. Übersichtlich, transparent, kompetent. Und vor allem: Unabhängig. Hier beginnt ein neues Kapitel in Ihrem Leben. Als Käufer oder Verkäufer.

ANGEBOTE

<p>Kathodischer Korrosionsschutz Zuverlässiger und dauerhafter Schutz von Tank- und Filteranlagen vor Kalkablagerung und Korrosion mittels Gleichstrom. 5 Mitarbeiter; Verkaufspreis: CHF 1'400'000; Region: Nordwestschweiz</p>	<p>Bewachung und Sicherheit Verkehrsmittelungen, Überwachungen aller Art, Entlastung der öffentlichen Ordnungskräfte. Verkaufspreis CHF 330'000; Region: Mittelland / Südostschweiz</p>
<p>Metallgewerbe Fertigung und Einbau mechanischer Teile (Drehen, Fräsen usw.) und Baugruppen. 10 Mitarbeiter; Verkaufspreis CHF 1'104'000; Region: Ostschweiz</p>	<p>Fitnessstudio Langjährig eingeführt, grosse Stammkundschaft, Standorte an bester Lage, hochrentabel. Verkaufspreis CHF 6'650'000; Region: Grossraum Zürich</p>
<p>Gartenbau Gartenbau, Gartenpflege, Friedhofspflege auf höchstem Niveau; Verkaufspreis auf Anfrage; Region: Ostschweiz</p>	<p>Bodenleger Bodenbeläge und Inneneinrichtungen, Planung und Umsetzung aus einer Hand, Verkaufspreis auf Anfrage; Region: Ostschweiz</p>
<p>Mobiles Massagestudio Mobile Massage am Arbeitsort, wiederkehrende Kunden, seit 30 Jahren erfolgreich, Verkaufspreis auf Anfrage; Region: Grossraum Zürich</p>	

KAUF-GESUCHE

<p>Firmen dringend gesucht in folgenden Bereichen: Recycling und Altstoffverwertung, Umwelttechnik, Kunststofftechnologie (Autozulieferer), Maschinenbau, IT und Software, Elektrotechnik, Elektronik, Gartenbau, Textil, Engineering</p>	<p>Investoren & Private suchen laufend: spannende, Schweizer KMU zum Verkauf</p>
--	---

Mehr Informationen unter: www.schweizernachfolge.ch
Kontaktieren Sie uns: +41 58 220 55 50 oder info@schweizernachfolge.ch

Die linke Seite:

Das persönliche Familienmodell leben können

Diese Kolumne schreibe ich am Internationalen Frauentag. Am Tag, an dem die Vereinbarkeit von Familie und Beruf für Frauen und Männer sowie gleiche Löhne für gleiche Arbeit an Veranstaltungen und in den Medien ein grosses Thema sind. Ist denn das immer noch nicht selbstverständlich?



Diese Frage habe ich mir auch gestellt. Schliesslich sind schon 25 Jahre ins Land gezogen, seit ich zusammen mit engagierten Männern und Frauen eine Arbeitsgruppe «Familie und Beruf» im Unternehmen, in dem ich damals arbeitete, gegründet habe. Ich war richtig stolz, dass auch Männer mitgemacht haben, die gerne ihr Pensum in der Erwerbsarbeit reduzierten wollten, damit sie mehr Zeit für die Betreuung ihrer Kinder investieren konnten.

Unser erstes Erfolgserlebnis konnten wir etwa nach einem Jahr feiern: Einer jungen

Mutter wurde ermöglicht, nach dem Mutterschaftsurlaub, der damals noch sehr bescheiden war und diesen Namen eigentlich gar nicht verdient hatte, in einem 30-Prozent-Pensum weiter im Beruf zu bleiben – und der Vater des Kindes, der im gleichen Unternehmen arbeitete, konnte seinen Beschäftigungsgrad auf 80 Prozent reduzieren.

Was wir damals als Dammbbruch in eine neue Familienzeit feierten, zeigte sich in der Realität des Alltags eher als gemächliches Tröpfeln und liess mich kürzlich wieder in die Realität zurückkehren. Ein junger Vater schilderte mir seine Situation: Mit Biegen und Brechen und sehr viel Überzeugungsarbeit bewilligte ihm sein Vorgesetzter nach der Geburt des ersten Kindes, den Beschäftigungsgrad auf 80 Prozent zu reduzieren. Dies nicht etwa mit einem Kompliment für diesen Schritt, sondern im Gegenteil: Er machte den frischgebackenen Vater klar darauf aufmerksam, dass damit seine Karrierechancen beerdigt seien.

Als ich das hörte, habe ich mich gefragt, in welchem Jahr wir leben? Ist es 2018 immer noch nicht selbstverständlich, dass Männer – auch in Kaderpositionen – ihre Kinder nicht nur zum Gutenachtkuss sehen, sondern in die Betreuung eingebunden sind und die Kinder aufwachsen sehen?

Vielleicht ist mein Beispiel eine Ausnahme. Ich glaube es aber leider nicht... Wachen wir endlich auf und ermöglichen wir Frauen und Männern, ihr persönliches Familienmodell zu leben und im Beruf am Ball zu bleiben. Wir haben es in der Hand, den schönen Worten auch Taten folgen zu lassen. Leben wir die Gleichberechtigung und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf für Männer und Frauen nicht nur am Tag der Frau, sondern das ganze Jahr.

Edith Graf-Litscher, SP-Nationalrätin, Frauenfeld

Die rechte Seite:

Überparteiliche Finanzpolitik

Es ist bekannt, dass der Kanton St.Gallen in den Steuerrankings keine Toprangierung vorweisen kann. Dies war der Grund, dass sich die SVP-Fraktion anlässlich des Aufgaben- und Finanzplans 2019 bis 2021 im Februar dieses Jahres für eine generelle Steuersenkung um 5 Prozent einsetzte.



Das bedeutet, dass die Regierung für die Budgetierung 2019 mit rund 55 Millionen (bei einem Budget von 5 Milliarden) weniger Steuereinnahmen rechnen müsste. Dies im Wissen, dass wir uns zurzeit in einer wirtschaftlich guten Situation befinden, was zusätzliche Steuereinnahmen generieren wird. Dieses Ziel war in greifbarer Nähe, nachdem die FDP bereits im vergangenen November ebenfalls dieses Ziel verfolgte. Noch klarer wurde es, als eine Mehrheit der Finanzkommission mit SVP- und FDP-Mitgliedern diese Reduktion anfangs Jahr beschlossen hat.

Mit Verwunderung mussten wir dann von einer kurzfristigen Kehrtwende der FDP Kenntnis nehmen. Noch grösser war die Überraschung, als SP, CVP und FDP einen gemeinsamen Antrag stellten, die Steuern ab 2020 für den Mittelstand zu senken. Dieser Antrag tönt sehr gut und ist auf den ersten Blick auch besser als eine pauschale Reduktion nach dem Giesskannenprinzip.

Ganz nach dem Sprichwort «Der Teufel liegt im Detail» merkte man schnell, dass es ganz unterschiedliche Auffassungen über die spezifische Steuersenkung gibt. Es hätte mich auch erschüttert, wenn die FDP eine SP-verträgliche Steuerpolitik verfolgen würde. Als SVP-Vertreter bin ich gespannt, mit welchen Rahmenbedingungen die Regierung eine entsprechende Vorlage ausarbeiten wird. Ob ein runder Tisch das passende Hilfsmittel ist, wird sich zeigen.

Die grossen Ausgaben werden in den nächsten Jahren sicherlich nicht abnehmen: 50 Millionen Stadttheater, 83 Millionen Gefängnis Altstätten, 128 Millionen Ausfinanzierung Pensionskasse, 1 Milliarde Spitalbauten usw.

Einige Projekte hat das Volk bereits bewilligt, andere stehen kurz bevor oder gehen in den nächsten Monaten in den parlamentarischen Prozess.

Es bleibt zu hoffen, dass wir diese Herausforderungen, zusammen mit allen exogenen Bereiche wie dem nationalen Finanzausgleich, der Steuervorlage 17 und vielem mehr, gemeinsam stemmen.

Michael Götte ist Gemeindepräsident von Tübach und Fraktionspräsident der SVP SG

Zwischen jungen Wilden und Traditionshäusern

St.Gallen war einst nicht nur das globale Zentrum der Textilindustrie, sondern auch die Hochburg des Schweizer Finanzwesens. Davon kann heute nicht mehr die Rede sein. Der Bankenplatz ist nichtsdestotrotz hochspannend, nicht zuletzt aufgrund jüngster Entwicklungen. Ein Streifzug.

Das Schweizer Fernsehen versprach viel – und löste nichts davon ein: Vor einem Jahr sollte eine zweiteilige Sendung die Gallsstadt als Bankenplatz vorstellen. Das Ergebnis war für jeden, der erhellende Einblicke in das Thema bekommen wollte, der blanke Hohn. Man erfuhr nichts darüber, wie sich die hiesigen Banken in den durchaus noch nicht völlig ausgestandenen Nachwehen der Finanzkrise schlagen, wie Regionalbanken im Schatten der Grossbanken ganz ohne Sonne aufblühen, wie Privatbanken St.Gallen für sich entdecken. Stattdessen wurden uns mehrere kurze Reportagen durch völlige Nebenschauplätze vorgeführt. So durften wir Zuschauer

kratzt, kommt mehr zum Vorschein, als uns hier präsentiert wurde.

Private und regionale

Zum Zeitpunkt der Sendungen hatte beispielsweise bereits die Privatbank Reichmuth & Co. ihre Zelte in St.Gallen aufgeschlagen. Das inhabergeführte Familienunternehmen ist ansonsten noch in Zürich, Luzern und München ansässig. Dass man sich ausgerechnet für eine Niederlassung in St.Gallen entschieden hat, ist ein wichtiges Signal. Das Bankhaus Jungholz wäre ebenfalls einen Blick wert gewesen: Die Tochter der Raiffeisenbank Reutte in Deutschland hat sich auf das Vermögensmanagement spezialisiert. Was hat die Bank damals bewogen, nach St.Gallen zu kommen – und wie positioniert sie sich heute, nachdem Vermögensverwaltungen zum Teil zu Recht, zum Teil aufgrund von Vorschussmisstrauen zeitweise in Misskredit geraten waren? Ein Thema, das dem freien Eltern-Kind-Malen in Herisau eigentlich hätte den Rang ablaufen müssen.

St.Gallen hätte sich aber auch angeboten, um dem Phänomen der Regionalbanken auf den Grund zu gehen. Sie sind die eigentlichen Profiteure der Negativschlagzeilen, unter dem vor allem die Grossbanken gelitten haben. Mit Acrevis, die vom Bodensee bis zum Zürichsee vor allem auf St.Galler Gebiet präsent ist, hätte sich ein perfektes Anschauungsexemplar geboten: Die Regionalbank setzt auf eine spannende Kombination aus digitaler Vorwärtsstrategie und persönlicher Beratung. In einem Pilotprojekt wird derzeit ein «Schalter der Zukunft» in Rapperswil ausgetestet. Ein Schalter ohne Personal, mit persönlicher Begrüssung via Screen und automatisierten Abläufen – aber immer mit der Möglichkeit, zu einer «echten» Person zu wechseln. Auch die Offensive im Private Banking mit dem neuartigen Anlagemodell Acrevis Spektrum hätte viel Stoff geboten, um aufzuzeigen, wie «Kleine» den Mitbewerbern mit viel grösseren Ressourcen die Stirn bieten. Und umgekehrt hätte es interessiert, was die besagten «Grossen» angesichts dieser Innovationen tun. Es ist anzunehmen, dass sie durchaus ihre Strategie haben.

Gerade für Unternehmen und ihre Bedürfnisse ist eine reichhaltige, vielfältige Bankenlandschaft von grossem Interesse.

mit einem Stadtarchivar in der Geschichte der Bank Wegelin wühlen (interessant, aber nicht ganz erhebelich), wir begleiteten eine Kaderfrau der Raiffeisen auf dem Weg zur Arbeit (inklusive Abschiedskuss vom Ehemann), wir hörten Franz Jaeger zu, wie er über den Mangel an ebensolchen Kaderfrauen in der Finanzindustrie sprach, und schliesslich durften wir noch einen Blick in den Tresorraum der Privatbank Notenstein La Roche werfen.

Im zweiten Teil dann der Höhepunkt: Rund um die St.Galler Kantonalbank wurden finanzrelevante Themen nur gestreift, der Hauptteil der Sendung drehte sich um das Engagement der Bank für das «Mallokal Herisau» das «Freies Eltern-Kind-Malen» bietet. Wir sahen putzige Kinder bei ihren künstlerischen Versuchen, flankiert von den vor Stolz platzenden Eltern. Das alles war rührend und herzerwärmend, aber kaum ein aktuelles Abbild des Bankenplatzes St.Gallen. Wer die beiden Sendungen gesehen hat, erhielt den Eindruck: Kein Wunder, dass der Puls der Finanzbranche nicht mehr hier schlägt. Schade eigentlich. Denn das Thema ist durchaus aktuell. Selbst wenn man nur an der Oberfläche

Fulminanter Start

Nicht anlasten kann man dem Schweizer Fernsehen, dass es den Markteintritt der Bank Cler, der ehemaligen Bank Coop, in St.Gallen nicht thematisiert hat – der erfolgte terminlich erst nach der informationsarmen Sendung. Nichtsdestotrotz ist die Sache spannend. Denn inzwischen hat die Bank mit einer ziemlich intelligenten und umfassenden Smartphone-App für diverse Dienstleistungen die Latte in diesem Bereich hochgelegt. Die Digitalisierung im Bankwesen verläuft rasant, und wer die entsprechenden Möglichkeiten intelligent nutzt, ist am Drücker. Keine reine St.Galler Geschichte natürlich, doch offensichtlich hat man mit Blick auf diese Offensive auch an diesem Standort vor, den Mitbewerbern ordentlich Kunden abzugeben.

Fulminant war der Startschuss der Bank mit dem etwas sperrigen Namen Bank CIC, einstmals Bank CIAL. Die Tochter einer französischen Bankengrup-

pe hat neun Standorte, darunter in St.Gallen, verschreibt sich dem kommerziellen Bankgeschäft und der Vermögensverwaltung – und sie hat offensichtlich etwas vor. Das zeigt sich in ihrer massiven Präsenz. Natürlich hat eine «neue» Bank einiges aufzuholen in Sachen Aufmerksamkeit, dennoch war (und ist) die geballte Werbekampagne der Bank CIC auf allen Kanälen bemerkenswert. Kaum ein Tag vergeht, an dem das Finanzinstitut nicht auf irgendeinem Kanal prominent präsent ist, vor allem auch online.

Dreiländereck als Vorteil

Ebenfalls noch recht jung ist die Geschichte der Vermögensverwaltung Julius Bär, die 2008 den Weg nach St.Gallen fand. Zufall war das keiner: Beim Markteintritt liess das Unternehmen wissen, man wolle von St.Gallen aus das Dreiländereck mit seiner «hohen wirtschaftlichen Dynamik» bearbeiten. Zudem ortete man vor allem in der Bodenseeregion

Raiffeisen: Was die Ausstrahlung als Finanzstandort angeht, ist es ein wichtiges Signal, dass die Zentrale in der Ostschweiz beheimatet ist.



eine Gegend mit einer «hohen Dichte an vermögenden Privatpersonen». Wohl aus denselben Gründen wurde ein Jahr später eine Niederlassung in Kreuzlingen gegründet, die aber 2015 geschlossen beziehungsweise in ein reines Büro umfunktioniert wurde, das Personal wechselte nach St.Gallen. Dieser Standort bleibe ein «wesentlicher Bestandteil der Schweizer Strategie», hiess es damals dazu. Dass unter dem Druck, die Finger von ausländischen Kunden und allenfalls nicht ganz koscheren Geldern zu lassen, der Fokus nun vermehrt auf Schweizer Kunden liegt, dürfte ein allgemeiner Trend sein.

Ebenfalls noch recht jung ist die Geschichte der Vermögensverwaltung Julius Bär, die 2008 den Weg nach St.Gallen fand. Zufall war das keiner.

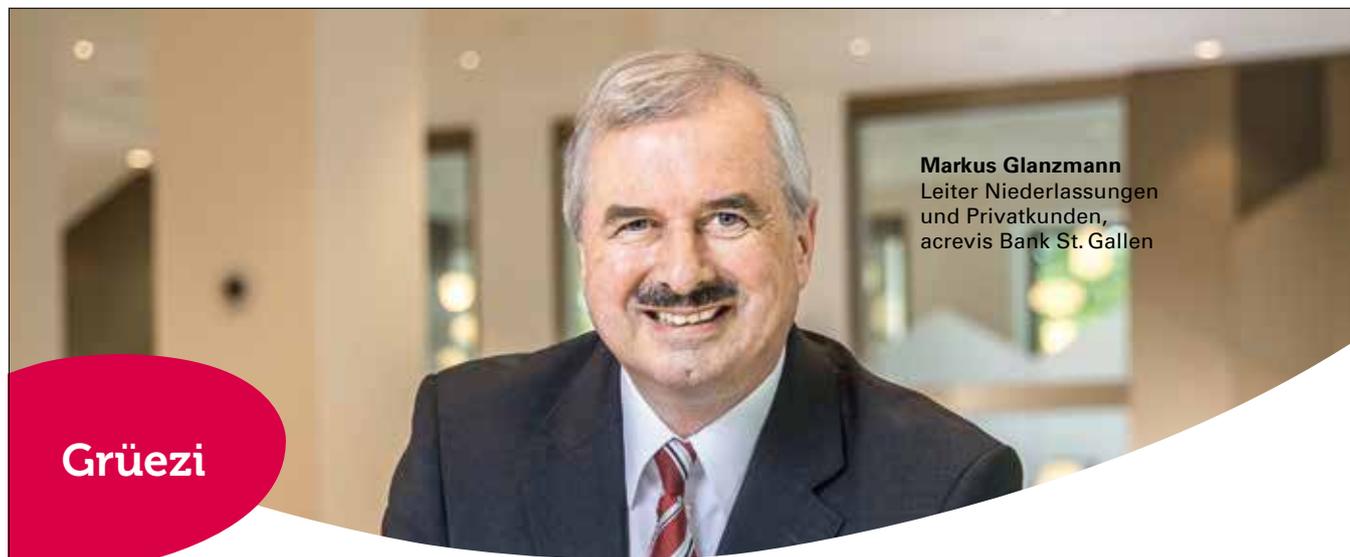
Was tun bestehende Banken, um die Aufmerksamkeit nicht ganz den «jungen Wilden» zu überlassen? Sie profitieren natürlich von ihrer Geschichte, ihrer Tradition und der Tatsache, dass man seine Bank nicht einfach mal so wechselt. Allerdings nimmt die Kundentreue erwiesenermassen ab, gerade Jüngere sehen es nicht ganz so eng mit dem Bund fürs Leben und wählen den Anbieter, der sie gerade am stärks-

ten anspricht. Raiffeisen St.Gallen setzte in diesem Winter auf Interaktion. In Kooperation mit dem St.Galler Start-up Advertima installierte die Bank an der Vadianstrasse in St.Gallen einen Screen mit intelligenter Software, die verschiedene Merkmale von Personen erkannte und so mit diesen in einen «Dialog» treten konnte. Eine spannende Spielerei, die auch benutzt wurde, um Mitarbeiter vorzustellen und so für Nähe zu sorgen.

Jubiläum als Plattform

Die St.Galler Kantonalbank hat mit ihrem 150-Jahre-Jubiläum 2018 eine Steilvorlage für eine erhöhte Präsenz. Entschieden hat man sich anstelle von gross angelegten eigenen «Kisten» für einen Austausch mit der Bevölkerung. Diese konnte Vorschläge für Jubiläumsprojekte einreichen. 338 waren es, 39 wurden ausgewählt, die nun bis Ende Jahr nach und nach umgesetzt werden. Für die SGKB entscheidend ist natürlich, dass sie mit ihren Aktivitäten bis in die hintersten Winkel des Kantonsgebiets ausstrahlt. Wie gut die Chance genützt wird und was davon hängen bleibt, wird sich erst im Nachgang zeigen. Apropos: Einem TV-Beitrag über den Bankenplatz St.Gallen hätte auch die 2014 erfolgte Übernahme der Bank Vadian durch die Kantonalbank gut angestanden. Für eine Geschichte rund um die ehemalige Bank der

Anzeige



Markus Glanzmann
Leiter Niederlassungen
und Privatkunden,
acrevis Bank St. Gallen

Grüezi

Ausschliesslich regional.

Wir beraten Sie engagiert, partnerschaftlich und kompetent in allen finanziellen Angelegenheiten – von Zahlungslösungen über Vorsorge bis zu Private Banking. Vereinbaren Sie noch heute einen unverbindlichen Beratungstermin unter Tel. 058 122 78 10.

acrevis Bank AG, Marktplatz 1, St. Gallen
www.acrevis.ch/st-gallen

acrevis
Ihre Bank, näher bei Ihnen

Ortsbürger wäre der Stadtarchivar ja bereits aufgetrieben gewesen...

Wer sich mit dem Bankenplatz im Kanton St.Gallen beschäftigt, kommt nicht um die nach wie vor existierenden kleineren Regionalbanken herum, beispielsweise die Alpha Rheintal Bank im Rheintal. Sie steht vor der Herausforderung, die immer komplexer werdenden Aufgaben durch die zunehmende Regulierungsdichte im Finanzwesen mit einem vergleichsweise kleinen Personalapparat zu bewältigen. Gerade mal sechs Standorte weist die Bank auf, was ihr ohne Frage eine hohe lokale Glaubwürdigkeit verleiht, aber gleichzeitig die Frage nach der kritischen Grösse aufwirft. Zu machen ist das auf lange Sicht wohl nur durch eine zunehmende Kooperationsbereitschaft in einzelnen Bereichen, ohne dabei zu viel von der Selbstständigkeit zu verlieren – ein Balanceakt.

Natürlich kann man nicht über den Bankenplatz St.Gallen sprechen, ohne das Thema Raiffeisen anzuschneiden.

Dachmarke für Regionalbanken

Beim Stichwort Kooperation muss der Name Clientis fallen. Das ist im Grunde in erster Linie eine Marke, denn Clientis vereint diverse Regionalbanken in der Schweiz unter einem Dach und versorgt sie gewissermassen mit dem Notwendigen, ohne dass besagte Banken ihre Eigenständigkeit völlig aufgeben. Ein spannendes Konzept, das wohl für die eine oder andere Kleinbank die Alternative zum Verkauf an einen grossen Mitbewerber darstellt.

Natürlich kann man nicht über den Bankenplatz St.Gallen sprechen, ohne das Thema Raiffeisen anzuschneiden. Dank ihr sind wir mit Blick auf die ganze Schweiz durchaus ein kleines Finanzzentrum, immerhin hat die Bank hier ihren Hauptsitz, und das nicht versteckt, sondern denkbar markant am «Roten Platz». Die dezentrale Philosophie der Raiffeisen macht es allerdings oft vergessen, dass ihr Herz in der Gallusstadt schlägt, denn jedes Dorf ist stolz auf seine Raiffeisen. Was die Ausstrahlung als Finanzstandort angeht, ist es dennoch ein wichtiges Signal, dass die Zentrale in der Ostschweiz beheimatet ist.

Zu behaupten, die Zeit stehe still auf dem Bankenplatz St.Gallen, wäre also verfehlt. Im Gegenteil: Bestehende Anbieter rüsten sich für die künftigen Herausforderungen, neue mischen den Markt auf. Das Ganze, so ist zu hoffen, zugunsten der Kundschaft und ihren Anliegen. Gerade für Unternehmen und ihre Bedürfnisse ist eine reichhaltige, vielfältige Bankenlandschaft von grossem Interesse. So wird es einfacher, den richtigen Partner zu suchen – beziehungsweise ihn bei Unzufriedenheit kurzerhand zu wechseln.

Text: Stefan Millius

Bild: Archiv

Ohne Verantwortung sind Werte nichts wert

Letztlich wurde ich in einer angeregten Diskussion gefragt, was Werte überhaupt wert seien. In unserem Unternehmen, wo die meisten Mitarbeitenden Mitaktionäre sind, liegt die Aufgabe von unserer Familie im Kern ja nicht nur darin, das langfristig notwendige Kapital sicherzustellen, sondern übergeordnet auch unsere familiären Werte zu wahren.

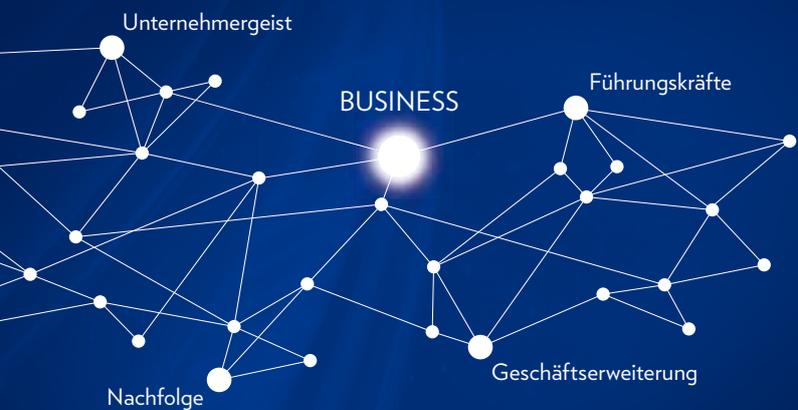


Erfolgreiche Leader verweisen meist auf ihr Glück, hervorragende Mitarbeitende um sich zu haben. Eine Anleitung, wie man das macht, bleibt meist deren Geheimnis. Ich bin überzeugt: Ein Grossteil hat mit der Kultur zu tun, auf der ein einzigartiger Spirit aufbaut. Während sich Strategien und Strukturen meist objektiv und rational begründen lassen, ist das bei der Unternehmenskultur schwieriger. Sie füllt die Lücke, welche Strategie und Struktur offen lassen. Klare Werte und ein gelebter Spirit fördern die Identifikation mit dem Unternehmen, strahlen auf den Umgang unter den Mitarbeitenden und Kunden aus und sichern die Kontinuität.

Wie gelingt es, eine starke Kultur zu verankern? In unserem Unternehmen verstehen sich Führungspersonen als Wegweiser, die wissen, dass sie in verschiedensten Bereichen auf Leute angewiesen sind, die mehr wissen als sie selbst. Solche Leute lassen sich für das Unternehmen begeistern, wenn sie Verantwortung tragen dürfen. Verantwortung beginnt dort, wo die Gewissheit aufhört. Die unbeschränkte Haftung in unserem Familienunternehmen widerspiegelt unser Risikoverständnis. Ein Wegweiser gibt die Richtung und die Leitplanken vor, pflastert den Weg aber nicht mit Weisungen zu. Die Übertragung von Verantwortung an Mitarbeitende scheint mir eine Notwendigkeit für Erfolg zu sein. Und bekanntlich ist nichts motivierender als Erfolg.

Ein kritisches Element ist allerdings das Ego der Einzelnen. Wird es zu gross, kann es negative Wirkung entfalten. Wohl dem, der weiss, dass einem Leader etwas Demut, Bescheidenheit und Bodenhaftung hilft. Der Griff nach der Sonne ist schon Ikarus zum Verhängnis geworden. Das gilt für alle Leader – egal in welcher Struktur und Rechtsform.

Christof Reichmuth ist unbeschränkt haftender Gesellschafter von Privatbankiers Reichmuth & Co.



juliusbaer.com/yourwealth

YOUR WEALTH

UNSERE PERSÖNLICHE FINANZBERATUNG BEGINNT MIT EINER FRAGE:

WAS IST IHNEN WICHTIG?

Julius Bär
YOUR PRIVATE BANK

Die Banken vor dem Schritt in die Zukunft

Wie sieht die Bank von morgen aus? Die fortschreitende Digitalisierung wirkt sich auch auf die Finanzwelt aus. Filialen auf dem Land werden geschlossen oder «unbemannt» geführt. Hinter den Kulissen arbeitet so gut wie jedes Finanzinstitut an den Modellen der Zukunft. Doch Online-Banking und Finanz-Apps werden die Präsenz vor Ort wohl auch mittelfristig nicht völlig ersetzen.

Der Mann oder die Frau hinter dem Schalter: Das ist das, was man als Kunde langläufig mit einer Bank assoziiert. Früher spielte sich die Begegnung getrennt von einer Glaswand ab. Heute sind die meisten Schalterhallen offen gestaltet, es sind eigentliche Begegnungszonen. Die Bedeutung des Bargelds am Schalter hat dank Bankomaten und Onlinebanking massiv abgenommen. Noch immer gibt es vor allem ältere Kunden, die ihre Einzahlungen auf diese Weise tätigen, aber ihre Zahl wird weiter sinken. Für viele Menschen, die doch noch den Weg zur Bank wählen, steht oft nicht die Transaktion an sich im Vordergrund, sondern der Austausch mit einem Gegenüber. Die Bank als Ort des sozialen Kontakts gewissermassen.

«Die physische Präsenz bleibt wichtig für die Ausstrahlung einer Bank.»

Kontakt verlagert sich

Damit völlig zu brechen, wäre für einen Anbieter gefährlich. Finanzfragen sind Vertrauenssache, und da zählt der persönliche Austausch. Er verlagert sich immer mehr in die Bereiche, in denen das Gespräch von Mensch zu Mensch zentraler ist, beispielsweise bei Hypotheken oder Anlagen. Aber auch hier ist die Technik spürbar im Vormarsch. Der Punkt, an dem die direkte Beratung unverzichtbar ist, existiert weiterhin, aber er hat sich nach hinten verschoben. Bei einzelnen Banken wie beispielsweise acervis kann man heute via Videotelefonie sogar sein Konto online eröffnen, ohne das Haus zu verlassen.

Deshalb spielen heute nur noch scheinbar die Angestellten am Schalter die Hauptrolle, weil sie die Banken sichtbar vertreten. Weit entscheidender für den Erfolg sind inzwischen Menschen hinter den Kulissen: Informatiker, Programmierer, Tüftler. Sie entwickeln im Zusammenspiel mit den Bankexperten Innovationen im Spannungsfeld zwischen früher und heute. Die Fragestellung lautet: Wie kann das Bankgeschäft effizienter, schneller und niederschwelliger werden,

ohne den direkten Kontakt zur Kundschaft zu verlieren? Die Kunden von morgen, die heutige Jugend, gehen spielerisch um mit den Möglichkeiten der Technologie, die Kunden von heute wollen sie selektiv nutzen, aber weiter die Option auf den persönlichen Austausch haben. Hier gilt es, die Balance zu wahren.

Regionale Besonderheiten berücksichtigen

Die Situation bietet gerade für selbstbestimmte Regionalbanken viele Chancen. Bei Grossbanken werden die wesentlichen Entscheidungen nicht vor Ort, sondern am Hauptsitz gefällt. Die örtlichen «Ableger» müssen den Kurs mittragen. Regionale Finanzinstitute hingegen können ihren Weg mit Blick auf regionale Besonderheiten wählen und massgeschneidert umsetzen. Gleichzeitig haben sie natürlich weniger Mittel – personell und finanziell für die Entwicklung neuer Tools. Das muss aber kein Hindernis sein, wenn die Idee gut ist.

Die Digitalisierung bietet Banken grosse Chancen, trägt aber ein Risiko mit sich. Die Verlagerung vom Schalter zum Onlinetool reduziert die Sichtbarkeit der Banken im öffentlichen Raum. Beim derzeit vielzitierten «Lädelerben» geht oft vergessen, dass es dabei nicht nur um den Detailhandel geht. Auch Banken sind ein Kumulationspunkt in Dörfern und Städten. Wo es früher hiess «Ich muss noch zur Post» oder «Ich geh noch zur Bank», reicht heute oft ein Blick aufs Smartphone im Zug. Der Entscheid für eine bestimmte Bank fällt auch, aber nicht nur aufgrund der technologischen Optionen, die dem Kunden geboten werden. Die Wahrnehmung des Anbieters spielt auch eine grosse Rolle. Die derzeitigen Vorkommnisse rund um Raiffeisen zeigen das eindrücklich. Physisch präsent zu sein, wird deshalb weiterhin wichtig sein für die Ausstrahlung einer Bank. Was im Innern passiert und wie stark die direkte Interaktion noch sein wird: Das bleibt abzuwarten. Mit der Bank aus unserer Kindheit wird es aber mit Sicherheit nicht mehr viel zu tun haben.

Text: Stefan Millius

Huber lädt zu Manufakturbesuch ein

Huber Fine Watches & Jewellery ermöglicht Ihnen einen exklusiven Einblick in die Welt der Schweizer Uhrenfabrikation. Neun berühmte Uhrenmanufakturen öffnen ihre Türen für Sie. Erleben Sie, wie die edlen Zeitmesser gefertigt werden. Eine exklusive und einmalige Reise zu Blancpain, Breguet, Breitling, Chopard, IWC, Jaeger-LeCoultre, OMEGA, Piaget und Vacheron Constantin erwartet Sie.

Seit 1928 in Vaduz

Der im Jahre 1900 im Berner Oberland geborene Jules Huber würde heute staunen: 1928 eröffnete Jules mit seiner Frau Wiggi aus Schaan ein Geschäft für Uhren, Gold- und Silberschmuck in Vaduz. Damit wurde der Grundstein für das heutige Unternehmen gelegt. Die Söhne Roland und Adrian bauten dieses weiter aus,

und Norman – Adrians Sohn – übernahm in den Achtzigerjahren die Geschäfte der beiden Brüder.

Vier exklusive Boutiquen in Liechtenstein, der Schweiz und Österreich

Heute ist Huber Fine Watches & Jewellery an vier Standorten in der Region präsent: im Vaduzer Städt-



le mit dem «Weissen Würfel», am Rathausplatz mit der «World of Watches», im Grand Resort in Bad Ragaz mit dem kleinen «Weissen Würfel» und im Wintersportort Lech am Arlberg mit dem Flagship-Shop Austria.

Kundenorientierung und Servicekultur

Bei hoher Kundenorientierung und gelebter Servicekultur werden alle Ansprüche erfüllt. Im modernsten Uhrenatelier arbeiten sieben qualifizierte Uhrmacher. Huber Fine Watches & Jewellery ist ausserdem für viele Uhrenhersteller Servicepartner.

Einzigartiges Markenportfolio

Neben den berühmtesten Marken wie Patek Philippe und Rolex werden über 20 der wichtigsten Uhren und Schmucklabels angeboten.



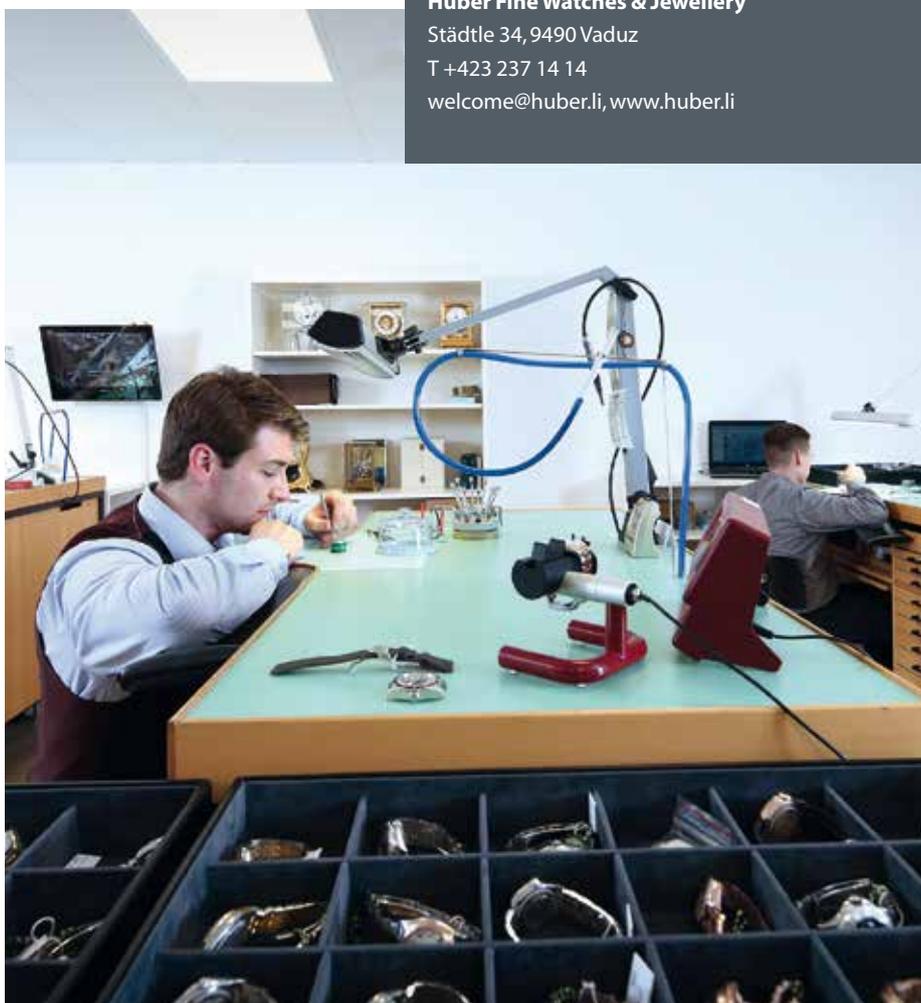
Gewinnen Sie einen Manufakturbesuch

Blancpain, Breguet, Breitling, Chopard, IWC, Jaeger-LeCoultre, OMEGA, Piaget und Vacheron Constantin – diese neun berühmten Uhrenhersteller stehen für höchste Handwerkskunst, verbürgte Qualität und Exklusivität. Zum 90-jährigen Bestehen von Huber Fine Watches & Jewellery in Vaduz öffnen diese Uhrenmarken ihre Produktionsstätten für Sie. Gewinnen Sie einen unvergesslichen Besuch bei einer dieser Manufakturen.

Anmeldungen unter:
www.manufakturbesuche.li

Huber Fine Watches & Jewellery

Städtle 34, 9490 Vaduz
 T +423 237 14 14
welcome@huber.li, www.huber.li



«Das Wissen ist vorhanden, man muss es nur anwenden»

Als eine der grössten Anbieterinnen von Managementseminaren hat sich die St.Galler Business School in den vergangenen Jahrzehnten im gesamten deutschsprachigen Raum einen Namen gemacht. Geführt wird sie seit bald einem Vierteljahrhundert von Dr. Christian Abegglen, geschäftsführender Direktor und Präsident des Verwaltungsrats. Im Gespräch sagt er, wo das Erfolgsrezept seines Instituts liegt, wie seine Dozenten Wissen vermitteln und warum man Management nicht neu erfinden muss.

Christian Abegglen, Sie sind seit 1994 geschäftsführender Direktor der St.Galler Business School (SGBS). Ihre Aufgabe haben Sie also sehr jung, mit rund 30, angetreten. Wie kam es dazu?

BWL hat mich schon sehr früh begeistert, spätestens seit den damals in Gymnasien durchgeführten Unternehmensplanspielen. Die Uni St.Gallen dann das klare Ziel, dort hatte ich das Glück, einigen hervorragenden Hochschullehrern zu begegnen. Erste didaktische Erfahrungen als Student an Berufsschulen vermochten das Interesse weiter zu steigern. Nach

siert, zum andern tummeln sich eine Vielzahl von Anbietern auf dem Markt, die nur dank Subventionen überhaupt überleben oder sich selbst in die Tasche lügen. Insofern sind die Herausforderungen genauso gross wie in den Anfängen. Genauso wie damals reizt mich die Frage: Wie kann man eine langfristig lebensfähige, funktionierende, auf inneren Werten basierende Institution, die sich permanent gleichsam selbst erneuert, schaffen? Das hat viel mit den dort tätigen Menschen zu tun, diese benötigen einen grossen Fundus an inhaltlichem, methodischem und verhaltensspezifischem Wissen. Wo Menschen dann mit solchem Wissen, gepaart mit der richtigen Haltung, Kreativität und Innovation um die Zukunft ringen, dort hat für mich seit jeher die Musik gespielt, dort wird es spannend. Diese Menschen auf ihren Exkursionen in eine gestaltbare Zukunft zu begleiten, gleichzeitig selbst ein Unternehmen, eine Business School, weiter zu entwickeln, eine Zukunft zu gestalten – das Unternehmerische begeistert mich seit eh und je.

Was haben Sie bei Ihrem Antritt an der SGBS vorgefunden?

Die Arbeiten von Ulrich, Bleicher und ihren Kollegen – die einstigen Koryphäen der HSG – waren ein bahnbrechender Absprungpunkt für die damals erklärte Idee einer privaten Business School; notabene zu einer Zeit, in der damals noch kaum jemand mit dem Begriff umzugehen wusste. Die intellektuelle Verheiratung von Theorie und Praxis im Rahmen hochspannender Beratungsprojekte sowie die Weiterentwicklungen des St.Galler Konzepts «Integriertes Management» gaben grossen Rückhalt. Im Mittelpunkt standen die Entwicklung optimaler Seminarkonzepte und in der operativen Umsetzung dann, die Seminarteilnehmer so zu begeistern, dass diese als Multiplikatoren wirken.

«Wer den künftigen Kurs nicht kennt, kann sein Unternehmen auch nicht manövrieren.»

gelungenem Praxiseinstieg zog es mich bald wieder in die Ostschweiz, genauer in das Management-Valley St.Gallen. Dort herrschte damals Aufbruchstimmung: Das damalige Managementzentrum von Fredmund Malik hatte sich einige Jahre vorher aus der Uni St.Gallen heraus privatisiert; aus diesem Netzwerk um Malik herum entstanden wiederum eine Reihe hochkarätiger Beratungsgruppen und Ausbildungsinstitutionen. Mit dem «Konzept Integriertes Management» von Prof. Dr. Knut Bleicher – dem Nachfolger von Prof. Dr. Hans Ulrich – im Rucksack und hochkarätigen Mentoren und Vorbildern brauchte es dann wenig Überredungskunst, den Schritt in die professionelle Managementausbildungsbranche zu wagen und die St.Galler Business School quasi als neuen Spin-off zu entwickeln.

Was hat Sie damals – und wohl auch noch heute – besonders an dieser Aufgabe gereizt?

Die Branche ist inzwischen natürlich «reif» geworden, hat sich zum einen hochgradig professionali-

Christian Abegglen:

**«Als Kämpfer gegen
den organisierten Stillstand
plädiere ich für
permanente Bewegung.»**



Wie hat sich die SGBS seither entwickelt?

Dank der sehr frühen Erkenntnis von Knut Bleicher, zuletzt besonders auch während seiner Zeit als Wissenschaftlicher Leiter an der SGBS, dass sich eine Unternehmung als Teil eines virtuellen Netzwerks zu sehen habe, ist das «Integrierte Konzept» natürlich nach innen und nach aussen nach wie vor die zentrale Säule der SGBS. Denn gegenüber ständig neuen Methoden und Erkenntnissen sind wir skeptisch, Management ist definitiv erfunden, es braucht nicht ständig neue inhaltsleere Begrifflichkeiten. Insofern setzen wir auf solide, klassische Inhalte: Wissen ist genug vorhanden, nur müsste es eben auch angewandt werden. Es gilt heute somit, Führungskräften aufzuzeigen, wie sie in ihrem Netzwerk, in ihrem Team, mit Mitarbeitern aus einfachen täglichen Problemen und Ideen heraus Optimierungen und Weiterentwicklungen am Unternehmen vornehmen können, und zwar so, dass tatsächlich jeder Angestellte mitzieht. Diese Umsetzungskraft zu schaffen, hier sehen wir heute unseren Anspruch wie auch unsere Kompetenz.

«Wir gelten in der Managementausbildung von erfahrenen Führungskräften als Wegbereiter.»

Und wo steht die SGBS heute?

Wohl wegen dieser Umsetzungsorientierung hat sich die SGBS in den letzten 25 Jahren sehr gut entwickelt, und wir zählen mit Stolz heute zu den renommiertesten Anbietern von Managementseminaren für Führungskräfte im deutschsprachigen Raum und zunehmend auch darüber hinaus. Auch im Beratungsgeschäft auf höchstem Niveau haben wir uns einen ausgezeichneten Ruf erarbeitet, gerade bei inhabergeführten mittelständischen Unternehmen. Es ist uns gelungen, auf wissenschaftlicher Seite und auch in der Wirtschaft ein hochleistungsfähiges Partnernetzwerk in den umliegenden Ländern aufzubauen. Zudem legen wir bei unserem stetig wachsenden Dozentenstab allerhöchsten Wert auf theoretisch fundierte und umfassende praktische Erfahrung. Vor mehr als 25 Jahren wurden wir anfangs natürlich belächelt, dann mit zunehmendem Erfolg gerade von Vertretern staatlich getragener Institutionen kritisch beäugt, nach dem Motto: Wie kann eine kleine, privat getragene Institution derart effektiv hohe Qualität bieten? Das hat sich inzwischen gelegt, Wettbewerb ist heute akzeptiert, selbst unter staatlichen Schulungsanbietern ist heute Konkurrenz normal.

Sie haben es angesprochen: Sie sind in Ihrem Segment nicht die einzigen Anbieter. Wie unterscheidet sich die SGBS von anderen?

Wir gelten in der Managementausbildung von erfahrenen Führungskräften als Wegbereiter eines ganzheitlichen, praktisch anzuwendenden Füh-

rungsverständnisses – zur Führung von grösseren und kleineren KMU sowie von Konzernen, aber auch blossen Business Units oder Abteilungen. Im Vordergrund stehen bei uns unsere Seminarteilnehmer. Das heisst, bereits in der Praxis tätige Führungskräfte zu befähigen und zu trainieren, wie diese aus Ihrem Wissen heraus zusammen mit Mitarbeitern Konzepte und Ideen, also Geschäfte, entwickeln können, welche die Kunden später zu begeistern vermögen. Dafür braucht es inhaltliches und methodisches Wissen, genauso wie Führungs-Kraft und Umsetzungs-Kraft. Das vermitteln und trainieren wir, losgelöst von irgendwelchen Powerpoint- oder Beamer-Organen. Insofern dürfen wir nicht mit einer «Schule» im engeren Sinne verwechselt werden, wo in Tat und Wahrheit nach wie vor meist auf eine wenig empfängerorientierte Art und Weise inhaltliches Wissen vermittelt wird. Entsprechend haben wir sehr wirkungsvolle didaktische Formate entwickelt, um Führungskräfte zu befähigen, Menschen und Unternehmen voranzubringen.

Welche Rolle spielen dabei die Wissensvermittler, die Sie einsetzen?

Die St.Galler Business School setzt nur Dozenten und Trainer ein, die mit langjähriger Praxis- und Dozenerfahrung die Teilnehmer zu begeistern vermögen und eine gleichbleibend hohe Seminarqualität garantieren. Diese Qualität zeigt sich zudem in der Akzeptanz unserer Seminare bei Anrechnung an akademische Programme bei unseren Partnern im Ausland, mit denen wir akademische MBA-Programme durchführen. Durch die Evaluation jedes einzelnen Seminars und jedes einzelnen Dozenten war von Anfang an sichergestellt, dass nur jene Dozenten mit den besten Teilnehmerbewertungen für die Wissensvermittlung der SGBS verantwortlich sind. Die meisten unserer rund 40 Kern-Dozenten sind seit mehr als zehn Jahren an Bord.

Und wie beurteilen Sie den Stellenwert der Schule für den Wirtschaftsstandort als Ganzes und die hiesigen Unternehmen?

Durch eine dem Wettbewerb verpflichtete Vielfalt von Seminar- und Beratungsgesellschaften ist St.Gallen heute zu einem «Management-Valley» geworden, mit entsprechend grosser volkswirtschaftlicher Bedeutung. Das Neben- und Miteinander von Universität, Fachhochschulen, privaten Schulungsanbietern und Consultingfirmen hat zu einer sich gegenseitig befruchtenden Vielfalt der Wissensverbreitung und -vermittlung in der Tradition der systemorientierten, ganzheitlichen und integrierten St.Galler Managementlehre geführt. Die SGBS hat in den letzten 25 Jahren Tausende Führungskräfte, davon rund 70 Prozent aus Deutschland, 30 Prozent aus der Schweiz und dem internationalen Raum, im Rahmen von drei- bis zwanzigtägigen Seminaren geschult und trainiert. Die Trainings finden in der

ganzen Schweiz statt, mit klarem Schwerpunkt Ostschweiz. Insofern haben wir sicher auch viel für die Vernetzung Schweiz-Deutschland geleistet und viel zum Bekanntheitsgrad von St.Gallen im nahen Ausland beigetragen.

Welche zentralen Herausforderungen werden in Zukunft auf Unternehmen, Unternehmer und Führungskräfte zukommen? Und welche Schlüsselqualifikation wird langfristig besonders wichtig sein?

Zur Handhabung von Komplexität kommt die Beschleunigung im digitalen Zeitalter hinzu: Komplexität wird seit Langem beklagt. Statt mit ihr adäquat umzugehen, steht das Bekämpfen unzähliger einzelner Symptome auf der Tagesordnung vieler Manager. Das ist zu kurz gedacht. Dabei liefert der ganzheitliche Ansatz des St.Galler Management-Konzepts den Gestaltungsrahmen, vor allem auf der

«Wer den künftigen Kurs nicht kennt, kann sein Unternehmen auch nicht manövrieren.»

normativen und strategischen Ebene. Was hinzukommt: Viele Führungskräfte stehen im operativen Geschäft nun vor echtem Neuland, sei es durch Digitalisierung oder Vernetzung. Das ist vergleichbar mit der Zeit vor mehr als hundert Jahren. Wer den künftigen Kurs nicht kennt, kann sein Unternehmen auch nicht manövrieren. Gut beraten ist also, wer zur effektiven Unternehmensführung und -entwicklung auch auf altbewährte Methoden zurückgreift, die für Kopf- und Bauchentscheider gleichermaßen geeignet sind. Eine der Schlüsselqualifikation lautet Iteration, also Wiederholung: Durch iterative Prozesse gewinnen Manager Selbstüberzeugung und die nötige Vermittlungskompetenz. Wer darüber verfügt, erreicht Ergebnisse, die alle Beteiligten akzeptieren. Als Kämpfer gegen den organisierten Stillstand plädiere ich für permanente Bewegung.

Interview: Stefan Millius

Bild: Stéphanie Engeler

Zur Person

Dr. Christian Abegglen (*1963) ist im Berner Oberland aufgewachsen. An der Universität St.Gallen absolvierte er das Studium der Wirtschaftswissenschaften. Neben seiner Funktion als Direktor der St.Galler Business School ist er seit vielen Jahren als Trainer und Berater namhafter Unternehmen tätig und sorgt als Präsident der Gesellschaft Integriertes Management für eine kontinuierliche Weiterentwicklung des St.Galler Konzepts.

Mehr Informationen unter www.sgbs.ch.

Von der Arztgehilfin zum Doktor

Stetige Weiterbildung zieht sich wie ein roter Faden durch den Werdegang von Dr. scient. med. Esther Granitzer.

Ein Leaderinnen-Porträt



Nach der Sekundarschule absolvierte sie eine Arztgehilfenschule und sammelte in einem Regionalspital erste Erfahrungen in der Spitaladministration, im Labor, im OP und auf der Station. Die medizinischen Kenntnisse erweiterte sie durch Tätigkeiten in einem Blutspendelabor, einem mikrobiologischen Institut und durch weitere Ausbildungen und Anstellungen im Bereich Transplantationsmedizin und im Rettungsdienst.

In ihrer klassischen Schulmedizin-Laufbahn fehlte Granitzer jedoch die ganzheitliche Betrachtungsweise, in dem der Mensch und nicht nur der Patient und sein Krankheitssymptom im Vordergrund steht. Diese Erkenntnis war der Grundstein für den Entscheid berufsbegleitend eine 4-jährige Fachausbildung in Naturmedizin zu absolvieren, der im Jahre 1995 die Approbationsprüfung folgte. Nach zwei Assistenzjahren in einer Klinik für Ganzheitsmedizin folgte im 1997 die Eröffnung der eigenen Praxis in St.Gallen.

Trotz gut frequentierter Sprechstunde wollte Granitzer sich weiterentwickeln und ihren Patienten einen medizinischen Mehrwert bieten. So absolvierte sie zuerst die gymnasiale Erwachsenenmatura, um dann ein universitäres Masterstudium zu beginnen. Diese schloss sie mit einem MSc in Complementary, Psychosocial and Integrated Medicine (summa cum laude) ab. Wegen zahlreicher Publikationen und einem beispiellosen Leistungsausweis wurde Esther Granitzer ein Studienplatz im Doktoratsstudium einer Universität angeboten, welches sie mit dem Titel «Doktor der medizinischen Wissenschaften» (cum laude) abschloss.

Neben ihrer Praxistätigkeit als Komplementärmedizinerin absolvierte Dr. scient. med. Esther Granitzer ein Corporate Governance-Aufbaustudium für Verwaltungs- und Stiftungsräte an der Swiss Board School an der Universität St.Gallen. Seitdem ist sie in verschiedenen Vorständen und Ausschüssen im Bereich Bildung und Real Estate und als Vizepräsidentin im Stiftungsrat einer gemeinnützigen Wohnförderungs-Organisation tätig. Sie findet neue Aufgaben im Bereich Verwaltungs- & Stiftungsrat äusserst spannend.



Wie Innovation entsteht und wie Industrie und Gewerbe davon profitieren.

INNOVATIONEN
FÜR PRODUKTE
UND VERFAHREN

KERTHEMA

Machen Sie das
Thema Innovation
zur Chefsache.
Es sollte Teil Ihrer
Firmenstrategie
sein.

Wer mit seinem Unternehmen nachhaltig erfolgreich bleiben will, muss sich um Innovationen kümmern. Oft sind Produkte- oder Prozess-Innovationen schon greifbar nahe. Sie müssen nur entdeckt werden. Innovation im ökonomischen Sinn bedeutet etwas Neues entwickeln, das dem Unternehmen und/oder seinen Kunden Mehrwerte bringt.

In den RUZ Standorten treffen sich Unternehmerinnen und Unternehmer in Innovationsfragen auf Augenhöhe. Im Austausch mit den RUZ Begleitern geht man systematisch und zielgerichtet vor, um Produkte- oder Prozess-Erneuerungen ins Rollen zu bringen. Wer den Mut hat, innovative Schritte zu machen und bereit ist, auch aus Fehlern zu lernen, ist im RUZ am richtigen Ort, um Innovationsthemen anzugehen. Andreas Schlegel, RUZ Begleiter für Innovation sagt uns, wie es läuft.



Die RUZ InnoBox mit System und Agilität

Das RUZ Innovations-Management umfasst alle Massnahmen, um durch Neues und dessen Nutzen echte Mehrwerte zu schaffen. Man fördert Innovation agil und systematisch, um Produkte zu optimieren, neue Prozesse zu generieren oder neue Geschäftsmodelle zu schaffen. Vielfach scheuen sich kleinere KMU davor, in Innovation zu investieren, weil sie denken, dass sei zu teuer oder zu zeitintensiv. Oder sie möchten innovieren, sind aber mit der Vielfalt an Beratungsangeboten und Experten überfordert. Das Angebot im RUZ ist für Unternehmer von Unternehmen aus Industrie und Gewerbe ideal. Man tauscht sich ganz praktisch auf Augenhöhe aus und hat ähnliche Anliegen. Zum Beispiel:

- Mit innovierten Produkten neue oder bestehende Märkte erobern
- Mit verbesserten Produkten oder Dienstleistungen die Mitbewerber übertrumpfen
- Neue Geschäftsmodelle entwickeln und auf diese Weise neue Einnahmequellen generieren
- Interne Abläufe optimieren und dabei Kosten sparen

Innovationen sind nicht Luxus, sondern Pflicht

Innovation ist Chefsache. Es ist die Aufgabe zukunftsorientierter Unternehmer, sich um Erneuerungen zu kümmern und Ideen zu suchen, die Verbesserungen und Mehrwerte bringen. Innovieren ist ein permanenter Prozess. Auch dann, wenn es gut läuft. Man muss dazu ab und an aus seiner Komfortzone ausbrechen und mit sachlichem Hinterfragen beginnen. Dabei geht es nicht primär um Geld. Innovation funktioniert nämlich auch mit kleinem Budget.

Zuerst geht es um inspirierende Impulse. Auch hier setzt die RUZ InnoBox an. Im Austausch mit gleichgesinnten Unternehmern kommen neue und unerwartete Aspekte ins Spiel. Eine spannende Aussensicht entwickelt sich. Trends und Chancen werden identifiziert. Das ist die Basis für eine erfolgreiche Innovationsstrategie. Dann geht es um die konkretere Ideenausarbeitung, um Innovationskultur im Unternehmen, um die Rollenverteilung und um Entscheidungsstrukturen, etc. Im RUZ wird Unternehmerinnen und Unternehmern aufgezeigt, wie Innovation entsteht und wie man sie gewinnbringend fördern kann. Erfahrungsgemäss verdoppelt sich die Chance, erfolgreich zu innovieren, wenn der Austausch mit Dritten im Prozess integriert ist.



«Innovationen sind für Unternehmen überlebenswichtig. Sie entstehen da, wo die Menschen aus ihren Komfortzonen ausbrechen und sich kritisch hinterfragen. Das funktioniert auch mit kleinen Budgets.»

Andreas Schlegel, RUZ Begleiter für Innovation

Seit seinem Studium unterstützt Andreas Schlegel Unternehmen in Innovationsprozessen. Er engagiert sich in der Start-up-Welt und ist selbst Unternehmer. Innovation und Unternehmertum sind für ihn die relevanten Treiber des Erfolges. Als RUZ Begleiter für Innovation gibt Andreas Schlegel heute seine grosse Erfahrung im RUZ weiter.

Fehler machen gehört dazu und wird fast immer belohnt

Das Scheitern einer Idee führt oft zu einem besseren Ansatz. So war es auch bei der Geburt der Nespresso-Kapseln. Der Entwicklungsprozess war voller Stolpersteine und dauerte 15 Jahre, bis die Idee von Eric Favre zum weltweiten Erfolg wurde. Um Innovations-Entwicklung in KMU und Gewerbe so effektiv und effizient wie möglich zu gestalten, gehen die RUZ Experten beim Innovations-Prozess systematisch, aber agil und schrittweise vor. Funktioniert etwas nicht, geht man einen Schritt zurück und korrigiert umgehend.

Folgende Projekte wurden unter anderem von Andreas Schlegel begleitet:

Praxisbeispiel einer Produkt-Innovation bei Coop

Hier ging es um die Überarbeitung der Verpackung eines Fertigsalates unter Beibehaltung der Produktionsprozesse. Durch die Innovation einer neuen, stark optimierten Schalenform mit Mehrfachnutzen konnten Material- und Transportmengen um je einen Drittel gesenkt und die Handhabung für die Konsumenten zusätzlich optimiert werden. Rasch verbesserten sich die Verkaufszahlen, die Investitionen konnten in Kürze amortisiert und die Verpackungs- und Transportkosten nachhaltig gesenkt werden.

Ein topaktuelles Beispiel einer Prozess-Innovation in einem Industriebetrieb

Für ein KMU aus der Metallindustrie mit über 100 Mitarbeitern wurden Prozessschritte und Schnittstellen in mehreren RUZ Werkstätten erfasst und kritisch hinterfragt. Überrascht über die Tragweite der gemeinsam erarbeiteten Optimierungs-Möglichkeiten werden die Beteiligten die neuen Prozesse nun Schritt für Schritt umsetzen. Sind diese einmal eingeführt, werden sie wo immer möglich digitalisiert. Papier, Kosten und Fehlerquote werden gesenkt. Die Innovation wird gegen aussen spürbar. Die Kundenzufriedenheit steigt.

Der erste Schritt zu Innovation in Ihrem Betrieb: Das RUZ Unternehmengespräch.

Nutzen Sie die Gelegenheit für ein kostenloses Unternehmengespräch im Raiffeisen Unternehmerzentrum Gossau. Das zukunftsweisende Gespräch wird Ihnen gesponsert von RAIFFEISEN. www.ruz.ch

Jetzt buchen:
Kostenloses Unternehmengespräch!

Anmeldung unter:
071 388 62 00



Der Anwalt der Wirtschaft in der Verwaltung

Seit August 2016 leitet er das Amt für Wirtschaft und Arbeit des Kantons Thurgau. Wieso es einen Rechtsanwalt in diese Funktion zieht und wo er in den ersten rund eineinhalb Jahren die Schwerpunkte setzte, erklärt Daniel Wessner im Gespräch mit dem LEADER.

Daniel Wessner, Sie haben an der HSG studiert und im Jahr 2000 das Rechtsanwaltspatent erlangt. Was war es, das Sie 16 Jahre später zum Amt für Wirtschaft und Arbeit führte?

Die Leitung des AWA ist für mich aus verschiedenen Gründen eine Wunschfunktion: Die Aufgaben an der Schnittstelle zwischen Wirtschaft, Politik und Verwaltung sind äusserst vielseitig und spannend. Ich pflege engen Kontakt mit allen Akteuren der Wirtschaft – vom Unternehmer über den Manager bis zum Gewerkschafter. Das Aufgabengebiet reicht von der Wirtschaftsförderung bis zur Baustellenkontrolle, von der Integration von Stellensuchenden bis zur Begleitung grosser Ansiedlungsprojekte. Es umfasst die Entwicklung touristischer Angebote ebenso wie

mir, unsere Ermessensspielräume richtig einzuschätzen und diese zugunsten der Wirtschaft zu nutzen. Ausserdem ist es in meiner Position sicher ein Vorteil, als Jurist auch in schwierigen Situationen verhandlungserprobt zu sein.

Welches Bild von der Thurgauer Wirtschaft, von ihrer Innovationskraft, hatten Sie vor Ihrem Amtsantritt?

Der Thurgau stellte für mich ein Wirtschaftsstandort dar, der sich durch eine vielfältige, bodenständige und solide KMU-Kultur, eine grosse Branchenvielfalt und viele Produktionsarbeitsplätze auszeichnet. Ausserhalb der Ostschweiz gelten diese Unternehmen vielleicht nicht unbedingt als innovativ.

«Es ist mir wichtig, dass wir im AWA jederzeit für die Anliegen unserer Unternehmen offen sind.»

die Streitbeilegung zwischen Sozialpartnern. Ausserdem handelt es sich um eine sehr reizvolle Aufgabe, wenn man 200 Mitarbeiter mit unterschiedlichsten Ausbildungen und beruflichem Hintergrund führen darf.

Müssen Sie sich in der neuen Funktion nun weniger mit Paragrafen und mehr mit branchenspezifischen Anliegen herumschlagen? Und inwiefern hilft Ihnen bei dieser Tätigkeit Ihr Background als Rechtsanwalt?

Tatsächlich treten die unterschiedlichsten Anspruchsgruppen mit ihren Anliegen, Wünschen und Forderungen an mich heran. Diese Gespräche sind herausfordernd, werden allerdings in der Regel hart in der Sache, aber anständig im Ton geführt – typisch ostschweizerisch eben. Es ist mir wichtig, dass wir im AWA jederzeit für die Anliegen unserer Unternehmen offen sind. Ich interpretiere meine Rolle durchaus auch als Anwalt der Wirtschaft in der Verwaltung. Wir leben in einer immer stärker regulierten Welt: Meine frühere Erfahrung als Rechtsanwalt hilft

Hat sich das Bild inzwischen verändert?

Ja. Es gibt viele «Hidden Stars», Unternehmen, die zwar wenig bekannt sind, die aber schweizweit, europaweit oder gar weltweit zu den Marktführern gehören. Zahlreiche Unternehmen haben sich früh auf ihre Stärken konzentriert und werden äusserst umsichtig geführt. Dadurch haben sie die letzten Herausforderungen – insbesondere die Frankenstärke – sehr erfolgreich bewältigt. Viele Unternehmen sind inhabergeführt. Im Gegensatz zu börsenkotierten Gesellschaften denken, planen und handeln sie mit einem längerfristigen Horizont.

Mit welchen Anliegen und Forderungen werden Sie in erster Linie «bombardiert»?

Das umfasst das ganze politische Spektrum: Die Gewerkschaften fordern weitere Massnahmen gegen Lohndumping, die Wirtschaftsverbände Abbau von Bürokratie. Auch die Parteien kommen immer wieder mit Ideen und Anliegen auf mich zu. Ich empfinde diese Gespräche als befruchtend und spannend. Sie zeigen, dass unser politisches System und unsere einzigartige Schweizer Kultur des Dialogs zwischen Staat, Verwaltung und Privaten funktionieren. Und natürlich gibt es auch immer wieder verschiedenste Anliegen von einzelnen Betrieben, Institutionen und Privaten.



Daniel Wessner:

**«Die Wirtschaft
wird dem Staat und
der Verwaltung
immer voraus sein.»**

Gibt es Bereiche, die nach erhöhter Aufmerksamkeit verlangen?

Viele. Wir müssen darauf achten, unsere attraktiven Rahmenbedingungen weiter zu verbessern. Dabei geht es sowohl um erstklassige Infrastrukturen, Ausbildungsmöglichkeiten und Verkehrsanbindungen sowie auch um tiefe Steuern und Abgaben. Die Anszahlungen der letzten Jahre sprechen hier eine deutliche Sprache. Und: Für unsere Unternehmen wird in den nächsten Jahren die Verfügbarkeit von qualifizierten Fachkräften eine grosse Herausforderung sein. Hier sind Staat und Wirtschaft gefordert, gemeinsam gute Lösungen zu finden.

«Für unsere Unternehmen wird in den nächsten Jahren die Verfügbarkeit von qualifizierten Fachkräften eine grosse Herausforderung sein.»

Volkswirtschaftlich gesehen hat die Ostschweiz zudem einen gewissen Nachholbedarf in der Schaffung von wertschöpfungsreichen und hochqualifizierten Arbeitsplätzen.

Exakt. Zu viele gut qualifizierte Arbeitnehmer pendeln heute nach Zürich oder wohnen gar dort. Politisch müssen wir das Verhältnis mit der EU klären und die Unternehmenssteuerreform verwirklichen,

damit wir im internationalen Standortwettbewerb wieder unsere Hauptargumente vermarkten können: Rechtssicherheit und Stabilität. Gleichzeitig muss es der Wirtschaft und dem Staat gemeinsam gelingen, Antworten und Lösungen auf die Ängste und das Unbehagen der Schweizer Bevölkerung in Bezug auf ein sich immer schneller veränderndes Umfeld zu finden.

Wer gibt im Grundsatz den Takt vor? Ist es der Staat? Ist es die regionale Wirtschaft, die Regierung oder ist es gar Ihr Amt selber?

Die Wirtschaft wird dem Staat und der Verwaltung immer voraus sein. Ich sehe es als Aufgabe des Staates, Rahmenbedingungen zu schaffen, die wirtschaftliche Entwicklung ermöglichen. Gleichzeitig ist es unsere Aufgabe, allfällige daraus entstehende gesellschaftliche Veränderungen sozial abzufedern, beispielsweise im Arbeitsmarkt. Unser Ziel als Amt ist es, als kompetenter, lösungsorientierter und wirtschaftsfreundlicher Partner akzeptiert und wahrgenommen zu werden und ich verlange von meinen Mitarbeitern, dass sie täglich danach handeln.

Wie stark wird ein Austausch mit anderen Kantonen angestrebt?

In einem zunehmend globalisierten, komplexen und kompetitiven Umfeld bleibt gar keine andere Wahl,

Anzeige

OSTSCHWEIZ DRUCK

Hofstetstrasse 14 • 9300 Wittenbach • ostschweizdruck.ch



Papier fällt auf.



als kooperativ zusammenzuarbeiten und die Herausforderungen gemeinsam anzupacken. Nur so können wir konkurrenzfähig bleiben – beispielsweise, indem wir unseren Wirtschaftsraum gemeinsam vermarkten. Wir arbeiten bereits heute in verschiedenen Projekten und Gremien eng zusammen. Um beim Standortmarketing zu bleiben: Wir bewerben die Ostschweiz in der «St.GallenBodenseeArea» gemeinsam als führenden Standort in der Schweiz und in Europa für Präzisionsindustrie. Weiter engagieren wir uns in gemeinsamen Initiativen wie «ProOst» mit dem Ziel, gut qualifizierte Fachkräfte und Hochschulabsolventen, die heute auswärts leben und/oder arbeiten, zurück in die Ostschweizer Unternehmen zu holen.

In der Vergangenheit wurde medial das Bild gezeichnet, wonach sich der Thurgau unverstanden, nicht in der Ostschweiz eingebunden fühle. Ist das korrekt?

In meiner täglichen Arbeit erlebe ich das nicht so. Natürlich gibt es immer wieder unterschiedliche Meinungen zu konkreten Fragen. Dies kommt aber in jeder Partnerschaft vor – sei es privat oder unternehmerisch. So ist das auch zwischen den Kantonen. Und das nicht nur in der Ostschweiz. Dies erlebe ich vielmehr auch in gesamtschweizerischen oder internationalen Gremien. Hier treten wir Ostschweizer übrigens in den meisten Fällen sehr geschlossen auf.

Ihr Vorgänger Edgar Sidamgrotzki führte das Amt bis zu seiner Pensionierung. Das wären in Ihrem Fall noch knapp 20 Jahre. Haben Sie eine klare Laufplanplanung?

Ja, ich könnte ihn in Bezug auf die Dienstjahre wohl noch überholen (lacht). Im Ernst: Ich bin überzeugt, dass sich das Leben nicht an einen Zwanzigjahresplan hält. Ich bin in meinem Amt von allen Seiten sehr herzlich und gut aufgenommen worden und fühle mich im Moment pudelwohl. Und ich habe noch viele Ideen, die ich gerne umsetzen möchte.

Interview: Marcel Baumgartner

Bilder: Gian Kaufmann

Nein zur Vollgeld-Initiative!

Im Juni ist es wieder soweit: Das Schweizer Stimmvolk hat über eine exotische Volksinitiative zu befinden, bei der wir das Experimentierlabor ausländischer Ideen und Vereine sind.



von Sven Bradke

Gefordert wird eine grundlegende, fundamentale und Jahre dauernde Reform unseres Geld-, Banken- und Kreditgewährungssystems. Auch wenn einzelne einheimische Wissenschaftler und Künstler die Vorlage unterstützen, so ist dieses Vorhaben vor allem ein riskantes und teures Abenteuer. Kein Land der Welt kennt ein solches Vollgeldsystem. Deshalb empfehlen Bundesrat und Parlament sowie Politiker von links bis rechts diese Initiative auch deutlich zur Ablehnung.

Allmächtige Nationalbank

Die Vollgeld-Initiative fordert, dass der Bund die Versorgung der Wirtschaft mit Geld und Finanzdienstleistungen gewährleistet; notfalls unter Abweichung vom Grundsatz der Wirtschaftsfreiheit. Die Schweizerische Nationalbank führt nicht nur die Geld- und Währungspolitik, sie sorgt auch für das Funktionieren der Kreditvergabe der Finanzdienstleister an Unternehmen und Private. Das Buchgeld der Geschäftsbanken soll zudem zu einem bestimmten Zeitpunkt gesetzliches Zahlungsmittel der Nationalbank werden.

Unbekannte Risiken

Dieser radikale Systemwechsel stellt unsere bewährte, erprobte und erfolgreiche Geld- und Kreditversorgung infrage und schafft unbekanntes Risiken. Die Initianten befürchten selber eine mögliche Geldknappheit oder eine Geldschwemme – also hohe Zinsen, hohe Inflationsraten oder beides –, schreiben sie unserer unabhängigen Nationalbank doch vor, welche Massnahme sie als Hüterin des Geldes dann vorzusehen habe.

Nein zu unbedachten Experimenten!

Keine Frage, einzelne Banken haben vor Jahren Fehler gemacht; dies insbesondere in den USA. Die Lehren wurden aber allseits gezogen. Seither wurden die Finanzmärkte international wie national stark reguliert. In der Schweiz haben wir zudem ein gut funktionierendes und beaufsichtigtes Bankensystem sowie einen zweckmässigen Einlagenschutz. Unbedachte Experimente sind deshalb weder nötig noch sinnvoll.

Dr. rer. publ. HSG Sven Bradke ist Geschäftsführer der Mediapolis AG für Wirtschaft und Kommunikation in St. Gallen.

Mit webbasierten Applikationen die Effizienz steigern

Die chrisign gmbh mit Sitz in Weinfelden ist seit rund 16 Jahren auf Webmanagement spezialisiert: Ob Webdesign, Social-Media-Anwendungen oder Webapplikationen, die Thurgauer IT-Profis realisieren für Firmen, Verbände und Privatpersonen intelligente Lösungen im Web. Zahlreiche Kunden konnten bereits ihre internen Abläufe dank webbasierten Applikationen von chrisign optimieren und ihren Kunden einen Mehrwert bieten. Oliver Scheit von der chrisign zeigt auf, dass eine fundierte Analyse ein wichtiges Element ist, wenn die Webapplikation ihr Investment wert sein soll.

Oliver Scheit, was ist unter einer webbasierten Applikation zu verstehen?

Früher wurde Software oftmals gezielt für Windows-PCs oder Macs programmiert. Man musste das Programm – die Applikation – auf dem Computer lokal installieren. Heute gibt es für fast jeden Anwendungsfall auch eine webbasierte Lösung. Also eine Software, die ich nur mit einem Internetbrowser bedienen kann.

«Wann immer jemand für etwas eine Standardsoftware einsetzt und viel Zeit benötigt, lohnt es sich zu analysieren, ob nicht ein massgeschneidertes Tool besser wäre.»

Welchen Vorteil hat das?

Man ist nicht mehr an einen bestimmten Computer gebunden: Ich kann unterwegs auf dem Tablet oder dem Smartphone arbeiten, genauso wie am Schreibtisch in der Firma oder dem Laptop zuhause auf dem Sofa. Falls mein Computer kaputt geht oder gestohlen wird, sind meine Daten nicht verloren. Ich kann sofort an einem beliebigen anderen Gerät weiterarbeiten. Die Zusammenarbeit sowohl in einem Team wie auch mit Kunden erleichtert sich oft sehr, da sowohl die Applikation wie auch die Daten im Internet zugänglich gemacht werden können. Und wenn Microsoft seinem Windows ein Update verpasst, muss ich mir keine Sorgen machen, ob danach meine Software noch funktioniert.

Das hört sich vielversprechend an. Eignet sich jede Software dazu, als Webapplikation entwickelt zu werden?

Grundsätzlich ja. In den letzten Jahren sind sogar sehr komplexe Softwareprodukte als Webapplika-

tionen umgesetzt worden. Natürlich braucht es schon gewisse Ressourcen, um beispielsweise ein komplettes Officepaket als Webapplikation umzusetzen. Hier hat Google mit seinem «Software as a Service»-Paket (Docs, Sheets etc.) gezeigt, was alles möglich ist.

In welcher Grössenordnung sind Webapplikationen von chrisign?

Wir entwickeln durchaus auch grosse und komplexe Applikationen. Beispielsweise haben wir für den Schweizerischen Anwaltsverband die Webapplikation REGAVO entwickelt. Darin werden umfangreiche Daten verwaltet. Schnittstellen gibt es zu vielen anderen Webseiten und zu anderen Systemen. Es gibt ein internes Nachrichtensystem, ein ausgefeiltes Rechtssystem, es können Mails an Verbandsmitglieder mit automatisch erzeugten PDFs versendet werden, Dokumente verwaltet werden und noch vieles mehr.

Also eine komplette Software zur Mitgliederverwaltung. Und wie sieht es am unteren Ende der Produktpalette aus?

Oftmals sind es schon kleine und simple Tools und Applikationen, die für unsere Kunden die internen Abläufe spürbar effizienter machen können. Oder zusätzliche Funktionen in Verbindung mit der Webseite, die dem Endkunden einen spürbaren Mehrwert bringt. Ein Beispiel ist eine Applikation, die Newsletter und Eventkalender miteinander verknüpft und zudem Mitgliederbeiträge automatisch als PDF-Rechnungen generieren und verschicken kann. So kann unser Kunde einen Event auf seiner Webseite publizieren und in individualisierten Newslettern seine Kunden darauf aufmerksam machen. Klickt ein Leser dann auf den Link im Newsletter, weiss der Eventkalender bereits, um wen es sich handelt, und kann die Anmeldung zum Event per



chrisign gmbh
Schmidstrasse 9, Postfach 71, CH-8570 Weinfelden

Tel. 071 622 67 41, Fax 071 622 67 42
info@chrisign.ch, www.chrisign.ch

Oliver Scheit, Technischer Leiter chrisign: «Oftmals sind es simple Tools und Applikationen, die für unsere Kunden die Abläufe spürbar effizienter machen können.»

Knopfdruck realisieren. Der Leser kann sich die Eingabe all seiner persönlichen Daten sparen, was sehr angenehm für ihn ist. Die Applikation kann dann automatisch eine Bestätigungsmail versenden, bei der die Rechnung als PDF gleich mit angefügt ist.

Das erzeugt erkennbaren Mehrwert für den Endkunden. Gibt es auch Beispiele für firmeninterne Prozesse, die optimiert werden können?

Das ist ein weites Feld. Im Grund kann man sagen: Wann immer ein Mitarbeiter für eine bestimmte Tätigkeit eine Standardsoftware wie z. B. Excel einsetzt und vergleichsweise viel Zeit benötigt, lohnt es sich einmal zu analysieren, ob nicht ein massgeschneidertes Tool die bessere Wahl wäre. Meist erhält man gleich zwei Vorteile: Erstens arbeitet der Mitarbeiter künftig effizienter, zweitens macht ihm die Arbeit mehr Freude. Niemand mag es, umständlich und ineffizient arbeiten zu müssen. Das drückt auf die Motivation.

Ein konkretes Beispiel für eine Möglichkeit zur Optimierung?

Ein Betrieb bietet ein Produkt b2b in grossen Mengen an. Bei einer Kundenanfrage wird in einer Lagerverwaltung geprüft, ob genug Ware vor Ort ist. In Excel werden die Mengen und Masse des angefragten Produkts in eine Formelberechnung eingegeben, um Gewicht und Volumen für den Versand zu ermitteln. Das Ergebnis der verschiedenen Schritte wird dann in einer Mail an den Kunden zusammengefasst.

Und welche Lösung würde chrisign diesem Kunden vorschlagen?

Die webbasierte Lösung sollte ein Formular enthalten, in welchem der Interessent seine gewünschte Ware definiert. Die Applikation prüft innert Sekundenbruchteilen mittels Schnittstelle die mögliche Lieferzeit anhand des aktuellen Bestandes, rechnet

die Lieferkosten aus und stellt dem Mitarbeiter einen fertig generierten Text mit all diesen Daten zum Versand via Mail zur Verfügung. Falls keine Änderungen oder Erweiterungen am Text nötig sind, dauert somit der Vorgang für den Mitarbeiter nur wenige Sekunden, was vorher vielleicht Minuten benötigt hat. Mit der Zeit summiert sich der Zeitaufwand für solche ineffizienten Vorgänge.

Muss der Kunde die Idee zu so einer Lösung selbst ausarbeiten?

Es genügt, wenn der Kunde die Prozesse innerhalb seines Betriebes kennt. In der Regel weiss man ja um die Schwachpunkte. Oder man erstellt einfach mal eine interne Umfrage. Wenn wir wiederkehrende Prozesse aufgezeigt bekommen, analysieren und besprechen wir sie gemeinsam mit dem Kunden. Aufgrund unserer jahrelangen Erfahrung können wir dann meist schnell verschiedene sinnvolle Lösungsansätze aufzeigen.

Gibt es immer sinnvolle Lösungen?

Nicht immer lohnt die Programmierung einer individuellen Applikation. Mit Kanonen auf Spatzen zu schiessen, ist nicht unser Ziel. Nur wenn Nutzen und Kosten in einem guten Verhältnis zueinander stehen, werden wir unserem Kunden dazu raten, die Webapplikation in Betracht zu ziehen.

Woher weiss ich als Unternehmer denn überhaupt, ob es sinnvolle Webapplikationen für meinen Betrieb geben könnte – und wenn ja, welche?

Indem Sie Kontakt mit uns aufnehmen und uns Ihr Unternehmen, die wichtigsten internen Prozesse, die Kommunikationswege mit Ihren Kunden und Ihre Webseite vorstellen. Wir analysieren diese Informationen und Eindrücke und teilen Ihnen die Ergebnisse mit.

«Viele KMU haben die Chance noch nicht genutzt»

Seit 2009 ist im Thurgau das Kompetenz-Zentrum Erneuerbare Energie-Systeme (KEEST) aktiv. Der Auftrag: KMU darin zu unterstützen, effiziente Energielösungen zu finden und umzusetzen. Was in einer einzelnen Region begann, entfaltet heute Wirkung im ganzen Kanton. Andreas Koch, Geschäftsführer des KEEST, im Gespräch über Aufgabe, Erfolge und Herausforderungen.

Andreas Koch, das KEEST wird als Drehscheibe rund um erneuerbare Energien im Kanton bezeichnet. Wie ist dieses Angebot ursprünglich entstanden?

Das KEEST wurde 2009 als Projekt des Vereins Wirtschaftsraum Südthurgau ins Leben gerufen. Dies im Rahmen der Neuen Regionalpolitik des Bundes (NRP) mit dem Ziel, Projekte zu initiieren und zu fördern, die einen überregionalen Impuls auf Wirtschaft und Gesellschaft geben. Der Auftrag des KEEST lautet damals wie heute, KMU darin zu unterstützen ihre Energieeffizienz zu steigern, damit den Energieverbrauch im Unternehmen zu senken und

der Geothermie. Der VGTG engagiert sich für Thurgauer Geothermie-Projekte und trägt aktiv dazu bei, dass die Thurgauer Energieversorgung langfristig gesichert und vom Ausland unabhängig ist, einheimisch sowie kostengünstig erzeugt und umweltverträglich aus erneuerbarer Quelle gewonnen wird.

Was gehört alles zum Angebot des KEEST als Energie-Drehscheibe?

Die Dienstleistungen reichen von der Energie-Effizienz-Analyse über Energiechecks und technische Prozess-Analysen bis hin zu Machbarkeitsstudien und Prozessoptimierungen. Diese Angebote dienen der Steigerung der Energie-Effizienz. Unter Berücksichtigung der aktuellen Förderprogramme realisieren wir die passenden Checks und Analysen. Daraus resultiert für das jeweilige Unternehmen das mögliche Energiesparpotenzial. Dazu kommt der Vollzug des Gross-Verbraucher-Artikels (GVA): Das KEEST ist akkreditierter Dienstleister der Cleantech Agentur Schweiz und vom Kanton Thurgau beauftragt. Wir unterstützen und begleiten Energie-Grossverbraucher in sämtlichen Belangen: beim Aushandeln von Vereinbarungen bis zur Abwicklung der notwendigen Formalitäten, von der Energie-Effizienz-Analyse und der Evaluation von wirtschaftlichen Massnahmen bis zur konkreten Zielvereinbarung und natürlich auch beim Monitoring im Rahmen der Umsetzung über die Dauer der Zielvereinbarung.

Heute gibt es viele Möglichkeiten, sich über Energieträger, Fördermassnahmen und so weiter zu informieren. Weshalb braucht es ein Kompetenzzentrum für solche Fragen?

Für KMU gibt es in dieser Form kein konkretes Angebot in Form eines «One-Stop-Shops» mit dem Ziel, umfassend ein Unternehmen analysieren zu können. Ingenieur-Büros und Fachplaner konzentrieren sich in der Analyse oft nur auf den vermeintlichen Folgeauftrag das heisst, die Analyse ist für diese ein rei-

«Aus jedem Förderfranken resultieren bis zu sieben Franken Investitionen.

Letztlich Energiekosten einzusparen. Ein Chancenpotenzial, das viele KMU noch nicht genutzt haben. Das NRP-Projekt KEEST ist per Ende 2011 erfolgreich abgeschlossen worden und wurde im regionsuisse-Bericht «Wirkungsmessung NRP-Projekte 2012» exemplarisch dargestellt.

Wie kam es danach zur Ausweitung auf den ganzen Kanton?

Im Januar 2011 erteilte der Kanton Thurgau dem KEEST, basierend auf den positiven Erfahrungen, durch das «Technologieforum Thurgau» für drei Jahre den Leistungsauftrag, die Aktivitäten nicht mehr nur auf die Region Südthurgau zu beschränken, sondern auf den ganzen Kanton auszuweiten. Der Erfolg lässt sich sehen und führt nun konsequenterweise zur Fortführung des Leistungsauftrags für die nächsten fünf Jahre. Seit Mai 2011 ist das KEEST auch Geschäftsstelle des Vereins Geothermie Thurgau (VGTG). Der Verein versteht sich als Schrittmacher und Kompetenzzentrum im Kanton auf dem Gebiet

Andreas Koch:

**«Der Verein
versteht sich als
Schrittmacher.»**





nes Akquise-Instrument. Demgegenüber kann das KEEST unabhängig das gesamte Spektrum untersuchen und neutral sämtliche Potenziale offenlegen. Das KEEST ist ein Verein, getragen von der Wirtschaft, und nicht verbandelt mit Dritten wie Unternehmen. Das KEEST ist auch nicht Teil der Verwaltung, sondern führt lediglich einen Leistungsauftrag aus und ist demzufolge unabhängig.

Welche Vorteile gibt es für KMU neben der Unabhängigkeit der Beratung sonst noch?

Der Dschungel der diversen Fördermöglichkeiten im Umgang mit Behörden, Institutionen etc. macht es für KMU aufwendig und kostenintensiv, sich damit zurechtzufinden. Das KEEST übernimmt diesen Job vollumfänglich. Es ist ein funktionierendes Privat-Public-Partnership-Projekt, indem sie die Drehscheibe zwischen Kanton mit Politik und Regierung, Verwaltung von Behörden, Wirtschaftsverbänden, Anbietern wie Dienstleister, Gebäudetechnik und so

weiter sowie KMU-Kunden bildet. Sämtliche Fragen im Rahmen von Bedürfnissen der einzelnen Akteure werden aus einer Hand beantwortet. Dienstleister wie Ingenieurbüros und Fachplaner sind spezialisiert auf die entsprechende Energietechnik wie Heizung, Lüftung und Klima. Im Unterschied zu ihnen verfügt das KEEST auch über Analysekompetenzen betreffend die Betriebs- und Produktionsprozesse. Darin liegen etwa 40 Prozent des Effizienzpotenzials.

Wo steht der Kanton Thurgau heute in Sachen erneuerbare Energien – politisch, aber auch vom Nutzungsverhalten der Bürger her?

Der Thurgau ist in Sachen Energie schweizweit in den letzten Jahren stets auf Platz eins, zwei oder drei gewesen. Dies nicht zuletzt, da im Kanton der Aspekt der Förderung sowohl in der Verfassung als auch im Gesetz verankert ist. Das bedeutet Sicherheit für die KMU. Im Thurgau ist das «Förderprogramm Energie» ein Wirtschaftsmotor. Statistiken verdeutlichen ein-

Anzeige

Edgar

Oper von Giacomo Puccini
Klosterhof

Oper
Tanz
Konzert

13. St.Galler Festspiele
29. Juni bis 13. Juli 2018

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

Presenting Partner

Hauptsponsor

Medienpartner

Ticketing Partner

drücklich den Erfolg des Förderprogramms hinsichtlich der in der Folge getätigten Investitionen: Aus einem Förderfranken resultieren zwischen sechs und sieben Franken Investitionen. Daraus folgt: Das «Förderprogramm Energie» des Thurgaus trägt nebst dem ökologischen Nutzen auch massgeblich zur Wirtschaftsförderung im Kanton bei. Davon profitieren insbesondere auch die KMU.

In welchen Bereichen sehen Sie das grösste «Aufholpotenzial»? Bei Privaten, im Gewerbe oder in der Industrie?

Die kleinen und mittleren Unternehmen unterhalb der Gross-Verbraucher-Schwelle repräsentieren rund 30 Prozent des gesamten schweizweiten Effizienzpotenzials. Das entspricht der Produktion des KKW Gösgen, wie eine aktuelle BFE-Studie zeigt. Das betrifft im Thurgau rund 2700 Unternehmen, insbesondere auch Gewerbebetriebe. Diese spezifische Zielgruppe wird durch das KEEEST und dem neuen Slogan «MoVE – Mehrwert ohne Verschwendung von Energie» angesprochen. Dafür wurden spezielle Aktionsangebote geschnürt.

«KMU können mit einer verbesserten Energieeffizienz im Schnitt 15 Prozent Kosten einsparen – pro Jahr.»

Wie aufgeschlossen sind denn KMU für Energiefragen?

Das Thema Energie-Effizienz und Chancen-Potenzial ist den KMU-Unternehmern noch zu wenig bewusst; man kümmert sich um andere Dinge. Die konkreten Chancen liegen durchschnittlich bei 15 Prozent Kosteneinsparungen – jährlich wiederkehrend. Dies betrifft kleine Investitionen mit Payback-Zeit unter drei Jahren. Es lohnt sich also in jedem Fall!

Interview: Stefan Millius

Bild: Stéphanie Engeler, Gian Kaufmann

Zur Person

Andreas Koch ist Geschäftsführer des Kompetenz-Zentrum Erneuerbare Energie-Systeme Thurgau, kurz KEEEST. Der Betriebsökonom hat nach seinem Studium an der Fachhochschule St.Gallen eine Ausbildung zum Marketingleiter absolviert und einen Master-Abschluss an einer US-Universität erlangt. Es folgten verschiedene Weiterbildungen im Bereich Energie. Bei Unternehmen wie sia Abrasives in Frauenfeld oder Sefar in Thal bekleidete Koch Führungspositionen, bis er sich 2007 selbstständig machte. Die KEEEST-Geschäftsführung hat er als Mandat übernommen.

Technisches Machen ist Macht

Forschung, Innovation und technische Leistung sind entscheidende Erfolgsfaktoren für unsere Wirtschaft.

von Walter Locher



Künstliche Intelligenz, Big Data, Robotik, hochmoderne Fertigungstechniken, Präzisionsmedizin, selbstfahrende Autos oder Klimawandel:

Diese technischen Herausforderungen benötigen interessierte und herausragende Berufsleute auf allen Stufen.

Eine innovative und wettbewerbsfähige Schweizer Wirtschaft braucht qualifizierte Nachwuchskräfte in Technik und Naturwissenschaften. Am 11. April ist es wieder einmal so weit. Die «Tun Ostschweiz» öffnet für fünf Tage in den Olma-Hallen ihre Pforten. Die Veranstaltung ist Forscherlabor und Erfinderwerkstatt zugleich. Kinder und Jugendliche von 6 bis 13 Jahren können forschen, staunen und entdecken. Viele grosse und mittlere Ostschweizer Unternehmen unterstützen diese Nachwuchsplattform auf freiwilliger Basis. Es geht darum, Mädchen und Knaben den Reiz naturwissenschaftlicher und technischer Berufe näherzubringen.

An den Schweizer Universitäten und Fachhochschulen waren im Studienjahr 2016 von rund 230'000 Studenten nur rund 35 Prozent in einem MINT-Studium (inklusive Architektur, Life Sciences sowie Land- und Forstwirtschaft). Zudem ist der Frauenanteil in diesen Studienrichtungen nach wie vor rekordverdächtig tief – auch im Vergleich zu anderen OECD-Ländern. Erfreulich ist aber, dass die Begeisterung für MINT-Fächer (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik) in den letzten Jahren deutlich gestiegen ist: Fachhochschulen spüren den Zuwachs am stärksten (plus 17 Prozent), die Universitäten etwas weniger (plus 12 Prozent), aber noch immer deutlich.

Die MINT-Förderung ist keineswegs nur eine universitäre Angelegenheit. Ohne tüchtige Berufsleute geht in der Wirtschaft gar nichts – ihrer Suche und Förderung muss das Hauptaugenmerk von Wirtschaft und Bildungspolitik gelten. MINT-Förderung ist eine Verbundaufgabe von Primar- und weiterführenden Schulen, den Berufs- und Fachhochschulen, den Universitäten sowie der Wirtschaft. MINT-Förderung beginnt in der Primarschule. Nur so sichern wir den Werkplatz Schweiz.

Technisches Machen ist Macht: Gesucht sind wieder mehr Handwerker und weniger Dienstleister, mehr Forscher und weniger Juristen.

Walter Locher, St.Gallen, ist Rechtsanwalt, VR-Präsident der DGS Druckguss Systeme AG sowie FDP-Kantonsrat

«Die Politik verschläft das Problem»

Bereits seit fast 30 Jahren entwickelt die GemDat Informatik AG aus St.Gallen Software für Gemeinden, Städte, Kantone und private Unternehmen. Kürzlich kam es in der Geschäftsleitung zu einem Generationenwechsel. Der ehemalige und der neue CEO, Bruno Grob und Sandro Ferrarini, werfen einen Blick zurück und in die Zukunft der GemDat.

Wie kam es 1989 zur Gründung der GemDat Informatik AG?

Bruno Grob: Ich habe während meines Maschinenbaustudiums Software für die damals neuen Personal Computer geschrieben. Nicht nur, um mir damit mein Studium zu finanzieren, sondern auch, weil es spannend war, mit den neuen Möglichkeiten zu experimentieren. Kurz vor dem Ende des Studiums bot mir ein Dozent an, für den Kanton Zürich eine Verwaltungssoftware zu schreiben, die für die Umsetzung der neuen Luftreinhalteverordnung benötigt wurde. Zusammen mit einem Kollegen nahm ich den Auftrag an, wir gründeten die GWZ Informatik und

Produkt mit Folien und Hellraumprojektor vorzustellen.

Sie konnten dann bald schon auch die ersten Kantone als Kunden gewinnen, was die erste grössere Umstrukturierung bei GemDat notwendig machte.

Bruno Grob: 2001 waren wir bereit ein 16-köpfiges Team, hatten viel geleistet und konnten erste Gebäudeversicherungen als Kunden gewinnen. In dieser Zeit merkte ich, dass ich nicht mehr alle Führungsfunktionen alleine stemmen konnte. Wir hatten damals bei GemDat noch eine Start-up-Kultur – rückblickend wohl eher eine klassische Kommandostruktur. Ich sagte, wo es langgeht, und die Truppe ist mir nachgelaufen. Die Firma brauchte also eine Organisationsstruktur. So wurde 2004 erstmals ein Organigramm mit Abteilungen eingeführt und eine Geschäftsleitung gebildet.

«Viele Politiker leben in einer Welt, in der Digitalisierung und Informatik nicht ausschlaggebend sind.»

gaben der Software den Namen GemDat, die Abkürzung für Gemeinde-Daten. Schon damals war uns klar, dass Gemeinden mit dieser Software weitaus mehr machen können, als nur den Vollzug der Luftreinhalteverordnung zu unterstützen.

Was waren in jener Zeit die grossen Hürden, wenn man eine neue Software auf den Markt bringen wollte?

Bruno Grob: Dass wir Software für den PC mit MS-DOS geschrieben haben, Windows gab es damals noch nicht. In dieser Zeit beherrschten IBM, DEC, NCR usw. mit grossen und mittelgrossen Rechnern den Markt. Man glaubte weder an den PC an sich, noch daran, dass man mit ihm tausend Datensätze verwalten kann. Zudem war der PC damals noch sehr kompliziert: Nur schon, um einen Drucker anzuschliessen, musste man ein dickes Handbuch lesen. In so eine Technik wollte kaum jemand Geld investieren. Die andere Hürde war, dass man als branchenfremder Quereinsteiger viele Türfallen polieren musste, um an Kunden zu kommen – E-Mails und Internet gab es ja noch nicht. Und so habe ich etliche Gemeindeverwaltungen besucht, um unser

Im Zuge einer weiteren Neuorganisation wurde aus der GWZ Informatik die GemDat Informatik AG. Warum?

Bruno Grob: Es war im Verkauf nicht ganz einfach, wenn die Firma GWZ heisst und das Produkt GemDat. Die Kunden sprachen damals nur über das Produkt. Sie haben dann natürlich entsprechend gut auf den Namenswechsel reagiert.

2014 hat GemDat für ein Projekt mit einer Firma zusammengearbeitet, bei der Sandro Ferrarini Projektleiter war. Nur ein Jahr nach Ihrem Kennenlernen haben Sie ihm bereits die Geschäftsleitung übergeben. Warum so schnell?

Bruno Grob: Der Wechsel stand an. Ich komme aus einer Zeit mit völlig anderer Technologie. Erfahrung zählt in der Informatik weniger als in vielen anderen Bereichen und kann für Innovationen sogar hinderlich sein. Internet, Smartphone, Apps & Co. gehören nicht zu der Welt, in der ich gross geworden bin. Ich brauchte neue Anreize – für mich, aber vor allem für die Firma. Bei einem Feierabendbier mit Sandro erfuhr ich, dass er bereits mit 21 Jahren eine eigene Firma gegründet hat. Da wusste ich: Das wird mein

*Bruno Grob:
«Ich komme aus einer
Zeit mit völlig anderer
Technologie.»*



*Sandro Ferrarini:
«Wir werden unseren
Weg weitergehen.»*



Unser Seminar-Tool



für Pragmatische



für Auffallende



für Feingeistige

Entdecken Sie ein Hotel, das perfekte Vorbereitung neu definiert.

Hotel Säntispark Wiesenbachstrasse 5, CH-9030 Abtwil, T +41 71 313 11 11, www.hotel-saentispark.ch

säntispark****

Makes you® stay.



... ganz in Ihrer Nachbarschaft.

Fest verwurzelt in der Ostschweiz und ein Partner des Schweizer Patentamtes, führt Da Vinci Partners die Da Vinci School für geistiges Eigentum, welche Seminare im Bereich IP-Recht anbietet.

Wissen wird Ihnen von einem hoch erfahrenen IP-Experten Team, welches auf den weltweit wichtigsten Märkten zugelassen ist, nähergebracht, sodass Sie besser ausgerüstet sind komplizierte Fragen im IP-Recht beantworten zu können.

Seminare bieten wir üblicherweise in Arbon an. Abhängig von der Anzahl der Teilnehmer, ist es auf Wunsch auch möglich, Seminare an Ihrem Standort abzuhalten.

Kontaktieren Sie uns für mehr Informationen unter info@davincischool.com



Die Stimme der Ostschweizer Wirtschaft.



www.leaderonline.ch

Nachfolger. Einige Wochen später habe ich Sandro in mein Büro gebeten und ihm das gesagt.

Wie haben Sie reagiert, Herr Ferrarini?

Sandro Ferrarini: Es war schon eher speziell. Ich dachte, dass sich Bruno zum Projektabschluss nun bei mir bedanken will. So nach dem Motto: Danke und schönes Leben noch. Aber kaum stand ich in seinem Büro sagte er, dass ich sein Nachfolger wäre. Und er hat das noch nicht mal als Frage formuliert (beide lachen). Ich war zwar etwas überrascht, freute mich aber natürlich. Überlegt habe ich allerdings nicht allzu lange. Ich fragte mich lediglich, ob es irgendeinen Grund gibt, es nicht zu machen.

Den gab es offensichtlich nicht.

Sandro Ferrarini: Nein. Auf die Chance, als Unternehmer in diesem Umfeld tätig zu sein, habe ich hingearbeitet.

«Es geht um die Abschaffung von klassischen Führungsstrukturen.»

Gab es auch Kaufangebote für die Firma GemDat?

Bruno Grob: Ja, auch von grossen Unternehmen. Und die wären sogar lukrativer gewesen als der Verkauf an einen Privaten. Aber mir war klar, dass sich der Charakter von GemDat als innovatives Softwareentwicklungs-Haus nicht in einen grossen administrativen Apparat mit starren Hierarchien integrieren lässt.

Hierarchien scheinen Sie nicht sonderlich zu mögen. Nur zwei Jahre, nachdem Sie CEO bei GemDat wurden, haben Sie den Job des CEO abgeschafft.

Sandro Ferrarini: Nicht ganz, aber ich arbeite daran (lacht). Seit Mitte 2017 organisieren sich unsere Teams selbstständig. Arbeiten, die bislang vor allem vom Chef vorgegeben und überwacht wurden, liegen nun in der Verantwortung der verschiedenen Teams bzw. jedes einzelnen Teammitglieds. Dabei geht es aber nicht um die Abschaffung von Verantwortung. Im Gegenteil: Es geht um die Abschaffung von klassischen Führungsstrukturen. Im Gegensatz zu hierarchisch aufgebauten Strukturen zeichnen sich selbst-organisierte Teams vor allem durch Flexibilität, Transparenz sowie hohe Entscheidungs- und Verantwortungskompetenz aus. Sie können ihr geplantes Vorgehen schnell sich ändernden Bedingungen anpassen und agil mit der Entwicklung neuer Lösungen reagieren.

Finden Sie genügend IT-Fachkräfte?

Sandro Ferrarini: Wir sind eine attraktive, gut organisierte Arbeitgeberin, die modern entwickelt und

moderne Techniken einsetzt. Darum haben wir es bis jetzt immer geschafft, unsere offenen Stellen zu besetzen. Die meisten unserer Leute sind zwischen 25 und 40 Jahre alt und sehr motiviert. GemDat ist also gut aufgestellt. Gesamtschweizerisch sieht es allerdings anders aus: Die Nachfrage an IT-Fachleuten ist wesentlich grösser als das Angebot. Um das zu ändern, braucht es mehr politisches Engagement.

Was macht die Politik denn falsch?

Sandro Ferrarini: Sie verschläft das Problem. In der aktuellen Bildungsoffensive geht es beispielsweise um einen Zeitraum bis 2030. In der IT-Branche ändern sich die Dinge aber bereits innerhalb von fünf Jahren. Die Bildungsmassnahmen hinken der Realität in der IT hinterher.

Bruno Grob: Versuchen Sie doch mal, in einer Schule ein geisteswissenschaftliches Fach durch IT oder Mathematik zu ersetzen. Das ist heute politisch kaum machbar. Viele Politiker leben in einer Welt, in der Digitalisierung und Informatik nicht ausschlaggebend sind. Die denken anders als ein 18-Jähriger – oder als wir.

Trotz aller Defizite in der Bildungspolitik ist die GemDat Informatik AG gut aufgestellt. Wo soll es hingehen?

Sandro Ferrarini: Wir werden unseren Weg weitergehen, die Produktpalette mit Fachanwendungen, mobilen Apps und Portalen weiter ausbauen und wir versuchen, uns in einigen neuen Bereichen zu positionieren. Eine komplette Neuausrichtung wird es aber nicht geben, wir machen das weiter, was wir in den vergangenen Jahren erfolgreich getan haben: Zuverlässige Partner für unsere Kunden zu sein und moderne Software zu entwickeln, die unseren Kunden die Arbeit vereinfacht und ihre Prozesse verbessert.

Interview: Patrick Stämpfli

Bilder: zVg

Zu den Personen

Sandro Ferrarini (38) ist gelernter Treuhänder. Nach diversen Weiterbildungen holte er die Matura nach und studierte Wirtschaftsinformatik. Ferrarini ist verheiratet und lebt mit seiner Frau und zwei Kindern in Wermatswil ZH.

Bruno Grob (54) studierte nach seiner Ausbildung zum Werkzeugmacher Maschinenbau. Er hat zwei Kinder und lebt in Niederteufen AR.



„EY“ bezieht sich auf die Ernst & Young AG, Basel, ein Mitglied von Ernst & Young Global Limited, London, einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach englischem Recht, ED 0518.

Steuerberatung im Zeitalter der Digitalisierung

Wir unterstützen Sie weltweit und in der Schweiz marktführend bei der Erfüllung sämtlicher Steuerpflichten und bei der digitalen Transformation Ihrer Steuerabteilung.

Die Geschwindigkeit der Digitalisierung verändert bestehende konventionelle Steuerprozesse. Mit unserer neu gegründeten Geschäftseinheit Tax Technology and Transformation (TTT) kombinieren wir steuerliche Expertise mit Prozess- und Systemberatung und technischem Know-how. Mit einem starken Team aus Steuerberatern, Transformationsstrategen und Entwicklern sorgen wir gemeinsam mit Ihnen dafür, dass Sie bestens für die digitale Welt aufgestellt sind.

Unsere Leistungen:

- Business Tax Services
- Global Compliance and Reporting
- Indirect Tax Services
- International Tax Services
- People Advisory Services
- Tax Risk Management
- Transfer Pricing
- Transaction Tax
- Tax Planning
- Valuation & Business Modelling
- Tax Technology and Transformation



Standorte:

- Deutschland: 21
- Schweiz: 11
- Österreich: 4



Mitarbeiter der Steuerabteilung:

- weltweit: ca. 52.000
- D, CH, A: ca. 4.000
- davon in TTT: 150



Building a better
working world

Kann man wachsen, wenn man den Weg nicht kennt?

Erfahren Sie mehr unter ey.com/betterworkingworld #BetterQuestions



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

Corvaglia Holding AG gewinnt Prix SVC

Bei der Verleihung des Prix SVC Ostschweiz 2018 setzte sich Anfang März die Corvaglia Holding AG aus Eschlikon gegen fünf weitere Finalisten durch. Erneut konnten bei der achten Durchführung rund 1000 Gäste aus Politik und Wirtschaft verbucht werden. Damit unterstreicht der Event seine einzigartige Stellung gegenüber ähnlicher Formate.

Die Gewinnerin des Prix SVC Ostschweiz 2018 heisst Corvaglia Holding AG aus Eschlikon. Die Plätze 2 und 3 belegen die HB-Therm AG (St.Gallen) und die Namics AG (St.Gallen). Ebenfalls in den Final geschafft hatten es die Büchi Labortechnik AG (Flawil), die MS Direct Group AG (St.Gallen) und die Uffer AG (Savognin). «Aus dem Nichts hat Romeo Corvaglia eine Firma aufgebaut, die unsere Jury in

ehrfürchtiges Staunen versetzt hat. Ihm und seinem Team ist es gelungen, eine global tätige Firma aufzubauen, mit heute 275 Mitarbeitenden, 18 Lehrlingen, mit hoch innovativen Produkten sowie Produktionszentren in der Schweiz, den USA und Mexiko», erklärte Jurypräsident Professor Thomas Zellweger, Direktor des Center for Family Business an der Universität St.Gallen, in seiner Laudatio für den Sieger.



Herzlichen
Glückwunsch!



Tatsächlich vertrauen weltweit Grosskonzerne auf das Corvaglia-Knowhow bei Verschlusslösungen für PET-Flaschen, das aus einer unscheinbaren Fabrikhalle im Hinterthurgau kommt. Das Unternehmen deckt die gesamte, vollintegrierte Prozesskette ab, von Verschlussdesign- und Entwicklung, Formenbau, Verschlussproduktion bis hin zu Applikation und technischem Support.

Alle Finalisten überzeugen mit ihren Produkten und Innovationen sowie ihrer Verankerung in der Region.

Sechs Preisträger geehrt

Auf Platz 2 landete die HB-Therm AG aus St.Gallen: Auch dieses Unternehmen sieht die Jury als «Hidden Champion», der mit heute rund 130 Mitarbeitenden im Bereich innovativer Temperiertechnik Massstäbe «Made in Ostschweiz» setzt. Besonders beeindruckt zeigte sich das Expertengremium vom «extrem engagierten Team» und dem «kompromisslosen Fokus auf Innovation und Qualität». Die Produktion in St.Gallen vertreibt die Temperiergeräte an die eigenen Vertriebsgesellschaften in Deutschland und Frankreich sowie über ein Vertriebsnetz in über 50 weitere Länder.

Drittplatzierte ist die ebenfalls in St.Gallen beheimatete Namics AG. Namics gehört zu den führenden Fullservice-Digitalagenturen für E-Commerce, Websites & Portals sowie digitale Kommunikation.

Als strategischer Partner im digitalen Wandel bietet der E-Business-Spezialist mit rund 500 Mitarbeitenden strategische Beratung, kreative Konzeption und technische Umsetzung aus einer Hand.

Die weiteren Finalisten und Preisträger des Abends sind die Büchi Labortechnik AG (Flawil), die MS Direct Group AG (St.Gallen) und die Uffer AG (Savognin). In einem mehrstufigen Verfahren hatte die 13-köpfige Expertenjury aus einer Liste von gegen 150 Unternehmen die sechs Finalisten nominiert. Zur Auswahl standen Firmen aus beiden Appenzell, Glarus, Graubünden, St.Gallen und Thurgau.

Erneut rund 1000 Gäste

Der Swiss Venture Club (SVC) zeichnet mit dem Prix SVC Ostschweiz bereits zum achten Mal erfolgreiche Klein- und Mittelunternehmen (KMU) der Region aus. Alle Finalisten überzeugen mit ihren Produkten und Innovationen, ihrer Verankerung in der Region, der Qualität der Mitarbeitenden und des Managements sowie mit einem nachhaltigen Erfolgsausweis. Den feierlichen und spannenden Anlass, den Marco Fritsche moderierte, besuchten gegen 1000 Gäste aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft. Das grosse Interesse zeigt, dass die Verleihung des Prix SVC Ostschweiz längst zu einem wichtigen Treffpunkt der Ostschweizer Wirtschaft geworden ist.

Text: Marcel Baumgartner, zVg

Bild: Axel Kirchhoff, zVg

«Es gibt zu wenig ‹Bühnen› für KMU»

Am Donnerstag, 8. März, wurde in St.Gallen der Prix SVC Ostschweiz vor rund 1000 Gästen aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Kultur verliehen. Mit dem Prix SVC Ostschweiz werden erfolgreiche Klein- und Mittelunternehmen der Region vom Swiss Venture Club ausgezeichnet. Im Gespräch erklärt Christoph Zeller, SVC-Regionenleiter Ostschweiz und Leiter KMU-Region Ostschweiz bei der Credit Suisse AG, nach welchen Kriterien die Finalisten auserkoren wurden.

Christoph Zeller, der Prix SVC Ostschweiz wird alle zwei Jahre verliehen. Das öffentliche Interesse gilt logischerweise jeweils der Preisverleihung. Wie intensiv ist für Sie jeweils die Arbeit im Vorfeld und im Nachgang?

«Nach der Preisverleihung ist vor der Preisverleihung.» Will heissen: Es geht unmittelbar weiter, der Prozess beginnt von Neuem. Die Arbeit verteilt sich zwar über zwei Jahre, trotzdem ist der Aufwand beträchtlich. Wir pflegen dazwischen ja bewusst das wertvolle Netzwerk und den Austausch mit allen

wird vorgeschlagen. Und unsere 13-köpfige unabhängige Jury besucht die Firmen persönlich, erstellt die Dossiers selber, diskutiert die Nominierungen. Wir sind stolz auf die Marke «Prix SVC Ostschweiz». Das ist eine schöne Bestätigung für unsere Arbeit und zugleich Verpflichtung für die Zukunft.

Besteht kein Interesse daran, den Prix SVC Ostschweiz durch geschicktes Storytelling auch in der Phase zwischen zwei Events jeweils in die Medien zu bringen?

Das machen wir heute schon. Der Swiss Venture Club ist ja mehr als der – öffentlich sicher am meisten wahrgenommene – Prix SVC. Wir sind auch in der Ostschweiz ein breit aufgestelltes Netzwerk im Dienste der KMU mit dem Ziel, das Unternehmertum zu fördern. Neben dem Prix SVC gibt es die Bereiche SVC Bildung, SVC Politik, SVC Finanz sowie die Stiftung für das Unternehmertum des SVC, die unter anderem die Plattform «Check Your Chance» gegen die Jugendarbeitslosigkeit unterstützt. SVC Finanz verhilft über die «SVC – AG für KMU Risikokapital» mit 100 Millionen Franken von der Credit Suisse eingebrachtem Risikokapital KMU den Zugang zu alternativen Finanzierungsformen. SVC Bildung bietet unter anderem massgeschneiderte Weiterbildungen. Und auch politisch verschafft der SVC seinen Mitgliedern bei Behörden und Politikern Gehör.

Bewusst fliessen weiche und harte, qualitative wie quantitative Faktoren in die Nominationsentscheidung ein.»

bisherigen Preisträgern und Nominierten, unter anderem durch eigens hierfür organisierte Treffen. Zudem braucht es für den aufwendigen Selektionsprozess fast ein Jahr Vorlaufzeit. Das will alles gut organisiert sein. In den letzten Wochen und Tagen vor der nächsten Preisverleihung wird es dann für das ganze Team, nicht nur für mich als OK-Präsidenten und Jurymitglied, auch schon mal überdurchschnittlich intensiv.

Obwohl man öffentlich nur alle zwei Jahre vom Prix SVC Ostschweiz hört bzw. liest, ist der Event zur Marke geworden. Worauf führen Sie das zurück?

Auf Seriosität und Glaubwürdigkeit. Mit den bisherigen Austragungen und Preisträgern konnten wir glaubhaft zeigen, wirklich Firmen auszuzeichnen, die Besonderes leisten. Jede dieser Preisverleihungen hat «Hidden Champions» und echte Perlen unter den hiesigen KMU ins Scheinwerferlicht gerückt und ihr erfolgreiches Wirken sowie ihre Bedeutung für die Region einer breiten Öffentlichkeit bekannt gemacht. Unser Auswahlprozedere ist aufwendig: Für unseren Preis kann man sich nicht anmelden, man

Werden die nominierten Firmen jeweils auch im Nachgang noch durch Sie quasi beobachtet?

Selbstverständlich pflegen wir den Kontakt und den Austausch weiter. Wir tragen dem Netzwerk gezielt und bewusst Sorge. Das ist für mich Teil der Einmaligkeit des Prix SVC Ostschweiz. Im Zwischenjahr zum Beispiel veranstalten wir ein Preisträgertreffen als Netzwerkanlass, an dem alle Preisträger bei einem Sieger zusammenkommen. Zudem gibt es laufend vielfältige Kontakte untereinander über die jeweiligen Jurymitglieder. Auch deshalb ist der Prix SVC Ostschweiz heute zur Marke geworden.



Christoph Zeller, Leiter KMU-Region Ostschweiz bei der Credit Suisse AG: «Der Swiss Venture Club ist ja mehr als der – öffentlich sicher am meisten wahrgenommene – Prix SVC.»

Die Austragung 2018 zeigte erneut: Es fehlt in der Ostschweiz nicht an auszeichnungswürdigen Firmen. Wie gross war die Liste mit potenziellen Finalisten für die diesjährige Preisverleihung?

Die erste Longlist mit über 100 Firmennamen – alle potenzielle Finalisten – war heuer in der Tat sehr gross. Mich stimmt das sehr positiv für die Ostschweizer Unternehmerlandschaft. Einmal mehr beeindruckt mich, wie viele aussergewöhnliche Unternehmen und Unternehmensführer es in der Ostschweiz gibt. Firmen, die auch ich zum Teil kaum

«Einmal mehr beeindruckt mich, wie viele aussergewöhnliche Unternehmen und Unternehmensführer es in der Ostschweiz gibt.»

kannte, die aber zu Weltmarktführern auf ihrem Gebiet zählen und gleichzeitig regional verankert sind. Firmen, die wachsen und Arbeitsplätze schaffen, die innovativ sind und in die Aus- und Weiterbildung ihrer Angestellten investieren ... eine eigentliche Leistungsschau des Ostschweizer Unternehmertums – und für die Jury ein entsprechend anspruchsvoller Weg bis zu den sechs Finalisten.

Nach welchen Kriterien werden die sechs Endrundenteilnehmer auserkoren?

Wir nominieren etablierte Unternehmen mit eindrücklichem Leitungsausweis. Bewusst fliessen weiche und harte, qualitative wie quantitative Faktoren in die Nominationsentscheidung ein: Unternehmerische Exzellenz, eine klare Strategie und Geschäftsidee, eine technologische Führungsrolle auf ihrem

Gebiet, ein hohes Mass an Differenzierung durch einzigartige Produkte oder Verfahren, die Marktstellung und die regionale Verankerung sind wichtige Kriterien. Finalisten sind oft bedeutende Arbeitgeber und Ausbildner und engagieren sich über ihr eigentliches Geschäft hinaus auch gesellschaftlich. Ferner spielen Innovationsfähigkeit, die Firmenkultur sowie die Qualität der Mitarbeiter und des Managements eine Rolle bei der Auswahl. Und es muss ein nachhaltiger Erfolgsausweis gegeben sein, um für den Prix SVC nominiert zu werden.

Wie stark wird hierbei auch auf die Umsatzzahlen geachtet?

Die finanziellen Kennzahlen – vor allem deren Entwicklung im Laufe der Unternehmensgeschichte – sind ein wichtiges, wenn auch nur eines von gut zehn Kriterien, an welchen sich die Jury orientiert. Ohne wachsende Umsätze wäre eine nachhaltige Entwicklung kaum möglich. Für die Beurteilung der Jury ist bedeutend, inwiefern sich ein stimmiges Gesamtbild ergibt von regionalem Bezug, von Innovation und Arbeitsplatzentwicklung, von internationaler Ausstrahlung und der Zukunftsfähigkeit des KMU.

Muss auch die menschliche Komponente stimmen? Muss ein Unternehmer die Jury auch in dieser Hinsicht überzeugen?

Selbstverständlich. Die Jurymitglieder und mich persönlich beeindruckt immer wieder, mit welcher Leidenschaft viele Verantwortlichen und ihre Mitarbeiter ihre KMU mit aller Konsequenz vorantreiben. Persönliche Leistung und Engagement, Mut zum Risiko, Flexibilität, Führungsqualität, die Fähigkeit, die Angestellten für die gemeinsame Sache zu begeistern, oder Durchhaltevermögen in schwierigen Zeiten spielen eine wichtige Rolle. Auch deshalb besucht die Jury die Finalisten vor Ort. Denn dort spürt man diese unternehmerische Leidenschaft, diesen Spirit am besten.

Heute können sich Firmen auf allen möglichen Kanälen vermarkten und ihre Erfolgsgeschichten nach aussen tragen. Wie wichtig sind im digitalen Zeitalter Events wie der Prix SVC überhaupt noch?

Es gibt trotz aller neuen elektronischen Kanäle und Social-Media-Gefässe nur wenige eigentliche «Bühnen» für die KMU, wo sie ihre grossartigen Leistungen präsentieren können. Der Prix SVC Ostschweiz ist eine solche Bühne. Ich bin überzeugt, sie braucht es weiterhin. Denn nach wie vor ist die Bedeutung der Zigtausend KMU in der Region – und was diese zum Wohlstand in der Ostschweiz beitragen – einer breiten Öffentlichkeit viel zu wenig bewusst.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: Stéphanie Engeler



RENAULT
Passion for life

Neuer
Renault KOLEOS
Premium by Renault



Investitionen dürfen auch Spass machen. Erleben Sie es bei einer Probefahrt mit dem neuen 4x4 von Renault.

Neuer Koleos Zen ENERGY dCi 175 4WD, 5,6l/100km (Benzinäquivalent: 6,4l/100km), 148 g CO₂/km, Energieeffizienz-Kategorie E, CO₂-Emissionen aus der Treibstoff- und/oder der Strombereitstellung 25 g/km. Durchschnitt aller erstmals immatrikulierten Personenwagen 133 g CO₂/km.

Renault empfiehlt 

  www.renault.ch

Ostschweizer Sporttalente als Botschafter für die City-Garage unterwegs

Sportveranstaltungen begeistern ein breites Publikum, erfolgreiche Spitzenathleten sind Vorbilder für Menschen aus verschiedenen Generationen. Nachwuchs-Sporttalente gehen bei der Förderung durch Sponsoren jedoch häufig leer aus. Hier setzt die City-Garage AG an und unterstützt mit ihrem Engagement gezielt Sporttalente am Anfang ihrer Karriere.



Die Leichtathletin Salomé Kora studiert in Vollzeit an der Pädagogischen Hochschule St.Gallen und rangiert aktuell als zweitschnellste Sprinterin über 100m in der Schweiz. Christian Alther, der letzten Herbst von den Sportschützen-Junioren zur Elite wechselte, ist Automatiker und schloss vor kurzem die Spitzensport-RS in Magglingen ab. Nun hat er die Olympiade 2024 in Paris ins Visier genommen.

Effizient zum Training

Dank dem Engagement der City-Garage AG kommen die beiden Sporttalente einfacher zu ihren Trainings: Die City-Garage AG hat Salomé Kora einen neuen Renault Clio für zwei Jahre zur Verfügung gestellt. Christian Alther ist mit einem neuen Renault Clio Grandtour unterwegs, den er bei der City-Garage AG dank Sponsoring zu stark vergünstigten Konditionen gekauft hat. Beide sind sich einig, dass am Anfang einer Sportkarriere die Balance zwischen Arbeitspensum, Training und Finanzen eine grosse Herausforderung ist. In der City-Garage AG haben sie dafür einen wertvollen Partner gefunden.

Kundennähe und maximale Leistung

Im Gegenzug sind Salomé Kora und Christian Alther bei diversen Veranstaltungen der City-Garage AG anzutreffen. So beteiligte sich Kora bei den Eröffnungsfeierlichkeiten des Neubaus letzten September am Podiumsgespräch und gab während den Tagen der offenen Tür eine Autogrammstunde. Christian Alther war während den Renault und Dacia Tage im Januar mit von der Partie und unterstützte die Gäste beim Luftgewehrschiessen mit Insider-Tipps.



Die City-Garage AG in St.Gallen schloss 2017 mit der 23jährigen Sprinterin Salomé Kora aus Arnegg einen Sponsoring-Vertrag ab, seit Anfang dieses Jahres unterstützt sie zudem den 21jährigen Sportschützen Christian Alther aus Grub (SG). «Salomé Kora und Christian Alther leisten Enormes, um ihre Ziele zu verfolgen und Top-Leistungen zu erbringen», betont Gregor Bucher, Geschäftsführer der City-Garage AG.

Die City-Garage AG wählt ihre Markenbotschafter nicht zufällig aus: «Der Einsatz, den Salomé Kora und Christian Alther täglich leisten, um ihr maximales Niveau zu erreichen, widerspiegelt das Selbstverständnis der City-Garage AG, Topleistungen zu erbringen», erklärt Bucher. Der topmodern ausgestattete Neubau an der Zürcher Strasse 511 bietet dazu beste Voraussetzungen.

Ein kleines Kunststoffstück mit hoher Komplexität

Die Gewinnerin des Prix SVC Ostschweiz 2018 heisst Corvaglia Holding AG aus Eschlikon. Das Thurgauer Unternehmen stellt ein Alltagsprodukt her, das jeder regelmässig in den Händen hat: Verschlüsse von PET-Flaschen. Gemeinsam mit Partnerunternehmen rund um den Globus ist die Firma jährlich verantwortlich für die Produktion von 80 Milliarden Verschlüssen.

Der Ursprung der diesjährigen «Prix SVC»-Gewinnerin liegt fast drei Jahrzehnte zurück. Romeo Corvaglia hat die Firma 1991 als Entwicklungsunternehmen gegründet. Begonnen hat Corvaglia mit der Entwicklung von Spritzgussformen für die Herstellung von Verschlüssen. Schon ein Jahr nach der Gründung konnte das Unternehmen erste Anlagen zur Produktion von Verschlüssen nach China und Korea verkaufen, 1997 übernahm es die «Werkzeugbau Kellenberger AG» in Kaltenbach TG, 2004 wurde in Ixtlahuaca, Mexiko, eine Produktion entwickelt. Ein Jahr später übernahm Corvaglia ein Fabrikationsgebäude in Eschlikon, wo seit 2007 auch der Hauptsitz der damals gegründeten Corvaglia Holding AG ist.

In Eschlikon produziert das Unternehmen jährlich zwei Milliarden Verschlüsse, sechs Milliarden sind es innerhalb der Gruppe, 80 Milliarden gemeinsam mit den Partnerunternehmen weltweit.

Enorme Volumen

In Eschlikon produziert das Unternehmen jährlich zwei Milliarden Verschlüsse, sechs Milliarden sind es innerhalb der Gruppe, 80 Milliarden gemeinsam mit den Partnerunternehmen weltweit. Von Eschlikon aus, wo man 150 Mitarbeitende beschäftigt, beliefert Corvaglia mit Verschlüssen vorwiegend das nahe Ausland, wobei Italien den wichtigsten Markt darstellt. «Hier produzierte Sportverschlüsse exportieren wir aber auch in weiter entfernte Märkte, und die Formen in die ganze Welt», erklärt CEO Michael Krueger. In Mexiko stelle man vorwiegend Verschlüsse für den Heimmarkt und das umliegende Ausland her. «Im Herbst eröffnen wir eine Produktion in den USA. Diese wird ausschliesslich für den nordamerikanischen Markt produzieren. Wir sind stolz darauf, dass alle grossen Markeninhaber im Getränkektor zu unseren direkten Kunden gehören. Ausserdem

halten wir seit 2007 ununterbrochen den Weltrekord für den leichtesten und damit nachhaltigsten und sparsamsten industriell verwendeten Getränkeverschluss», ergänzt Krueger.

Gestärkt aus Krise hervorgegangen

Auf die grössten Herausforderungen in den vergangenen Jahren angesprochen, nennen Inhaber Romeo Corvaglia und CEO Michael Krueger nicht überraschend die Stärke des Frankens gegenüber Euro und Dollar im Allgemeinen sowie die schlagartige Aufwertung im Januar 2015 im Besonderen. Denn die beiden Schweizer Business Units haben einen Exportanteil von 99 Prozent, alle wichtigen Wettbewerber produzieren im Gegensatz zu Corvaglia in Euro-Ländern. Das habe kurz geschmerzt, man sei aber letztlich gestärkt daraus hervorgegangen.

Vollautomatisierung

Bis Ende dieses Jahres möchte Corvaglia die ganze Verschluss-Produktion in Eschlikon vollautomatisieren. Aus gutem Grund, wie Krueger erklärt: «Intralogistik ist eigentlich verschwendete Energie. Deshalb versuchen wir diese zu eliminieren. Bereits heute werden Verschlüsse im Betrieb nicht mehr wie früher von Menschen transportiert und in Gebinde verpackt. Im Laufe des Jahres werden dann auch Palettisierung und Kommissionierung vollautomatisch erfolgen.» Einen Personalabbau wird es aber dennoch nicht geben. «Wir bauen keine einzige Stelle ab, sondern ermöglichen mit der Automatisierung das massive Wachstum. Statt Verschlüsse in der Gegend herumzuschieben – Intralogistik –, arbeiten Mitarbeitende in der Qualitätssicherung oder in der Logistik beim Versand der Produkte. Das bedeutet für die Mitarbeitenden weniger körperliche, dafür geistig anspruchsvollere Arbeit und wird als deutlicher Fortschritt angesehen.»

Text: Marcel Baumgartner

Bild: Axel Kirchhoff



*Romeo Corvaglia, Inhaber
und VRP der Corvaglia Gruppe*

***Der Gewinner des
Prix SVC Ostschweiz.***

Der Swiss Venture Club gratuliert:



Diplomrang
Büchi Labortechnik AG,
Flawil
Dr. Roger Baumann,
CEO

Diplomrang
Uffer AG,
Savognin
Enrico Uffer,
Inhaber

3. Platz
Namics AG,
St. Gallen
Jürg Stuker, VR
Bernd Schopp, CEO

Diplomrang
MS Direct Group AG,
St. Gallen
Milo Stössel,
VRP

2. Platz
HB-Therm AG,
St. Gallen
Reto Zürcher,
VR und CEO

1. Platz
Corvaglia Gruppe,
Eschlikon
Romeo Corvaglia,
Inhaber und VRP

Goldpartner



Sponsoren



Medienpartner



«Motiviertes Team und starke Produkte»

Die St.Galler HB-Therm AG erreichte beim Prix SVC Ostschweiz den zweiten Platz. Das Unternehmen stellt Temperiergeräte her, die zum Beispiel im Automobilbau, der Smartphoneindustrie und der Medizinaltechnik eingesetzt werden. Weltweit beschäftigt die Firma 130 Menschen, gut 100 arbeiten an den vier Standorten in St.Gallen. Reto Zürcher hat vor sechs Jahren die Geschäftsführung von seinem Vater übernommen.



HB-Therm-CEO Reto Zürcher: «So sind schon einige geniale Lösungen entstanden.»

Reto Zürcher, HB-Therm konnte 2017 den Bestellungseingang gegenüber dem Vorjahr um 60 Prozent steigern. Wie haben Sie das geschafft?

Der Schlüssel zum Erfolg liegt bei den Mitarbeitern, die für HB-Therm täglich ihr Bestes geben. Dank des motivierten Teams und starken Produkten konnten wir in den letzten Jahren den Bekanntheitsgrad von HB-Therm weltweit stark steigern. Als Hersteller von

Beim Spritzgiessen von Kunststoffteilen wie zum Beispiel Kameralinsen sind exakte Werkzeugtemperaturen erforderlich. Unsere Temperiertechnik sorgt dafür, dass diese wichtigen Verarbeitungstemperaturen exakt und reproduzierbar für die Serienfertigung eingehalten werden. Wenn wir uns die Linsenproduktion für Mobiltelefone anschauen, regeln unsere Geräte da die Temperatur für die Form, in der diese Linsen gespritzt werden, indem sie Wärmeenergie über einen Temperierkreislauf zu- und abführen. Als Systemlieferant unterstützen wir unsere Kunden von der Geräteauslegung bis zum lückenlosen After-Sales-Service. Und das dank unserer Vertriebsorganisation in aller Welt.

Sie produzieren aber bloss in St.Gallen.

Ja, wir haben das gesamte Entwicklungs- und Produktions-Know-how in St.Gallen an einem zentralen Standort gebündelt. Unsere Mitarbeiter kennen die Bedürfnisse der anderen Bereiche sehr genau und pflegen einen regen Austausch, um Synergieeffekte in Entwicklung und Produktion vollständig nutzen zu können. So sind schon einige geniale Lösungen entstanden. Gerade durch das Insourcing und die hoch automatisierten Produktionsmaschinen erreichen wir Herstellkosten, die es uns ermöglichen, unsere Produkte zu einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten.

«Die umsatzmässig stärkste Branche ist der Automotive-Sektor: In jedem Auto stecken unzählige Kunststoffteile.»

High-End-Temperiertechnik für die Kunststoffverarbeitung gehören heute unter anderem zahlreiche grosse Automobilzulieferer und Smartphonehersteller zu unseren Kunden. Einige sind von unserer Temperiertechnik so überzeugt, dass sie uns aktiv weiterempfehlen. Das hat gerade in Asien unter den Smartphoneherstellern einen starken Skalierungseffekt erzeugt und ist natürlich das beste Marketing, das man haben kann.

Und in welcher Branche erzielen Sie den grössten Umsatz?

Die umsatzmässig stärkste Branche ist der Automotive-Sektor: In jedem Auto stecken unzählige Kunststoffteile. Wir sehen dort auch ein starkes Wachstum, da mit der Entwicklung der Kunststoffe in Zukunft noch mehr Metallteile durch Kunststoff substituiert werden können.

Wie genau werden Ihre Geräte in der Mobiltelefonherstellung eingesetzt?

Interview: Malolo Kessler
Bild: Stéphanie Engeler

International erfolgreich von St.Gallen aus

Die Fullservice-Digitalagentur Namics gehört mit Sicherheit zu den Unternehmen, die früher oder später zwingend auf die Bühne des Prix SVC Ostschweiz gehörten. Mit dem Platz 3 wurde die kontinuierliche erfolgreiche Arbeit belohnt, die Namics international auszeichnet, deren Herz aber nach wie vor in St.Gallen schlägt.



Namics-CEO
Bernd Schopp.

Es sind bewegte Zeiten für Namics. Erst vor wenigen Monaten bezog das Unternehmen seinen Neubau in St.Gallen, nun wurde es vom SVC mit Platz 3 beim Prix SVC beschenkt. Auch wenn Namics schweizweit und im Ausland präsent ist, so ist ihre Geschichte doch eine echte Ostschweizer Erfolgsstory. Die Ursprünge liegen in der damaligen HSG, als drei Studenten einen digitalen Marktplatz entwickelten, aus dem die Delta Consulting hervorging. Es folgte eine

«Der SVC hat hier ein Unternehmen ausgezeichnet, das nicht einfach «more of the same» bieten will, sondern auf neue Wege setzt.»

wechselhafte Zeit, in der zwischenzeitlich ein grosser Partner einstieg, aus Delta Consulting Namics wurde und der Rückkauf der Anteile dafür sorgte, dass das Unternehmen wieder eigenständig war. Die Expansion Richtung Zürich, Deutschland und Belgrad waren weitere Meilensteine.

Marktführer in der Schweiz

Heute beschäftigt Namics rund 500 Personen, über einen Drittel davon in St.Gallen. Das ist gerade in Zeiten, in denen die meisten Unternehmen Zürich als Mittelpunkt wählen und allenfalls einen kleinen Ableger im Osten gründen, ein wichtiges Signal. Wer mit den

Namics-Verantwortlichen spricht, spürt, dass ihr Bekenntnis zu St.Gallen echt ist. Die Investition in einen stolzen Neubau ist bestes Zeugnis dafür. Allerdings erkannte man früh, dass die Region als «Wiege» wichtig ist, für den nachhaltigen Erfolg aber eine gewisse Ausbreitung nötig ist. In der Schweiz ist Namics in ihrem Bereich Marktführer, stösst aber an Grenzen punkto Wachstum. Das Engagement in Deutschland ist entsprechend folgerichtig, und Namics will dort keineswegs eine Nischenrolle spielen, sondern es zu einem ähnlichen Status bringen wie im Heimmarkt. Diesen Ehrgeiz beim «grossen Nachbarn» hat bisher sonst kein Schweizer Fullservice-Dienstleister aufgebracht. Der SVC hat hier ein Unternehmen ausgezeichnet, das nicht einfach «more of the same» bieten will, sondern auf neue Wege setzt. Bei Namics setzt man deshalb bewusst darauf, alle Kompetenzen unter einem Dach zu vereinen. Der Ansatz: Wer ein durchgängiges Nutzererlebnis schaffen will, muss diese Durchgängigkeit auch in den eigenen Reihen aufweisen. Die Disziplinen Beratung, Design und Technologie arbeiten hier Hand in Hand, und bewusst wird keine von ihnen als wichtiger als die andere empfunden. Die perfekte Lösung entsteht nur, wenn sich die Disziplinen nahtlos ergänzen.

Ostschweizer Kunden

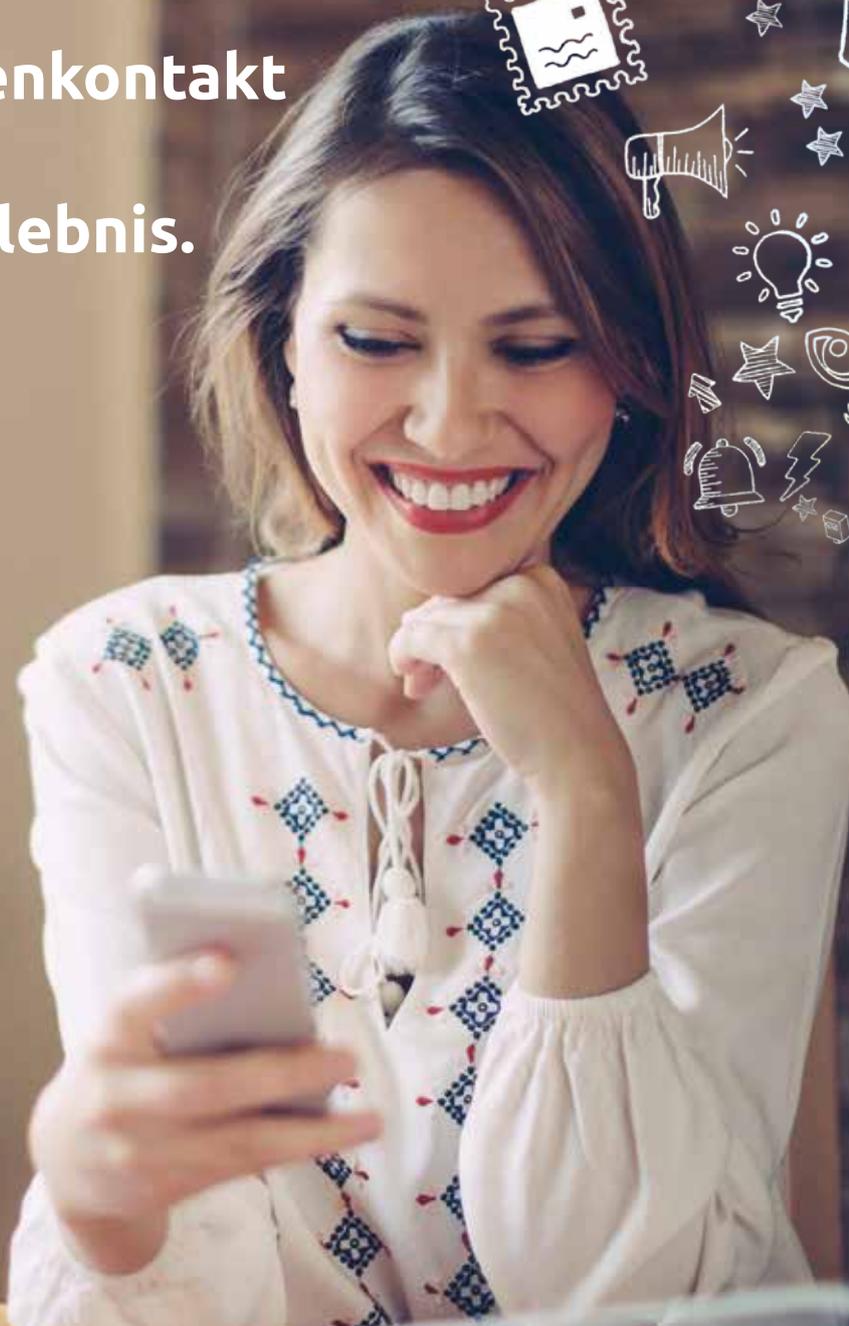
Die «richtige» Wahl beim Prix SVC Ostschweiz ist Namics auch aus anderer Sicht: Viele der Kunden stammen von hier, und auch sie sind bekannte Ostschweizer Marken, beispielsweise Helvetia, die Universität St.Gallen oder Raiffeisen, wobei die Aufzählung nicht abschliessend ist. Typisch für Namics ist, dass die Zusammenarbeit in diesen und vielen weiteren Fällen langjährig ist. Kein Strohfeuer, sondern eine lang anhaltende Glut, auf der sich aufbauen lässt: Das ist die Philosophie von Namics, die seit vielen Jahren Früchte trägt.

Text: Stefan Millius

Bild: Stéphanie Engeler

Wir machen
jeden Kundenkontakt
zu einem
positiven Erlebnis.

www.ms-direct.ch



Als fest in St. Gallen verwurzelt Schweizer Familienunternehmen tragen wir die Leidenschaft in uns, Menschen für unsere Kunden zu begeistern. Unsere ganzheitlichen Lösungen in den Bereichen CRM, Customer Services, Direct Marketing, E-Commerce und Logistics machen unsere Kunden erfolgreicher. Konzentrieren Sie sich als KMU auf Ihre Kernkompetenzen und setzen Sie den richtigen Fokus. MS Direct erledigt den Rest.

full service for customer relations

msdirect

Weltweite Kundennähe: Grundstein und Erfolgsgrund

Das Flawiler Unternehmen Büchi entwickelt und produziert Lösungen, die in Labors zum Einsatz kommen. Während der Sohn des Firmengründers Walter Büchi den Verwaltungsrat präsidiert, ist eine sechsköpfige Geschäftsleitung für die operativen Belange des Familienunternehmens zuständig. Christof Bircher, Mitglied der Geschäftsleitung, erklärt im Interview, was Büchi genau macht und weshalb das wichtigste Büchi-Gerät das «Kleenex der Labortechnik-Branche» ist.

Christof Bircher, Büchi ist aus einer Ein-Mann-Glasbläserei entstanden und beschäftigt heute mehr als 700 Mitarbeitende weltweit. Was waren die Meilensteine?

Das Unternehmen wurde 1939 von Walter Büchi gegründet, er begann als Glasbläser und erhielt schon bald die Möglichkeit, bei einem Grossauftrag Wasserwaagenlibellen zu produzieren – und das in für damals ungewohnt hoher Qualität. 1942 zog er von

Heerbrugg nach Flawil in altes Fabrikgebäude. Der entscheidende Schritt passierte dann 1957. Büchi industrialisierte den Rotationsverdampfer. Es war das erste Gerät dieser Art und ist noch heute ein Verkaufsschlager. In der Labortechnik hat unser Rotationsverdampfer den Stellenwert, den Kleenex in der Taschentuch-Branche hat: Man spricht vom «Roti», auch wenn man ein Gerät eines anderen Herstel-

Wo werden Ihre Geräte heute eingesetzt?

Bei der Entwicklung von Medikamenten zum Beispiel. Mit unserem Equipment werden neue Substanzen entwickelt. Ein weiterer wichtiger Bereich ist die Qualitätskontrolle. Auf Etiketten von Lebensmitteln finden Sie ja jeweils die «Food Facts», dort steht, wie viel Fett oder Protein ein Lebensmittel enthält. Wir entwickeln und produzieren Geräte, um das zu messen. Diese setzen auch Futtermittelhersteller ein: Sie werden nach Fett- und Proteingehalt bezahlt und messen während der Produktion mit unseren Geräten, wie hoch der Gehalt der Substanzen ist.

Sie haben 16 Ländergesellschaften. Wie und weshalb sind diese entstanden?

Schaut man die Grösse unseres Unternehmens an, haben wir relativ viele eigene Ländergesellschaften. Bereits in den 80er-Jahren begannen wir mit dem Aufbau dieser Gesellschaften. Sie sind Grundstein dieses Unternehmens und ein wichtiger Grund für den Erfolg. In der ganzen Geschichte hat die Firma Wert darauf gelegt, nahe beim Kunden zu sein, dessen Bedürfnisse zu erkennen. Wir haben beobachtet, wie Kunden in Labors arbeiten und daraus abgeleitet, wie man gewisse Arbeiten erleichtern könnte. Für uns ist ganz zentral, dass wir auf der ganzen Welt vor Ort vertreten und somit nahe bei den Kunden sind. Und zwar nicht einfach nur durch Distributoren, sondern auch durch eigene Leute.

«Für uns ist ganz zentral, dass wir auf der ganzen Welt vor Ort vertreten sind.»

lers meint. Die Geräte stehen heute praktisch in jedem Labor auf der ganzen Welt. In den 1960er- und 1970er-Jahren begann Büchi dann, neue Geräte zu entwickeln. Das mit dem Ziel, ein breites Angebot an Laborgeräten zu bieten.



Christof Bircher, Mitglied der Geschäftsleitung bei Büchi: «Schaut man die Grösse unseres Unternehmens an, haben wir relativ viele eigene Ländergesellschaften.»

Interview: Malolo Kessler

Bild: Stéphanie Engeler



Unbegrenzte Möglichkeiten: SITAGTEAM!

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

swiss workstyle

SITAG AG

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

info@sitag.ch
www.sitag.ch

SITAG – a Company of the Nowy Styl Group

SITAG
swiss style at work



NEW LEXUS NX

JETZT PROBEFAHREN



NEW NX 300h (2,5-Liter-Vollhybrid, E-FOUR-AWD, 5-türig) CHF 51900,- inkl. MwSt. Ø Verbrauch 5,2 l/100 km, Ø CO₂-Emissionen 121 g/km, CO₂-Emissionen aus der Treibstoff und/oder der Strombereitstellung: 27 g/km, Energieeffizienz-Kategorie B. Abgebildetes Fahrzeug: NEW NX 300h F SPORT (2,5-Liter-Vollhybrid, E-FOUR-AWD, 5-türig) CHF 66900,- inkl. MwSt. Ø Verbrauch 5,3 l/100 km, Ø CO₂-Emissionen 123 g/km, CO₂-Emissionen aus der Treibstoff und/oder der Strombereitstellung: 28 g/km, Energieeffizienz-Kategorie C. Unverbindliche Netto-Preise in CHF, inkl. MwSt. Kraftstoffverbrauch gemessen nach den Vorschriften der Richtlinie 715/2007/EG. Durchschnittswert CO₂-Emissionen aller in der Schweiz immatrikulierten Fahrzeugmodelle: 153 g/km. Lexus Premium Free Service inklusive kostenlose Servicearbeiten bis 10 Jahre oder 100.000 km (es gilt das zuerst Erreichbare) inkl. Grátisersatzwagen zur Sicherstellung der Mobilität.

LEXUS
EXPERIENCE AMAZING



Emil Frey AG, Autopark St. Gallen

Molkenstrasse 3-7, 9006 St. Gallen, www.emil-frey.ch/allrad
Ihr kompetentes 4x4 Zentrum

«Servicedienstleistungen sind gerade heute wichtiger als je zuvor»

Ihr Geschäft ist der Dialog – in allen seinen Formen: Rund 4000 Angestellte arbeiten für die MS Direct Group mit Hauptsitz in St.Gallen. Damit ist das Familienunternehmen die grösste private Schweizer Full-Service-Dienstleisterin für E-Commerce und Kundenbeziehungsmanagement. Im Gespräch mit Milo Stössel, CEO des Unternehmens.



*CEO Milo Stössel:
«Diese Entlassungen
waren selbstverständlich
nicht in unserem Sinne.»*

Milo Stössel, 2008 haben Sie die Geschäftsleitung von Ihrem Vater übernommen, seit seinem Tod 2013 führen Sie die Unternehmensgruppe. Was waren in Ihrer Zeit die grössten Erfolge?

Einer der grössten ist, dass wir alle Übernahmen nahtlos abschliessen konnten und gleichzeitig organisch weitergewachsen sind, ohne dabei das Vertrauen der bestehenden Kunden zu verlieren. Eine grosse Rolle spielen auch die langjährigen Grosskunden wie die Otto-Gruppe, Coop, Mercedes-Benz und Zalando.

«Der Onlinehandel wird sich auch in Sparten ausbreiten, die bisher nicht davon betroffen waren.»

Zuletzt waren Sie wegen Sonntagsarbeit in den Schlagzeilen. Sie mussten einige Mitarbeiter entlassen, die Arbeitsplätze auslagern, was wohl nicht in Ihrem Sinne war.

Nein, diese Entlassungen waren selbstverständlich nicht in unserem Sinne. Der Gesetzesartikel bezüglich

Sonntagsarbeit ist in unseren Augen realitätsfremd: Die Angestellten haben das Bedürfnis zu arbeiten, die Kunden haben das Bedürfnis anzurufen – und es ist schade, dass die Schweiz hier keinen innovativeren und progressiveren Schritt machen können, um dieses Bedürfnis befriedigen zu können.

Die Welt wird immer digitaler. Wie bleiben Sie da mit Kunden im Dialog?

Servicedienstleistungen sind genau in der heutigen Zeit wichtiger als jemals zuvor. Der Gegentrend zur Digitalisierung bringt mehr Serviceanfragen sowie den Wunsch nach einer persönlichen Beratung mit sich. Die Kunden erwarten, auf allen möglichen Kanälen gehört zu werden, was den persönlichen Dialog umso mehr fordert und fördert.

Sie leben auch von der Digitalisierung. Welche Aspekte fordern Ihr Unternehmen besonders?

Aspekte, die uns herausfordern, sind sicherlich die Geschwindigkeit der Digitalisierung sowie die verschiedenen Systeme, die im Zuge dieses Trends entstehen und die wir als Dienstleistungsunternehmen beherrschen müssen. Ein grosses Thema ist auch das Adaptieren und Steigern der Prozesseffizienz.

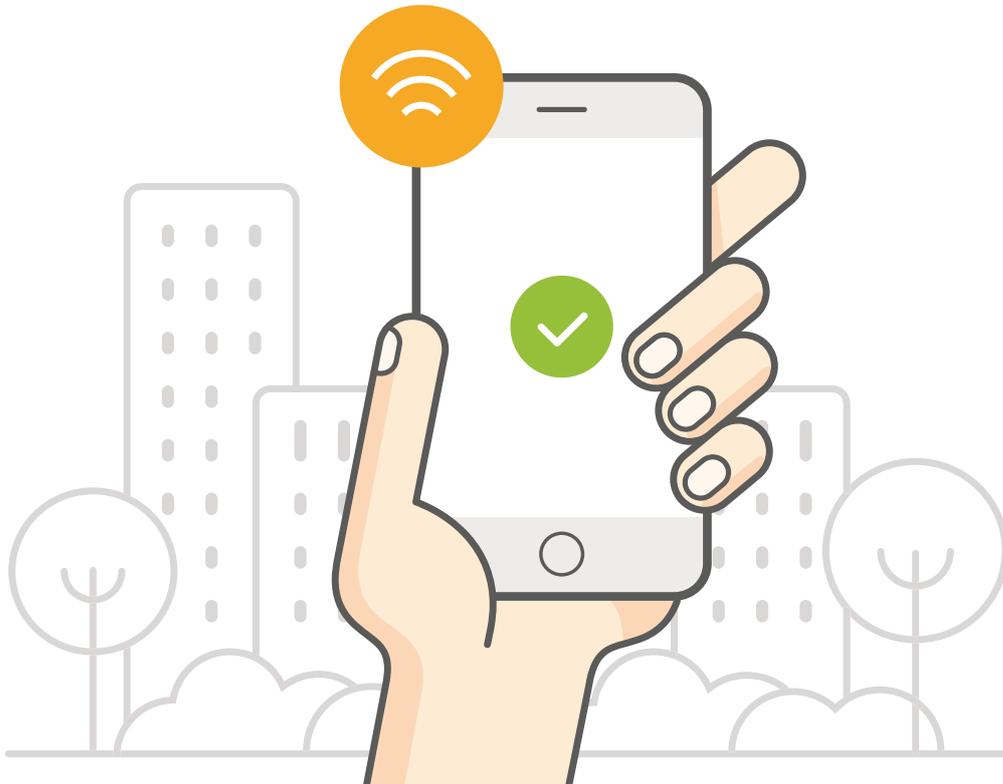
Wie wird sich denn der Onlinehandel weiterentwickeln?

Erst zehn Prozent des Gesamthandels sind Onlinehandel, weshalb hier ein enormes Potenzial vorhanden ist. Der Onlinehandel wird sich auch in Sparten ausbreiten, die bisher nicht davon betroffen waren – beispielsweise der Luxusgütermarkt. Stationäre Händler werden im Sinne von Multichannelüberlegungen ihre Verkaufsaktivitäten auf den Onlinekanal ausweiten – und Onlinehändler werden stationäre Verkaufspunkte installieren.

Interview: Malolo Kessler

Bild: Stéphanie Engeler

Abacus gratuliert allen nominierten Unternehmen



Beschleunigen Sie Ihre Arbeitsprozesse mit der Business-App AbaCliK und vermeiden Sie Mehrfacherfassungen dank der Synchronisation mit der Abacus Business Software:

- Präsenz- oder Arbeitszeiten
- Leistungen, Spesen, Quittungen
- Persönliche Daten, Ferientage oder Absenzen (ESS)

www.abaclick.ch

Jetzt kostenlos bei App Store oder Google Play
herunterladen

ABACLICK
by Abacus

Digitalisierung als Chance für Berg- und Randregionen

Holzbau, Element- und Modulbau, Trockenbau, Hoch- und Tiefbau sowie Sicherstellung von Elektromobilität in der Standortregion – die Uffer AG ist breit aufgestellt. Als einer der grössten Arbeitgeber der Region beschäftigt die Uffer AG rund 80 Mitarbeitende an ihrem Standort in Savognin. Im Gespräch mit CEO Enrico Uffer.

Enrico Uffer, Ihr Unternehmen beschäftigt über 80 Mitarbeiter, Sie haben verschiedene Tochterfirmen, letzten Sommer haben Sie sich mit Partnern zusammengetan. Sind Sie noch ein Familienunternehmen?

Auf jeden Fall! Das hat meines Erachtens auch nicht hauptsächlich mit der Grösse zu tun, sondern mit der Art und Weise zu denken und zu handeln. Die Partnerschaften, die wir eingegangen sind, stärken uns für die Herausforderungen der Zukunft und öffnen unseren Horizont für Themen ausserhalb unseres Kerngeschäftes. Das ist extrem wichtig und hält uns wach für die Veränderungen unserer Zeit.

«Die schnellen Veränderungen unserer Zeit haben auch die relativ träge Bauwirtschaft in der Schweiz erreicht.»

Welche Veränderungen sind das?

Die Digitalisierung wird die Baubranche in Zukunft extrem verändern. Es ist die Aufgabe und Verant-



CEO Enrico Uffer:
«Wir wollen uns nicht in erster Linie abheben.»

wortung der Arbeitgeber, die Mitarbeiter in dieses neue Zeitalter mitzunehmen. Veränderungen der Arbeitsprozesse müssen stufengerecht und sehr individuell erfolgen. Die Angestellten dürfen bei der Entwicklung neuer Methoden weder überfordert noch ausgeschlossen werden. Wir können es uns nicht leisten, dass einzelne auf der Strecke blieben. Ich sehe die Digitalisierung vor allem als grosse Chance für die Berg- und Randregionen. Die digitale Entwicklung hilft uns, den Weg zu nationalen und internationalen Märkten besser zu finden.

Planen Sie eine Expansion?

Eine KMU-Familienunternehmung plant in der Regel keine Expansion, sie macht einfach einen möglichst guten Job und passt ihre Kapazitäten der Auftragslage und Nachfrage an. Es sind auch selten Aktionäre da, die Wachstum und Dividenden fordern. Wir haben uns einfach immer weiterentwickelt und machen das auch in Zukunft so. Dafür braucht es keinen Plan.

Dann haben Sie auch keine konkrete Vorstellung, wie sich Ihr Unternehmen in den nächsten zehn Jahren entwickeln soll?

Wir machen keine Pläne über drei Jahre hinaus. Die schnellen Veränderungen unserer Zeit haben auch die relativ träge Bauwirtschaft in der Schweiz erreicht. Wenn es uns gelingt, nachhaltig Arbeitsplätze in unserer Randregion zu erhalten und wir mit Fairness und Anstand arbeiten können, ist das schon ein grosses Glück. Mehr dürfen wir nicht erwarten.

Und was hebt Uffer noch von anderen Holzbauunternehmen ab?

Wir wollen uns nicht in erster Linie abheben. Wir versuchen einfach, im hart umkämpften Baumarkt innovative Produkte und Dienstleistungen anzubieten.

Interview: Malolo Kessler

Bild: zVg

Ein Kraftakt

In der 13-köpfigen Jury, die den Sieger des Prix SVC Ostschweiz 2018 kürt, werde teilweise hart gerungen. Jurymitglied Gian Bazzi, Inhaber der «Die Mobiliar Generalagentur St.Gallen», erklärt, mit welchen Massnahmen das Gremium seine Unabhängigkeit wahrt und welche Aspekte die Tätigkeit besonders spannend machen.



*Jurymitglied Gian Bazzi:
«Das hervorragende
Image des Prix SVC
Ostschweiz und die
Glaubwürdigkeit der
Jury dürfen auf keinen
Fall gefährdet werden.»*

Gian Bazzi, was hat Sie in erster Linie dazu bewogen, Teil der Jury vom Prix SVC Ostschweiz zu werden?

Ich musste nicht lange überlegen: Den Swiss Venture Club kenne ich seit Langem und schätze sein Engagement für die KMU sehr. Für mich ist es eine Ehre, Jurymitglied beim Prix SVC Ostschweiz zu sein. Zudem engagiert sich meine Gesellschaft bereits seit Jahren beim SVC schweizweit als Goldsponsor. Kommt hinzu, dass ich als Generalagent der «Mobiliar» in St.Gallen beruflich intensiv mit einer Vielzahl von KMU unterschiedlicher Grösse und aus verschiedensten Branchen in Kontakt bin. KMU sind für mich eine Herzensangelegenheit. Deshalb engagiere ich mich auch an vorderster Front im Gewerbe Stadt St.Gallen. Und: Der SVC bietet ausgezeichnete Plattformen, um den Austausch zwischen KMU zu fördern. Ich bin also stolz, als Jurymitglied dazu beizutragen, die Leistungen herausragender Unternehmen in der Region gebührend zu würdigen.

In Ihrer Funktion als Mobiliar-Generalagent in St.Gallen dürften Sie das eine oder andere Unternehmen, das in der Juryrunde behandelt wurde, auch persönlich kennen. Tritt man in solchen Momenten quasi in den Ausstand?

Die Jury hat eine klare Haltung: Es darf zu keiner Zeit der Eindruck entstehen, etwas könnte nicht mit rechten Dingen zugegangen sein. Die Tatsache alleine, einen Kandidaten persönlich zu kennen ist aber noch kein Grund, in den Ausstand zu treten. Vertieftes Wissen über eine Unternehmung kann sogar erwünscht und für eine gute Juryarbeit nützlich sein. Aber: Wir arbeiten sehr transparent. Jedes Mitglied legt offen, wenn es eine Unternehmung, deren Eigentümer oder CEO besonders gut kennt beziehungsweise enge geschäftliche oder spezielle persönliche Beziehungen bestehen. Das hervorragende Image des Prix SVC Ostschweiz und die Glaubwürdigkeit der Jury dürfen auf keinen Fall gefährdet werden. Bei Anzeichen, ich könnte nicht ganz unabhängig sein oder gar einen Interessenkonflikt haben, trete ich in den Ausstand, wie alle anderen Jurymitglieder im gleichen Fall auch.

Und wie erlebten Sie die Jurydiskussionen?

Ich fand die Diskussionen äusserst intensiv und engagiert, dabei immer fundiert und sachbezogen. Wir arbeiten und argumentieren innerhalb der Jury ja nicht im luftleeren Raum, sondern anhand eines professionellen Kriterienkatalogs, der uns alle in der Sache verbindet. Es gab nicht den einen oder die zwei, drei besonders umstrittene Punkte. In der Jury herrscht eine tolle Gesprächs- und Diskussionskultur, getragen von der Bereitschaft zuzuhören und von gegenseitigem Respekt vor den Argumenten des anderen. Deshalb konnten wir so intensiv debattieren, unterschiedliche Meinungen offen vertreten und mit Emotionen und Begeisterung darum ringen, die besten KMU als Preisträger zu nominieren. Das war ein richtiger «Kraftakt».

Was sind letztlich die spannendsten Aspekte der Jurytätigkeit?

Der gesamte Austausch innerhalb der Jury ist spannend und besonders für einen «Neuen» wie mich

lehrreich. Es bietet sich die Chance zu vielen guten Begegnungen mit Menschen und Unternehmen. Ein Höhepunkt war sicher der Besuch der sechs Finalisten an zwei Tagen mit der kompletten Jury: Viele Zahlen und Fakten hatten wir zuvor nach klaren Kriterien geordnet, besprochen und bewertet. Aber bei diesem Treffen spürt man die Menschen, die Kultur, den Spirit, die Philosophie hinter der Unternehmung. Erst damit hat sich für mich das Bild vom jeweiligen Unternehmen vervollständigt.

«Wir arbeiten und argumentieren innerhalb der Jury nicht im luftleeren Raum, sondern anhand eines professionellen Kriterienkatalogs.»

Und wie schwer war es letztlich, sich auf die sechs Finalisten zu einigen?

Ich fand es herausfordernd, diese Wahl zu treffen. Die Jury kann sich zwar bei der Auswahl der Finalisten auf einen erprobten mehrstufigen Nominationsprozess und klar definierte Kriterien stützen. Das hilft sehr. Trotzdem wurde hart gerungen. Es war aber eine schöne, spannende Aufgabe, gerade wegen der intensiven Bearbeitung und Diskussion der Dossiers in der Jury. Beim Schlussscheid ging es dann oft nur noch um Nuancen, die den Ausschlag gaben.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: Stéphanie Engeler

Die Jury des Prix SVC Ostschweiz 2018

Prof. Dr. Thomas Zellweger, Jurypräsident, Direktor Center for Family Business, Universität St.Gallen
 Gian Bazzi, Generalagent/Inhaber Die Mobiliar Generalagentur St.Gallen
 Christine Bolt, Leiterin Lesermarkt, Stv. Leitung St.Galler Tagblatt AG
 Heinrich Christen, Managing Partner Regions Switzerland and Liechtenstein Ernst & Young AG
 Andreas Etter, Partner Investnet AG, VRP Optiprint AG
 Andrea Fanzun, Geschäftsführender Partner Fanzun AG
 Remo Krucker, Sales Director East Enterprise Customers Swisscom (Schweiz) AG
 Ruth Metzler-Arnold, VRP Switzerland Global Enterprise, VRP Aquila, VR Bühler AG, VR AXA Winterthur, VR FehrAdvice, Universitätsrätin HSG
 Andreas Schmidheini, CEO/Mitinhaber Varioprint AG
 Peter Schütz, Inhaber Letrona AG
 Christian Sieber, CEO/Mitinhaber Sieber Transport AG
 Esther von Ziegler, VR/Mitinhaberin azinova group AG
 Christoph Zeller, Leiter KMU-Region Ostschweiz Credit Suisse AG

Eine Motivations-spritze

Gewinnerin des Prix SVC Ostschweiz 2016 war die Berlinger-Gruppe aus Ganter-schwil, die innovative, präzise Elektronik- und Softwareprodukte sowie international standardisierte Dopingkontrollsysteme entwickelt und weltweit vertreibt. Kurzin-terview mit Unterneh-merin Andrea Berlinger Schwyter.



Andrea Berlinger Schwyter, CEO Berlinger Group

Andrea Berlinger Schwyter, es ist bereits wieder zwei Jahre her, seit Ihr Unternehmen mit dem Prix SVC Ostschweiz ausgezeichnet wurde. Hat der Preis bei Ihnen im Betrieb einen gewissen Schub ausgelöst?

Ja. Es war eine tolle Motivations-spritze für die ganze Berlinger Mannschaft.

Wie nachhaltig ist eine solche Auszeichnung? Können Sie noch heute davon profitieren?

Durch den Preis wurde unser Netzwerk in der Schweizer Wirtschaft schlagartig vergrößert und vertieft sich auch jetzt noch ständig. Der grosszügige erste Preis, den wir vom KMU-Zentrum der HSG erhalten haben, liess unser Kader zusätzlich von zwei sehr inspirierenden Seminarblöcken profitieren. Der zweite fand erst kürzlich statt, somit hatte der Preis auch Ausstrahlung bis heute.

Gab es Bereiche rund um den Prix SVC, die Sie besonders überrascht haben?

Das grosse Wohlwollen, die positiven Reaktionen, die Anerkennung und das Interesse bisher unbekannter Personen oder Organisationen waren schon sehr eindrücklich. Wir hatten keine Erwartungen – so war das wirklich überraschend.

Gewisse sportliche Grossanlässe der nächsten Zeit dürften Ihr Unternehmen direkt betreffen. Welche Meilensteine stehen 2018 und darüber hinaus an?

Sicher unser neu gegründetes «Innovation-Centre», das 2018 als Profitcenter den Betrieb aufnehmen wird. Als Unternehmer wollen mein Mann und ich uns die Freiheit erhalten, auch einmal an etwas tüfteln zu können, das vielleicht nicht gerade sofort gewinnbringend ist. Damit dies losgelöst vom Entwicklungsprozess geschehen kann, riefen wir nun das Berlinger «Innovation-Centre» ins Leben und sind gespannt auf die Früchte, die es in Zukunft tragen wird.



Alpsteinzaun+Tor: Erfahrene Profis im Grenzbereich

Haben Sie sich schon mal geachtet, wie viel Schutz und heimelige Geborgenheit ein simpler Zaun vermittelt? Ist Ihnen schon mal aufgefallen, wie dekorativ ein moderner Zaun für ein Haus oder einen Garten sein kann? Und haben Sie schon mal bewusst darüber nachgedacht, wie viele neue, spannende Welten sich durch ein Zauntor eröffnen können? Obwohl Zäune und Tore in unserer Umgebung allgegenwärtig sind, werden sie oft viel zu wenig beachtet. Bei Hans Graf und seinem Team von Alpsteinzaun+Tor AG – ehemals Zaunteam Hans Graf GmbH – ist das anders: Hier erhalten Zäune und Tore Tag für Tag die Aufmerksamkeit, die sie verdienen. Kunden ebenso.



*Ihre Zaun- und Torprofis
der Alpsteinzaun+Tor AG*

Hans Graf und sein Team von Alpsteinzaun+Tor bewegen sich schon lange gewandt im Grenzbereich – im wahrsten Sinn des Wortes: Die 25 leidenschaftlichen Profis aus Arnegg haben 20 Jahre Handwerks-Erfahrung im Zaun- und Torbau, und täglich wird es mehr. Alpsteinzaun+Tor, der Spezialist aus der Ostschweiz schlechthin, bietet ein überaus breites Sortiment: Egal ob ein robuster Holzzaun, ein elegant geschwungenes Treppengeländer aus edlem Metall, ein dekorativer Sichtschutz aus Naturmaterialien oder ein Sicherheitstor mit modernster Elektronik – bei Alpsteinzaun+Tor erhalten Sie alles aus einer Hand. Die kompetenten Zaun- und Torbauer beraten Sie persönlich, planen, produzieren und montieren ihren Wunschzaun, ihr vollautomatisches Tor oder das erforderliche Absperrsystem nach Mass und übernehmen auch gleich die Wartung.

Für Events oder Baustellen können Sie auch temporäre Lösungen mieten.

Von Mensch zu Mensch

Obwohl Zäune ja eigentlich der Abgrenzung dienen, setzt Geschäftsführer und Inhaber Hans Graf stets auf viel menschliche Nähe: «Das wichtigste Ziel für uns sind zufriedene Kunden. Dies erreichen wir, indem wir ihnen zuhören, ihre Bedürfnisse erkennen, sie gut beraten und auf Basis des so geschaffenen Vertrauens individuell die beste Lösung für sie finden – von Mensch zu Mensch eben», erklärt der leidenschaftliche Unternehmer. Der Machertyp lebt seine Werte aber genauso nach innen: «Zufriedene und motivierte Mitarbeitende sind die Basis unseres Erfolgs!» Und als anfangs 2017 bei der Firma Alpsteinzäune in Hemberg keine Nachfolgeregelung in Sicht war, hat er das Unternehmen im vergangenen Mai kurzerhand übernommen.

Für Kunden an die sprichwörtliche Grenze gehen

Die vormalige Zaunteam Hans Graf GmbH agiert nun seit November 2017 offiziell als Alpsteinzaun AG und Alpsteintor AG. «Unsere Werte bleiben die gleichen: Mit hoher Qualität, Nachhaltigkeit und Kundennähe waren wir schon vorher in der Region verwurzelt. Daran ändert sich auch bei Alpsteinzaun+Tor nichts», so Hans Graf aufrichtig. «Wir wollen weiter jeden Tag für unsere Kunden sprichwörtlich an die Grenze gehen und aufmerksam nach ihren Wünschen Schutz und Geborgenheit schaffen – indem wir das tun, was wir am besten können: Zäune und Tore bauen!»

Alpsteinzaun AG & Alpsteintor AG

Bächigenstrasse 5 | 9212 Arnegg | T 071 388 08 20
info@alpsteinzaun.ch | www.alpsteinzaun.ch

Die Mikroökonomie der Korruption

**Wo reiner Wettbewerb herrscht, kann es keine Korruption geben.
Korruption am Beispiel einer Kleinstadt erklärt. Von Konrad Hummler.**

Man stelle sich vor, in einer US-amerikanischen Stadt des Mittleren Westens, nennen wir sie Donalds Falls, gebe es eine Anzahl von staatlich konzessionierten Liquor Stores. Von Verkaufsgeschäften also für Wein und stärkere alkoholische Genussmittel. Am Sonntag, dem Tag des Herrn, dürfe jeweils nur ein Geschäft öffnen. Diese Erlaubnis wurde durch die Behörden dem angesehenen Mitbürger O'Hara zugewiesen. O'Hara ist bekannt für seine wohltätigen Gaben an die lokale Kirche, die Stadtbibliothek und das bescheidene, doch akkurat ausgerüstete Medical Center von Donalds Falls. Weniger bekannt – beziehungsweise nur unter jenen, denen am Sonntag halt ab und zu der Schnaps ausgeht – ist der Umstand, dass O'Haras Preisetiketten zwei Seiten haben, eine für den Werktag und eine für den Sonntag. Dann verlangt der Liquorverkäufer nämlich rund 30 Prozent mehr für seine Ware. Nun ja, Sonntagsarbeit kostet halt auch mehr, sagen sich die Behörden von Donalds Falls, und ausserdem schätzen wir O'Haras Wohltätigkeit sehr.

Ökonomische Situation bei Wettbewerb

Die drei untenstehenden Diagramme geben die mikroökonomische Situation von Donalds Falls und Umgebung wieder. Die erste Grafik stellt den Gleichgewichtszustand während der Woche dar, da Wettbewerb herrscht und sich die Preise für Alkoholika auf einem bestimmten Niveau einzupendeln pflegen. Angebot und Nachfrage treffen sich bei einer bestimmten Höhe von Preis P_W («W» steht für Wettbewerb) und Menge X_W . Die Flächen (= Menge mal Preis) KR_W und PR_W geben die ökonomische Situation der Konsumenten und der Produzenten in Form der Konsumenten- beziehungsweise Produzentenren-

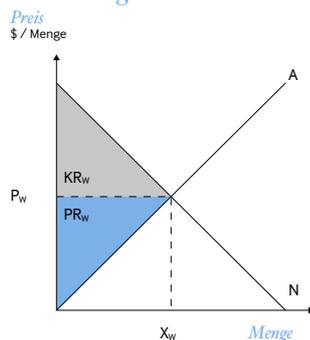
te wieder. «Rente» tönt reichlich theoretisch, denn es scheint ja niemand etwas direkt zu erhalten. Was ist gemeint? Es geht um die Differenz zwischen dem Preis, zu welchem der durstigste aller Alkoholsüchtigen noch eine Flasche erwerben würde, und jenem Preisniveau, für das gerade noch ein Gelegenheits-trinker knapp zuschlägt. Dass sich das allgemeine Preisniveau genau an diesem tiefsten Punkt befindet, bewirkt den Vorteil («Rente»), der allen Konsumenten zuteil wird. Man beachte das Niveau der nachgefragten respektive der angebotenen Menge X_W : sie ist unter Wettbewerbsbedingungen am höchsten. Das ist mithin ein Hauptgrund für die Wettbewerbsbefürwortung der meisten vernünftigen Ökonomen: der volkswirtschaftliche Output fällt am höchsten aus. Vice versa bedeutet die Produzentenrente, dass nicht zum tiefst denkbaren Preis, zu welchem ein von vielen Skaleneffekten gesegneter Anbieter vielleicht seine Ware noch auf den Markt werfen könnte, gehandelt werden muss, sondern zu einem höheren Preis, der in der Regel die Kosten deckt.

Ökonomische Situation im Monopol

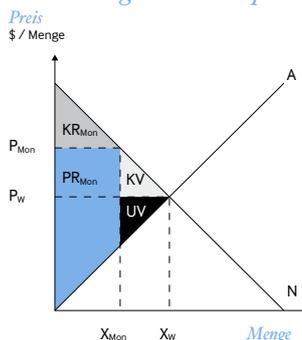
Das mittlere Diagramm zeigt die Situation an den Sonntagen auf. O'Hara erhöht die Preise, ein Teil seiner Kunden akzeptiert es, wenn auch mürrisch. O'Hara geht mit seinen Erhöhungen genau an die Grenze, bei der sich die nichtabstinenten Bürger von Donalds Falls keinen eigenen Vorrat anlegen oder eine stundenlange Fahrt nach Mickey's Holes im Nachbarstaat unternehmen, wo keine Verkaufsbeschränkungen für Alkoholika vorliegen und auch der Sonntagsverkauf völlig frei ist. Die Preisgrenze liegt bei P_{Mon} («Mon» für Monopol), O'Haras Produzen-

Die drei Diagramme geben die mikroökonomische Situation von Donalds Falls und Umgebung wieder.

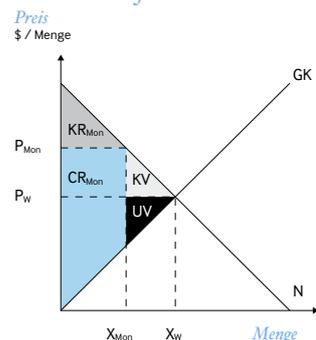
Renditediagramm Wettbewerb



Renditediagramm Monopol



Produktionsfunktion eines Monopolisten





Konrad Hummler:
«Macht oder durch
Macht verliehenes Recht»

«bergsicht»

Dies ist ein Auszug aus der aktuellen Ausgabe 29 der «bergsicht» mit dem Titel «Weniger Korruption».

Die bergsicht stammt aus der Feder von Dr. Konrad Hummler, ehemaliger unbeschränkt haftender Teilhaber von Wegelin & Co. Privatbankiers und nun Partner der M1 AG, einem privaten Think-Tank für strategische Beratung von Unternehmungen. Mehr Informationen finden Sie auf www.m1ag.ch.

tenrente erhöht sich um die Fläche PRMon, wobei er aber aufgrund der höheren Preise weniger Umsatzmacht (entsprechend dem Dreieck UV). Die Produzentenrente kommt für O'Hara in baren Dollarnoten daher und ist nunmehr gar nicht theoretischer Natur! Auf der Konsumentenseite resultiert demgegenüber einerseits ein Opportunitätsverlust im Sinne eines Verzichts auf Alkoholgetränke, andererseits ein tieferer Griff ins Portemonnaie, ein Cash-Verlust also (KV).

«Die meisten Monopole sind von Menschenhand geschaffen.»

Ökonomische Situation bei Korruption

Und die Korruption? Nun, Mister O'Hara ist ja nicht nur ein unbescholtener Bürger, sondern sogar ein Wohltäter an seinen Mitbürgern, weit weg davon, im Sinne des Strafgesetzbuchs «einem Beamten... im Zusammenhang mit dessen amtlicher Tätigkeit für eine pflichtwidrige oder eine im Ermessen stehende Handlung... einen nicht gebührenden Vorteil... zu gewähren». Wenn er nicht gerade selber im Liquor Store steht, singt er am Sonntagmorgen in der Kirche lautstark mit. Böse Menschen kennen keine Lieder, nicht wahr. Dennoch: Was er an wohlthätigen Gaben verteilt, hat seinen Ursprung in der Monopolrente PRMon. Mit der Wohltätigkeit «erkauft» sich O'Hara sein Sonntagsmonopol. Die rechte Grafik zeigt auf, dass der für solche und ähnliche Zwecke zur Verfügung stehende Betrag CR («C» für Corruption, wir sind ja in Amerika...) im schlechtesten Fall der Monopolrente gleichkommt.

Monopol und Korruption: eine ähnliche Logik

Das für korrupte und ähnliche Zwecke zur Verfügung stehende Substrat ist substantiell; es entspricht einer Umverteilung eines Teils der Konsumenten- und der Produzentenrente. Als Umverteilung fließen die Beträge in die Volkswirtschaft zurück und sind insofern makroökonomisch neutral. Der volkswirtschaftliche Verlust jedoch besteht im Umsatzverlust auf Produzentenseite und im Wohlfahrtsverlust des Konsumenten. Auf diese nichthomogene Charakteristik – Umverteilung hier, Umsatz- und

Wohlfahrtsverlust da – und auf die Verknüpfung mit natürlichen und künstlich geschaffenen Monopolsituationen ist meines Erachtens das Vorhandensein der in praktisch allen Gesellschaftssystemen der Welt vorkommenden und irgendwie akzeptierten Korruption zurückzuführen. Desgleichen der Umstand, dass sämtliche Bemühungen, sie zu eliminieren oder wenigstens zu reduzieren, hoffnungslos im Sand verlaufen. Denn es ist a priori nicht grundsätzlich falsch, Monopolrenten umzuverteilen, ganz im Gegenteil! Was in Donalds Falls geschieht, nämlich das grosszügige Sponsoring von Kirche, Stadtbibliothek und Gesundheitszentrum, ist denn auch vergleichsweise harmlos. Ja, man kann füglich behaupten, dass kulturelles und soziales Leben ohne solche Mechanismen zur Umverteilung von Monopolrenten weitgehend zum Erliegen kämen.

Dennoch, die Grundproblematik des Wohlfahrtsverlusts und mithin des zu tiefen Outputs und Wachstums kann nicht wegdiskutiert werden, und bedeutender noch, das unselige und letztlich jede Moralität aushöhlende Zusammenspiel zwischen Politik als Inhaberin von Macht und Gewalt und als Instanz zur offenen und auch versteckten Umverteilung. Denn ja, es gibt natürliche Monopole und damit auch entsprechende Notwendigkeiten zur Abschöpfung und Umverteilung einer Rente. Aber die allermeisten Monopole und monopolähnlichen Situationen sind von Menschenhand geschaffen, ja, es besteht ein riesiger Anreiz für das politische System, durch Monopolbildung Substrat zu schaffen, das zur Umverteilung durch Korruption und korruptionsähnliche Tatbestände zur Verfügung steht.

Schlussfolgerung

Ohne Macht oder durch Macht verliehenes Recht, einen Stau bilden zu dürfen und andere Schlangen stehen zu lassen, entsteht keine Monopolrente, ohne Monopolrente kein Substrat, das für korrupte Zwecke zur Verfügung steht: so die Kausalität. Und im Umkehrschluss: wo reiner Wettbewerb herrscht, kann es keine Korruption geben.

Text: Konrad Hummler

Bilder: zVg

Erfolgsrezepte für den Detailhandel

Zehn Jahre Shopping Arena. Zehn Jahre, in denen die Branche durch den Einkaufstourismus, Onlinehandel und Frankenschocks förmlich durchgerüttelt wurde. Wieso sich das grösste Einkaufszentrum der Ostschweiz in diesem Umfeld bestens behaupten konnte und mit welchen Strategien auch die Zukunft gesichert sein dürfte, erklärt Centerleiter Marc Schäfer im Interview.

Marc Schäfer, als die Shopping Arena vor zehn Jahren erstmals ihre Türen öffnete, galt es in erster Linie, das Center mit Leben zu füllen. Wie rasch ist Ihnen das gelungen?

Man kann diese Fragestellung unter drei verschiedenen Gesichtspunkten angehen. Einerseits ist es uns gelungen, von Beginn an die gesamte Ladenfläche mit attraktiven und auch namhaften Shops zu besetzen. Das wirkte sich auf den zweiten Aspekt aus: Die Besucherfrequenz, die vom Start weg hoch war — und sich fast jährlich steigerte. In den zehn Jahren durften wir total weit über 40 Millionen Besucherinnen und Besucher zählen.

Und der dritte Aspekt?

Der beinhaltet die Emotionen. Die Shopping Arena hat sich nie als reines Sammelsurium von verschiedenen Shops verstanden. Wir wollen Erlebnisse bieten und schaffen. Oder mit anderen Worten: Positive Freizeiterinnerungen. Das ist nur möglich, wenn alle Beteiligten eine gemeinsame Vision verfolgen. Würden nicht sämtliche Mieter sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am selben Strick ziehen, wären wir zum heutigen Zeitpunkt nicht so gut aufgestellt, wie wir es sind.

Einkaufszentren auf der grünen Wiese werden von Marktbeobachtern schon lange als Auslaufmodell abgetan. Die Shopping Arena St. Gallen kann sich aber bestens behaupten. Worauf führen Sie das zurück?

Das Fundament hierfür bildet natürlich in erster Linie der attraktive Mietermix. Sie finden bei uns exklusiv in der Ostschweiz grosse Namen wie IKEA, Mango, Zara, Calzedonia oder Douglas — daneben aber auch mehrere Anbieter aus der Region. Umrahmt wird das Ganze durch ein vielfältiges Gastronomieangebot. Entscheidend ist letztlich aber, dass man nicht stillsteht und stets innovativ bleibt. Es ist ein Spagat zwischen Beständigkeit und Weiterentwicklung.

Mit der IKEA und dem Fussballstadion haben sie zwei perfekte Publikumsmagneten. Wie entscheidend sind diese beiden Faktoren?

Vor allem zu Beginn, als die Shopping Arena noch keine bekannte Marke war, profitierten wir natürlich stark von ihnen. Mittlerweile haben wir uns aber etabliert, und alle drei Partner befruchten sich gegenseitig. Die Kombination ist in der Schweiz



einzigartig. Und wir sind etwas stolz, dass wir eine solche in der Ostschweiz geschaffen haben.

Sie haben den Mietermix angesprochen. Insgesamt finden sich 60 verschiedene Anbieter unter einem Dach. Wie schwer ist es, eine bunte Vielfalt zu erreichen?

Die Shopping Arena ist aufgrund ihrer Ausrichtung, der geografischen Lage und dem Parkplatzangebot sehr attraktiv für Mieter. Wir sind in der komfortablen Lage, über eine Interessenliste mit namhaften Unternehmen zu verfügen, die gerne bei uns vertreten wären.

Ich orientiere mich bei der gesamten Zusammenstellung gerne an meiner aktiven Zeit als Fussballspieler beim FC St. Gallen. Eine Mannschaft ist dann erfolgreich, wenn sie über Spieler mit unterschiedlichen Qualitäten verfügt, die alle zusammen letztlich eine Einheit bilden — und dabei die regionale Verankerung niemals vermissen lassen. Diese Strategie verfolgen wir auch in der Shopping Arena — und mussten daher seit zehn Jahren noch niemals in den «Abstiegskampf». (lacht)

Seit der Eröffnung stand nie auch nur ein einziges Ladenlokal leer. Die Shopping Arena ist auf Rang 9 der umsatzstärksten Shoppingcentren der Schweiz. Eine komfortable Situation. Besteht hierbei nicht die Gefahr, dass man träge wird?

Damit man diese «komfortable Situation» halten kann, bedarf es tagtäglich eines hohen Einsatzes vom gesamten Team. Und wir möchten nicht nur «halten», sondern stecken uns immer wieder neue Ziele, die wir anpeilen.

Welche Ziele haben Sie im Visier?

Einkaufsmöglichkeiten alleine genügen heute nicht mehr, um Kunden – auch neue – anzulocken. Wir sind ein Ort, an dem Jugendliche, Familien, aber auch Rentner ihre Freizeit verbringen. Sie müssen wir mit entsprechenden Angeboten begeistern. In diese Richtung wird die Reise gehen. Erst kürzlich konnten wir unseren Ruf als Innovationsleader in den Bereichen Einkaufs- und Familienerlebnis bestätigen, indem wir mit dem «Bambolino» einen Indoor-Spielplatz ins Konzept integrierten. Es ist ein gutes Beispiel für unsere längerfristige Ausrichtung: Einkaufen, Freizeit und Unterhaltung zu verschmelzen. Dadurch kann der Detailhandel auch in den nächsten Jahren erfolgreich bleiben – und das trotz Einkaufstourismus und Onlinehandel. Und die Basis dafür ist perfekt. Schliesslich hat die Shopping Arena schon in den vergangenen zehn Jahren aufgezeigt, dass sie für

jeden etwas zu bieten hat, dass sie ein Platz ist, an dem man gerne seine Freizeit verbringt.

Mit dieser Ausrichtung kann man dem Onlinehandel entgegenretten. Aber ist es auch das Rezept gegen den Einkaufstourismus?

Ganz klar: Ja. Sehen Sie sich die Entwicklungen der vergangenen Jahre an. Wie und wo wir unsere Freizeit verbringen, trägt erheblich zur Lebensqualität bei. Lohnt es sich, wegen ein paar Franken lange Fahrzeiten mit Staus und Parkplatzproblemen in Kauf zu nehmen – und das in der kostbaren Freizeit? Sie werden am Abend entspannter sein, wenn sie das Notwendige mit dem Wünschbaren kombinieren können – an einem Ort in der Region, der alles unter einem Dach vereint.

Nicht nur die Shopping Arena kann auf zehn Jahre zurückblicken. Auch Sie sind bereits ein Jahrzehnt als Centerleiter tätig, waren gar in die Planung und Realisation involviert. Werden Sie auch auf dieses Jubiläum anstossen?

Vielleicht werde ich irgendwann bei einem Glas Wein auf die vergangenen zehn Jahre zurückblicken. Vorerst stehen aber die Jubiläums-Aktivitäten für unsere Besucherinnen und Besucher im Zentrum. Wir wollen uns bei ihnen in den nächsten Monaten mit zahlreichen attraktiven Erlebnissen und Überraschungen für die Treue bedanken.



Zur Shopping Arena

Mit der Shopping Arena im Westen von St. Gallen wurde vor zehn Jahren ein neuer Anziehungspunkt in der Region geschaffen – mit überregionaler Ausstrahlung. Ein vielfältiger Mietermix, bestehend aus 60 internationalen wie auch regionalen Marken, verbunden mit einem attraktiven Parkplatzangebot und einer optimalen Lage, lockt alljährlich über vier Millionen Besucherinnen und Besucher an.

Zuständig für das Center Management der Shopping Arena ist Wincasa – der führende Immobilien-Dienstleister der Schweiz. Wincasa (www.wincasa.ch) bietet seinen Kunden ein Dienstleistungsportfolio entlang des gesamten Lebenszyklus einer Immobilie – mit der Expertise von 860 Spezialisten, an 25 Standorten, aus einer Hand.

Bis Anfang Juni feiert das grösste Einkaufszentrum der Ostschweiz sein 10-Jahre-Jubiläum. Auch optisch hat es sich leicht verändert. Seit Ende Februar ziert ein neues Logo das Gebäude. Mehr zum Jubiläum unter: www.shopping-arena.ch/10jahre

Fakten

<p>Eröffnung: 6. März 2008</p> <p>Besucher (2017): 4,2 Mio.</p> <p>Umsatz (2017): 216 Mio.</p>	<p>Ranking: Nr. 9 der umsatzstärksten Einkaufszentren der Schweiz</p> <p>Parkplätze: 1100</p> <p>Anzahl Shops: 60</p> <p>Mitarbeitende: 600</p> <p>Fläche: 50 000 m²</p>
---	--



Rechsteiner tritt erneut an



Am 26. August feiert Paul Rechsteiner seinen 66. Geburtstag. Doch der Rechtsanwalt denkt nicht an Ruhestand: Mitte März hat er verkündet, dass er zwar das Präsidium des Schweiz. Gewerkschaftsbundes per Ende 2018 abgeben werde, ebenso aber, dass er 2019 ein weiteres Mal als Ständerat kandidieren wolle. Der SP-Politiker wurde Mitte 1986 in den Nationalrat gewählt, wo er 25 Jahre politisierte, bevor er Ende 2011 in die kleine Kammer «wechselte». **Stand heute verfügt er demnach über 32 Jahre Erfahrung im Parlament.**

Abacus mit zweistelligen Wachstumsraten

Das Wittenbacher Softwareunternehmen Abacus Research hat 2017 seinen konsolidierten Gesamtumsatz gegenüber dem Vorjahr ein weiteres Mal um 12,3 Prozent erhöht. **Dabei ist der Absatz herkömmlicher Softwarelizenzen auf ein Langzeit-Hoch gestiegen.**

Fortimo weiterhin auf Wachstumskurs



Das St. Galler Immobilienunternehmen Fortimo Group ist erfolgreich unterwegs. **Liegenschaftsbestand und Eigenkapital konnten im 2017 deutlich gesteigert werden.** Die Projektentwicklungen schreiten planmässig voran.

Acrevis macht mehr Gewinn

Die St. Galler Acrevis Bank AG konnte das Geschäftsjahr 2017 erfolgreich abschliessen: Bruttogewinn, Erfolg aus operativer Tätigkeit, Geschäftserfolg und Gewinn liegen deutlich über den Vorjahreswerten. **Das Wachstum der Kunden- und Depotgelder übertrifft die Erwartungen und die Entwicklung der letzten Jahre deutlich.** Der Jahresgewinn stieg um über drei Prozent auf 18.9 Millionen Franken.

Kriemler unter den Stilvollsten

In der «Stil»-Ausgabe der «NZZ am Sonntag» vom 25. Februar wurden die 50 stilvollsten Schweizer Persönlichkeiten gekürt. **In die Top-Drei der Männer hat es Designer Albert Kriemler aus St. Gallen geschafft.**

Arbonia wächst weiter

Die Arbonia erhöhte den Konzernumsatz inklusive der aufgegebenen Geschäftsbereiche (Conducta und die Businessunit Profilsysteme) um 38.5 Prozent auf 1378.5 Millionen Franken. Währungs- und akquisitionsbereinigter betrug das Wachstum 1.5 Prozent.

Der Konzernumsatz der fortzuführenden Geschäftsbereiche (ohne Conducta und Profilsysteme) steigerte sich um 35.9 Prozent auf 1245.6 Millionen.

Swisshaus wechselt Hauptsitz

Über 4000 Einfamilienhäuser hat Swisshaus seit der Gründung 1996 bereits realisiert. **Jetzt bündelt das bisherige St. Galler Unternehmen seine Kräfte am neuen Hauptsitz in Lenzburg.** Der Schweizer Marktführer im Bau von schlüsselfertigen Einfamilienhäusern bleibt in St. Gallen mit einem neuen Showroom an der Erlachstrasse vertreten.

Aluwag investiert in die Zukunft

Die Niederbürer Aluminiumgiesserei Aluwag AG hat sich für einen Kapazitätsausbau entschieden und wird im Mai eine neue Giesszelle mit 2200 Tonnen Schliesskraft in Betrieb nehmen. **Die neue Giesszelle ist voll automatisiert und somit auf dem neusten Stand der Technik.**

Eugster vertritt die Schweiz



René Eugster von der Altenrheiner «Agentur am Flughafen» ist der einzige Schweizer Juror bei den Caples Awards in London. Diese gehören zu den wichtigsten Directmarketing-Awards der Welt. **Die Jury tagt am 22. und 23. Mai in London, wo auch die Preisverleihung stattfinden wird.**

Hälg Group wächst weiter

Die Ausbaubranche erlebte 2017 ein gutes Jahr, knapp unter den Zahlen des Rekordjahres 2015. Die St.Galler Hälg Group wuchs in diesem Umfeld ebenfalls und steigerte ihren Gesamtumsatz auf 293 Millionen Franken. Dieser Anstieg ist, ebenso wie die symbolische Marke von 1000 Mitarbeitern, die erstmalig überschritten wurde, das Ergebnis einer seit 2015 verfolgten differenzierten und profitablen Wachstumsstrategie. **Zum Wachstum haben alle Geschäftsbereiche beigetragen.**



Ill wird Erster Staatsanwalt

Christoph Ill wird neuer Erster Staatsanwalt des Kantons St.Gallen. **Der 57-Jährige wurde vom Regierungsrat als Nachfolger von Thomas Hansjakob ernannt. Hansjakob war Anfang Januar unerwartet verstorben.** Bis zu Ills Amtsantritt am 1. Oktober wird die Staatsanwaltschaft durch den bisherigen Stellvertreter Thomas Weltert geführt. Ende September wird Weltert pensioniert.

Konzerngewinn gesteigert

Die St.Galler Kantonalbank blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2017 zurück. **Der Konzerngewinn liegt mit 156.0 Millionen Franken um 6.8 Prozent über dem Vorjahr.** Die verwalteten Vermögen steigen um 4.0 Milliarden Franken oder 10.5 Prozent und erreichen mit 42.4 Milliarden einen neuen Höchststand.

Raiffeisen erzielt Rekordgewinn

Die St.Galler Raiffeisen-Gruppe hat im Geschäftsjahr 2017 in allen Geschäftsbereichen zugelegt und weist mit 917,1 Millionen Franken einen neuen Rekordgewinn aus. Zum starken Gewinnanstieg trug auch der Verkauf der Beteiligungen am Versicherer Helvetia und dem Bankensoftware-Unternehmen Avaloq bei. **Im Hypothekengeschäft konnte Raiffeisen im vergangenen Geschäftsjahr erneut schneller als der Markt wachsen.**

Zeitgemäss führen

Mit sechs hochkarätigen Referentinnen und Referenten zeigt der 14. Ostschweizer Personaltag am 7. Juni in St.Gallen wegweisende Trends in der Führung auf.



Barbara Josef, Unternehmerin / Mitinhaberin 5to9.ch, Bloggerin bei HR Today

«Mit der Veränderung der Arbeitswelt durch den technischen Fortschritt muss sich auch die Führung auf jeder Stufe und damit auch die Personalführung verändern.» Davon sind die Personaltag-Organisatoren überzeugt. Worin diese Änderungen bestehen, erfahren Unternehmer und Personalverantwortliche am Personaltag vom 7. Juni, der bereits in die 14. Runde geht und damit auch seine Beliebtheit belegt. Dass der Führungsstil vielerorts dem technischen Wandel hintennach hinkt, ist eine weit verbreitete Erkenntnis. Denn der Mitarbeitende von heute will seine verschiedenen Lebenswelten – Erwerbsarbeit, Familienleben, ehrenamtliche Engagements und Freizeit – miteinander vereinbaren können. Wichtige Stichworte dazu sind berufliche Weiterbildung, Karriereperspektiven, orts- und zeitunabhängiges Arbeiten sowie Möglichkeiten für Sabbaticals.

Führungskräfte, allen voran die Personalverantwortlichen, sind also gefordert, wenn sie qualifizierte Mitarbeitende gewinnen und längerfristig im Unternehmen halten wollen. Darum müssen sich tagtäglich mit den neuen Entwicklungen auseinandersetzen und diese für die eigene unternehmerische Wirklichkeit antizipieren. Am 14. Ostschweizer Personaltag zeigen sechs Referentinnen und Referenten aus verschiedenen Blickwinkeln wegweisende Möglichkeiten auf, wie Führung neu definiert, transformiert und revolutioniert werden kann: Als ausgewiesene Spezialisten im Bereich Führung und Personalwesen sorgen Andreas Staub, Barbara Schaerer, Barbara Josef, Tobias Heinemann und Nicole Brandes für Inspiration – und vielleicht sogar für eine «Revolution» in den eigenen vier Wänden des Unternehmens.

Der LEADER ist Medienpartner des Anlasses. Weitere Informationen unter: www.personalntag.ch



HSG TALENTS Conference

Vom 27. Februar bis 21. März fand dies diesjährige HSG TALENTS Conference statt. Den Auftakt bildete das Opening Panel auf dem Campus der Universität St.Gallen. Nadia Damaso, Robin Pickis und Sandro Poschinger haben als Digital Natives ihre Karrieren selbst kreiert. Am Event boten sie Einblicke in mögliche Chancen und Gefahren, die ein solcher Job mit sich bringt.

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





Horizonte – Konjunktur- und Trendforum

Die Weltwirtschaft blickt auf ein erfreuliches 2017 zurück. In den kommenden Quartalen dürfte sie noch an Breite und Dynamik gewinnen. Positiv zu überraschen vermochte insbesondere die Europäische Union, von der auch 2018 wichtige Impulse kommen werden. Dieses Fazit wurde am Event «Horizonte» der St.Galler Kantonalbank gezogen. Einen vertieften Blick auf die Konjunktur und Trends gab unter anderem Peter Eisenhut von der Ecopol AG.

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





Die Shopping Arena feiert ihren 10. Geburtstag

Am 6. März verbrachten rund 250 Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik und Kultur einen unterhaltsamen Abend an der Shopping-Arena-Jubiläumsfeier in der Olma Halle 3.1. Unter den Gästen: Centerleiter Marc Schäfer, Stadtpräsident Thomas Scheitlin, Regierungsrat Benedikt Würth, Anastasius Tschopp/Swiss Prime Site (Eigentünerin der Shopping Arena), Marcel Odermatt /Ammarkt, Nationalrat Nicolo Paganini, Ivo Forster/FCSG, Ex-Miss-Schweiz Amanda Ammann, Ex-Mister-Schweiz Luca Ruch, Bachelorette Eli Simic, DJ Tanja La Croix und viele mehr.





Disruptive Veränderung

Der Unternehmensspiegel ist der Anlass für St.Galler und Appenzeller KMU und Gewerbebetriebe, um Neues aus der Praxisforschung des Instituts für Unternehmensführung IFU-FHS zu erfahren und sich auszutauschen. Das Thema 2018 dreht sich um disruptive Veränderung. Eine erste Durchführung fand am 14. März im Pfalz Keller St.Gallen statt.

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



9. Unternehmensspiegel Ostschweiz St.Gallen

Begrüssung

Prof. Dr. Sibylle Minder Hochreutener
Leiterin Fachbereich Wirtschaft, Prof. am IFU-FHS St. Gallen



Frauenbonus

Pierin Vincenz hats getan, und Susanne Ruoff hat es auch getan: Sich persönlich dank ihrer Positionen bereichert. In beiden Fällen weiss man (noch) nicht genau, ob legal oder illegal. Der eine aber sitzt in Untersuchungshaft, die andere fest im Sattel.

von Stephan Ziegler



Insgesamt etwa 25 Millionen bezahlten alleine die Ostschweizer Kantone (SG, TG, AR, AI) seit 2007 jährlich an die PostAuto AG. Mit Buchhaltungstricks erreichte die Posttochter, dass ihr Bund und Kantone zu viele Subventionen bezahlten, und erzielte

damit einen – gesetzeswidrigen – Gewinn von rund drei Prozent: 7,5 Millionen schuldet PostAuto der Ostschweiz also im Minimum.

Die illegalen Gewinne, die im subventionierten Geschäft der PostAuto AG angefallen sind, waren innerhalb der Post seit Jahren bekannt. Postchefin Susanne Ruoff musste in den letzten Wochen scheinbar weisgeben, dass sie davon Kenntnis hatte. Zurücktreten will die gelernte Primarlehrerin aber nicht. Und das, obwohl oberste Kader der Post über zehn Jahre toleriert haben, dass in der Buchhaltung der Posttochter PostAuto AG getrickst wurde. Das geschah offenbar, um die vom Konzern – also u. a. von Ruoff – vorgegebenen Gewinnziele zu erreichen.

Die Postkaderleute stehen im Verdacht, damit auch ihre eigenen Löhne aufgebessert zu haben: Ein Blick der «SonntagsZeitung» in die Post-Kaderlohnberichte zeigt, dass deren Löhne und Boni zwischen 2006 und 2016 stark gestiegen sind: 2006 verdiente der Post-CEO noch 790 000 Franken. 2016 erhielt Ruoff schon 975 000 Franken, 24 Prozent mehr. Auch der Lohn der Geschäftsleitungsmitglieder ist um einen Viertel gewachsen. Ruoff und ihre «Gschpännli» in der Post-GL haben

sich also eine üppige Lohnerhöhung zugeschanzt, während die ihnen unterstellte PostAuto AG am grössten Subventionsbetrag der Schweizer Geschichte zimmerete.

Fast gleichzeitig zum PostAuto-Bschiss platzte die Bombe über den Raiffeisen-Bschiss: Der frühere Raiffeisen-Chef Pierin Vincenz soll mit verdeckten Geschäften fast fünf Millionen Franken gemacht haben. Dies fand ebenfalls die «SonntagsZeitung» heraus. Vincenz bestreitet, sich bei den fraglichen Transaktionen unrechtmässig bereichert zu haben. Dies untersucht derzeit die Staatsanwaltschaft – während der Ex-CEO in Untersuchungshaft sitzt.

Susanne Ruoff hingegen sitzt noch im Sattel. Nach langem Zögern hat sich Post-VR-Präsident Urs Schwaller (CVP) nun aber unter öffentlichem Druck dazu bequemt, ein Expertenteam einzusetzen, dass die

Arthur Schopenhauer:

«Kein Geld ist vorteilhafter angewandt, als das, um welches wir uns haben prellen lassen: Denn wir haben dafür unmittelbar Klugheit eingehandelt.»

Post-internen Untersuchungen begutachtet. Gleichzeitig hat das Bundesamt für Polizei ein Verwaltungsstrafverfahren eingeleitet. Das Wichtigste ist, dass nun schonungslos offengelegt wird, wer wieviel wusste und abgezockt hat. Sonst kann schnell der Verdacht aufkommen, dass bei «verschwundenen» Steuergeldern weniger genau hingeschaut wird als bei privaten. Oder bei Frauen weniger als bei Männern.



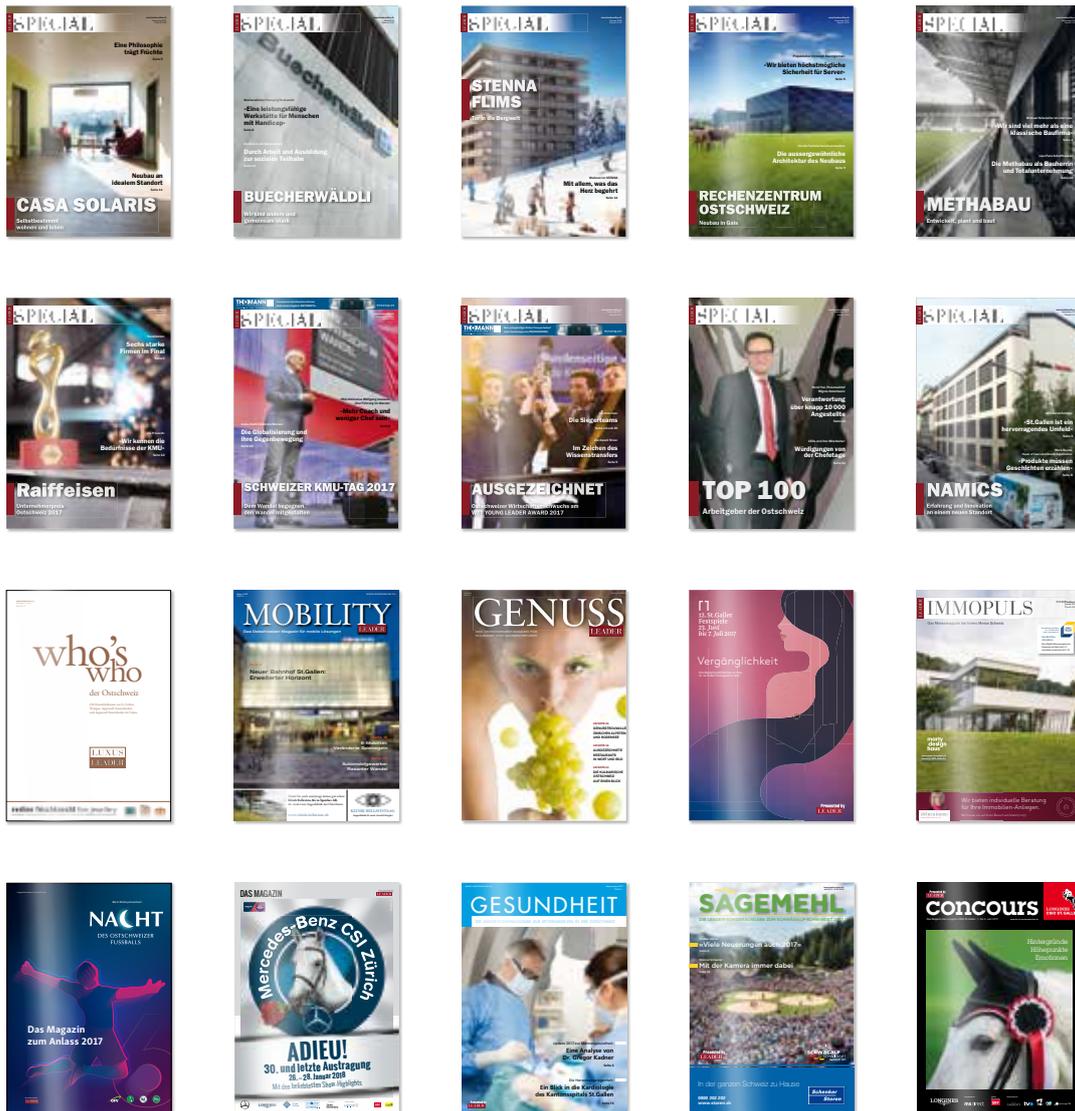
LEADER 02/2018

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
Nathalie Schoch
- Autoren in dieser Ausgabe:** Roland Rino Büchel, Michael Götte, Edith Graf-Litscher, Sven Bradke, Christof Reichmuth, Walter Locher, Konrad Hummler
- Fotografie:** Stéphanie Engeler
Axel Kirchhoff
Gian Kaufmann
- Herausgeberin, Redaktion und Verlag:** MetroComm AG
Bahnhofstrasse 8
9001 St. Gallen
Tel. 071 272 80 50
Fax 071 272 80 51
www.leaderonline.ch
www.metrocomm.ch
leader@metrocomm.ch
- Geschäftsleitung:** Natal Schnetzer
nschnetzer@metrocomm.ch
- Verlags- und Anzeigenleitung:** Martin Schwizer
mschwizer@metrocomm.ch
- Marketingservice/ Aboverwaltung:** 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



LEADER ist eine Marke – und davon profitieren auch Sie!

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

Presented by
LEADER

SPECIAL

Wir gratulieren allen Schweizer Unternehmern.

So auch den Preisträgern des Prix SVC
Ostschweiz 2018 – einer Auszeichnung, welche
die Credit Suisse seit vielen Jahren mit Stolz
unterstützt.

- 1. Preis: Corvaglia Gruppe
 - 2. Preis: HB-Therm AG
 - 3. Preis: Namics AG
- Diplompreise: Büchi Labortechnik AG
MS Direct Group AG
Uffer AG

Als die Bank für Unternehmer und strategischer Partner des Swiss Venture Club fördern wir
das Unternehmertum. Seit 1856.

Sind auch Sie ein Unternehmer, eine Unternehmerin? Dann gratulieren wir auch Ihnen:
Weil Sie mit Ihren Ideen und Ihrer Leistung Wert schöpfen und Arbeitsplätze schaffen.

credit-suisse.com/unternehmer