

**Mehr Ertrag.
Weniger Aufwand.**

«Die richtigen Dinge tun und die Dinge richtig tun.»
Ibi Bertschi, RUZ Begleiterin für Effektivität und Effizienz
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



Peder Koch, Berit Klinik:

«Wir dürfen
den Vorsprung
nicht verlieren»

Seite 34

In dieser Ausgabe:

Ueli Manser, Manuel
Inauen, Evelyne Hennet,
Paul Signer, Daniel
Fässler, Michael Steiner,
Andreas Stössel
und Alexander Bartl.



Weiterbildung, punktgenau!

bzb.

bzbuchs.ch

Experimente der CVP

Dass Paul Rechsteiner (SP) auch
2019 wieder Ständerat werden will,
ist vor allem für die CVP ein harter
Schlag, die ihren Sitz an ihn verlor.

Seite 12

Fokus Appenzell

Die Marke «Appenzell»
ist ein sicherer Wert.
Und das nicht nur vor
der eigenen Haustür

Ab Seite 14

Sauber gemacht.

pronto-ag.ch

Sauber
gemacht **60** Jahre
Pronto

pronto
Wir verstehen mehr
als Reinigung.

**Ablauf- und
Rohrreinigung**

Kanal-Reinigung

Container-Wartung

Mobiltoiletten-Service

Dichtheitsprüfung

*Kamera-Kontrolle der
Liegenschaftsentwässerung*

*Jetzt Termin für
Liegenschafts-Check
vereinbaren!*

ASA-Service AG

Abwasser- und Umwelttechnik

**EINER KAM
DURCH**



www.asa-service.ch

Service-Nr.0848 310 200





An den Menschen vorbei

Das neue «Wahrzeichen» der Stadt St.Gallen, die binäre Uhr am Hauptbahnhof, ist nur ein Beispiel für viele Fälle, in denen sich zeigt: Oben und unten, die politische Führung und die Menschen, die diese wählen, entfremden sich immer mehr. Sie haben nicht dieselbe Vorstellung davon, was gut und richtig ist, was Sinn macht, was finanziert werden soll. In einer offenbar ziemlich dynamischen Verbindung aus Politik, Verwaltung, Arbeitsgruppen und externen «Sachverständigen» entstehen Projekte, über die die Menschen, für die sie eigentlich gedacht sind, nur den Kopf schütteln können. Äussern sie ihr Missfallen oder ihre Zweifel, sind sofort neue Experten zur Hand, die sagen, dass das eben am mangelnden Verständnis für Kunst liege.

Hier geht es nicht in erster Linie um die bereits viel diskutierte binäre Uhr, die vielleicht ein halbes Prozent der Bevölkerung überhaupt lesen kann. Das Problem geht tiefer. Die Filterblase, in der Menschen leben, die Entscheidungen treffen, ist anscheinend ziemlich hermetisch abgedichtet. Die Vorstellungen der ganz normalen Leute von der Strasse dringen da nicht ein. Und tun sie es doch, heisst es einfach: Es muss ja nicht den Geschmack der breiten Masse treffen, es muss etwas Besonderes sein. Die Sache ist nur, dass es stets diese breite Masse ist, die den ganzen Spass finanziert. Und das Gefühl, nichts zu sagen zu haben, nur abliefern zu dürfen, wird am Stammtisch noch stärker.

Die Aufgabe der Politik ist es unter anderem, nachvollziehbar zu sein. Wir wollen das Gefühl haben, dass «die da oben» in unserem Sinn arbeiten. Schliesslich haben wir sie ins Amt gesetzt. Einmal oben, scheint es aber nicht mehr darum zu gehen, die Wähler zu erreichen. Nun will man sich lieber selbst ein Denkmal setzen. Koste es, was es wolle. Denn Kunst am Bau am Bahnhof, von der sich eine Mehrheit angesprochen fühlt, wäre ja schliesslich keine richtige Kunst. Dieses Verständnis ist es, das dazu führt, dass wir immer öfter von teuren Dingen umgeben sind, die eigentlich keiner so richtig haben will – aber wer nicht als ahnungslos gelten will, darf es nicht laut aussprechen. Man kann über Populisten sagen, was man will: Mit ihnen an der Spitze würde das Volk wenigstens das erhalten, was es anspricht.

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-Freund (VR, Vorsitz GL), René Hollenstein (Verkauf), Fadri Cadonau (VR, Vorsitz GL).

Drucken im Sorglos-Paket? Mit uns läuft's perfekt.

Komplettlösungen nach Mass mit cleverer Finanzierung

Schlaue Füchse schonen ihre Ressourcen. Sie nutzen die Vorteile unserer Sorglos-Pakete. Da ist alles drin für effizientes Drucken zu bequemen Monatsraten: Drucker und Software, Service, Verbrauchsmaterial und Finanzierung – ohne Mindestvolumenverpflichtung. Auch der Austausch Ihrer gesamten Bürotechnik ist bei uns ohne Vorinvestition möglich: mit dem beliebten Leistungspaket ‚Alles neu – ohne Vorinvestition‘, samt Auskauf Ihrer alten Geräte.

Auf unseren Service und unsere Lösungen ist dabei jederzeit Verlass. Wir nehmen Qualität persönlich und lassen nicht locker, bis alles stimmt. Mit uns läuft's perfekt.
Wir freuen uns auf Ihren Anruf: 071 274 00 80





Ifolor-CEO Schwarz hört auf

Ifolor-CEO Filip Schwarz hat sich aus dem Kreuzlinger Familienunternehmen zurückgezogen. Interimistischer Nachfolger ist sein Vater Philipp Schwarz, der von Filips Bruder Hannes unterstützt wird. Wie der Fotodienstleister aus Kreuzlingen mitteilt, verlässt CEO Filip Schwarz (35) das Familienunternehmen auf eigenen Wunsch, um sich «neuen Aufgaben zuzuwenden». Schwarz sehe seine Zukunft in einem Start-up. Er gehörte zur dritten Generation der Ifolor-Eignerfamilie.

Die neue Leitung übernimmt interimistisch die zweite Generation: Philipp Schwarz, Ifolor-Verwaltungsratspräsident und Vater des ehemaligen CEOs. Unterstützung erhält er von seinem Sohn Hannes, der CFO von Ifolor ist. Der neue Ifolor-Leiter Philipp Schwarz sagt: «Ich bedauere den Entschluss meines Sohnes Filip und danke ihm sehr herzlich für seinen wertvollen Beitrag zur Modernisierung unseres Familienunternehmens.»

2015 hatte Filip Schwarz als CEO die Firmenleitung übernommen. Insgesamt war der heute 35-Jährige neun Jahre in der Ifolor tätig. 2017 gelang Schwarz mit der Partnerschaft mit Apple ein weltweit beachteter Coup.



- 08 Marcel Baumgartner, LEADER-Chefredaktor**
Wer, wenn nicht die FHS?
- 08 Roland Rino Büchel, SVP-Nationalrat**
Frankreich steht still
- 11 Barbara Gysi, SP-Nationalrätin**
Lohnleichheit ist ein Gebot der Stunde
- 11 Michael Götte, SVP-Fraktionspräsident**
Spitalpolitik: Kanton ist in der Pflicht
- 12 Ständeratswahlen**
Die CVP und ihre Experimente
- 14 Die Marke «Appenzell»**
Appenzell steckt (fast) überall drin
- 16 Ueli Manser, Appenzeller Kantonalbank**
Gesund, klein und überschaubar bleiben
- 18 Manuel Inauen, KUK Electronic AG**
«Wir wollen die Besten sein»
- 19 «Frischloft»**
Appenzell erhält Coworking-Space
- 19 Alba-Gruppe**
Feinste Gewebe aus Appenzell
- 20 Politiker-Statements**
Mehr Mut, Entschlossenheit und Innovationskraft gefordert
- 24 Landammann Paul Signer**
«Eine Frage des persönlichen Engagements»
- 26 CVP-Nationalrat Daniel Fässler**
«Wir Ostschweizer haben ein Problem, uns zu definieren»
- 28 Evelyne Hennet, Appenzeller Schaukäserei**
«Die Individualgäste sind mobiler und anspruchsvoller»
- 34 Peder Koch, Berit Klinik**
«Wir wollen kein Spital, wir wollen eine Klinik sein.»
- 40 Michael Steiner, Acrevis-Bank**
«Grösse ist kein Kriterium für Kompetenz»
- 43 Sven Bradke, Mediapolis AG**
Plastikrecycling: Ja oder Nein?
- 44 Oenologe Andreas Stössel:**
«Ostschweizer Weine werden an Bedeutung gewinnen»



26



40



48

48 Jurist Alexander Bartl
«Ich habe es mir schlimmer vorgestellt»

54 Pietro Tiziani, Lista Office Group
Ein Gefühl von «Heimat» vermitteln

63 Event-Rückblick
«IT St.Gallen rockt!» mit neuem Vorstand

64 Andreas Löhner, FHS St.Gallen
Finanzieller Stresstest der Strategie in KMU

65 Walter Locher, FDP-Kantonsrat
Datenschutz und Demokratie

66 Stephan Ziegler, MetroComm-Chefredaktor
Rosarote Elefanten

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



Wer, wenn nicht die FHS?



Die Fachhochschule St.Gallen lädt Daniele Ganser zu einem Referat ein. Der Aufschrei ist gross – zu Unrecht.

Daniele Ganser ist eine schillernde Figur. Der umstrittene Historiker hat eine wachsende Fangemeinde – und die Zahl seiner Kritiker nimmt ebenso schnell zu. Mit seinen provokanten Thesen rund um die Krisenplätze dieser Welt, aber auch zu Themen wie 9/11 ist Ganser das Sprachrohr von Menschen, die glauben, dass alles ganz anders sei, als es scheint. Für seine Gegner sind das nichts als Verschwörungstheorien. Die Wahrheit liegt vermutlich in der Mitte: Wie jeder, der konsequent eine Gegenposition einnimmt, lässt sich der erfolgreiche Vortragsreisende immer wieder etwas gar weit auf die Äste hinaus. Gleichzeitig lässt sich nicht wegreden, dass die Wahrheit manchmal tiefer liegt, als sie medial transportiert wird.

Die Universität St.Gallen hat Daniele Gansers Lehrauftrag nicht verlängert, erklärt das aber mit einem «üblichen Vorgang», der nichts mit der Kritik an ihm zu tun habe. Die Ganser-Gegner atmeten auf, doch nun kommt dieser am 7. September als Redner an den Networking-Tag der Fachhochschule St.Gallen. Fällt die FHS dem «grossen Bruder» quasi in den Rücken? Die Verantwortlichen sind erstaunlich transparent: Sie geben zu, dass sie mit der Verpflichtung von Ganser unter anderem die Schlagzeilen suchen. Aber ihr Vorgehen ist auch sonst völlig in Ordnung: Man muss Gansers Theorien nicht mögen, aber wer, wenn nicht eine Bildungsinstitution, hat die Aufgabe, eine Debatte zu entfachen? Und das gelingt nicht mit braven Mainstreammeinungen, sondern mit provozierenden Aussagen, die dann kontrovers diskutiert werden können.

Tritt Daniele Ganser nicht in einem solchen Rahmen auf, füllt er eben auf private Initiative irgendwelche angemieteten Vortragshallen. Und dort trifft er nur auf seine Anhänger, die ihn kaum je hinterfragen. So gesehen ist es viel sinnvoller, den Historiker in ein akademisches Umfeld einzubinden – und ihn dort zu konfrontieren mit Zuhörern, die ihm das Wasser reichen können. Nur so ist es möglich, ihm Paroli zu bieten.

Marcel Baumgartner ist LEADER-Chefredaktor

Frankreich steht still – mit Folgen für die Ostschweiz

In der Ostschweiz werden hervorragende Züge hergestellt. Und bei mir im St.Galler Rheintal die weltweit besten Teile für die Autoindustrie. Gute Argumente eigentlich, mit privaten oder staatlichen französischen Firmen ins Geschäft zu kommen. Doch die Franzosen machen es einem schwer.

von Roland Rino Büchel

Als Mitglied des Europarats habe ich häufig Sitzungen in Strassburg und manchmal in Paris. Darum sitze ich jährlich ein gutes Dutzend Mal in Zügen nach Frankreich. Die Laune des Personals schwankt jeweils zwischen sehr zuvorkommend und ausgesprochen mürrisch. In einem fast schon sozialistischen System fahren die kundenfreundlichen Angestellten leider nicht besser als die unbrauchbaren. Sozialistisches System? Die «Cheminots» haben einen unkündbaren Beamtenstatus. Sie arbeiten 32 Stunden pro Woche. Unzählige weitere Annehmlichkeiten kommen hinzu, zum Beispiel die frühe Pensionierung: Mit meinen 53 Jahren wäre ich als Angestellter der SNCF schon am Däumchendrehen.



Chaos wird auf die Strasse verlagert

In diesen ungerechten Wohlgefühlstatus von fast 300 000 Privilegierten soll nun etwas Bewegung kommen. Bei Neueinstellungen – und nur dann – soll es den unkündbaren Beamtenstatus nicht mehr geben. Darauf haben die Gewerkschaften vehement reagiert: mit landesweiten Streiks. Direkt betroffen sind vor allem die Menschen, welche zur täglichen Arbeit müssen. In den nächsten Wochen und Monaten wird es Probleme geben, wie man sie selbst im streikverseuchten Frankreich noch kaum je erlebt hat. Millionen von Pendlern, die auf den öffentlichen Schienenverkehr angewiesen sind, werden auf das Auto oder auf Busse ausweichen. Das Chaos wird also auf die Strassen verlagert.

Die Gewerkschafter der französischen Eisenbahn setzen ein neues, ausgesprochen perfides Kampfmittel ein: zwei Tage Streik, drei Tage Arbeit, zwei Tage Streik, drei Tage Dienst. Unterbrochen jeweils durch eine bezahlte(!) Ruhezeit. Dauer? «Notfalls» ganze drei Monate. Weitere, ebenfalls bevorrechtete Staatsangestellte aus anderen Branchen ziehen mit. Ob und wie die Macron-Regierung auf die Forderungen einsteigt, ist noch nicht bekannt. Was hingegen klar ist – diese neue und unberechenbare Form des Widerstands wird für chaotische Verhältnisse im Land sorgen. Mit direkten Auswirkungen auf die Volkswirtschaft – und mit enormen indirekten Folgen: Wer will schon in einem solchen Land investieren?

Zum Schluss gebe ich gerne zu, dass ich im Moment leicht «énervé» bin. Weshalb? Ich hocke seit vier Stunden am Bahnhof und warte auf das (immer wieder hinausgezögerte) Ende der aktuellen Streikwelle. Also, geschätzte Ostschweizer Unternehmer: Wenn Sie die Wahl haben – es gibt einfachere Märkte als den französischen. Emmanuel Macron wird die Mentalität der Leute im Land nicht ändern. Und die «Grande Nation» wird früher oder später dort landen, wo ich gerade bin: auf dem Abstellgleis.

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



Wahlkampf:

Ende März ging die Landesregierung auf Tuchfühlung mit der St.Galler Bevölkerung. Mit dabei war FDP-Ständerätin Karin Keller Sutter, die seit Monaten als Nachfolgerin von Parteikollege Johann Schneider-Ammann

gehandelt wird. Entgegen früherer Aussagen schliesst «KKS» eine eigene Kandidatur nun nicht mehr explizit aus. Das «SRF» sprach sowohl Keller-Sutter als auch Schneider-Ammann auf die bundesrätlichen Ambitionen der 54-Jährigen an. Schneider-Ammann versuchte sich in rhetorischen Ausflüchten, während Keller-Sutter eine eigene Kandidatur zumindest nicht mehr explizit ausschloss. So wird in der Ostschweiz die Hoffnung genährt, dass die Magistratin dereinst doch noch unsere Region im Bundesrat vertreten wird. Höchste Zeit wäre es für eine Ostschweizer Vertretung: Der letzte hiesige Bundesrat hat sich schon vor rund acht Jahren aus dem Gremium verabschiedet – Hans-Rudolf Merz sagte 2010 «Adieu».

324 000 Franken

hat die neue binäre Uhr am Hauptbahnhof in St.Gallen gekostet. Und wie das bei Kunst so ist, gehen die Meinungen darüber, ob dies eine sinnvolle Investition darstelle, auseinander. Immerhin war die Kantonshauptstadt mit dem Thema wieder einmal schweizweit in den Medien präsent. Die Nachhaltigkeit der Aktion zu beziffern, ist allerdings ebenso schwer, wie die genaue Uhrzeit am Kunstwerk abzulesen.

Weintipp:

Maienfelder Chardonnay 2016

Der Selbstkelterer Markus Stäger hat einen engagierten Anteil dazu beigetragen, dass das aktuelle Weinschaffen der Bündner Herrschaft ein viel beachtetes Echo findet und die lokale Weinkultur heute viel näher bei der grossen des Burgunds liegt als bei der eigenen der letzten Generation. Stägers Rezept: Handarbeit, Naturnähe und tiefe Erträge zugunsten Konzentration und Aromenreichtum. Der Maienfelder Chardonnay zeigt den zeitgemässen, fruchtbetonten Stil mit viel Frische und Eleganz. Sehr dezente Eichennote. Erhältlich unter anderem bei www.martel.ch.



Neulancierung:

Die Ostschweizer Acrevis-Bank lancierte zusammen mit dem Regionalfernseher Tele Top die Börsensendung «acrevis invest». Das wöchentliche Magazin liefert die wichtigsten Informationen zum Börsengeschehen der Schweiz und der internationalen Märkte. Die Sendung wird seit dem 6. April, jeweils freitags auf Tele Top ausgestrahlt und steht auf den Social-Media-Plattformen und Websites von Acrevis und Tele Top zur Verfügung.

Einzug:

Im Gebiet Ebnet beim Autobahnanschluss Sirnach/Münchwilen entsteht das Ebnet-Center mit rund 18'000 Quadratmetern Verkaufsfläche, das grösste seiner Art im Thurgau. Nun ist klar, dass der Baufachmarktbetreiber Hornbach die Flächen im Erdgeschoss belegen wird. Derzeit betreibt Hornbach in der Schweiz sieben grossflächige Bau- und Gartenmärkte in Biel, Etoy, Galgenen, Luzern Littau, Rides, Villeneuve und bald auch in Affoltern am



Albis und beschäftigt in diesen Märkten knapp 1000 Mitarbeiter. Rimaplan und Hornbach bereiten die Baueingabe vor, die sie im April/Mai der Gemeinde Sirnach einreichen wollen. Das Obergeschoss im Ebnet-Center bleibt Anbietern aus den Bereichen Food & Near-Food, Gastronomie und Dienstleistungen vorbehalten.

Kopf des Monats:

Marcel Dobler, FDP-Nationalrat

Es gibt ja durchaus National- und Ständeräte, die während einer Session in Bern in erster Linie durch Teilnahmslosigkeit oder gar Abwesenheit glänzen, Politiker, bei denen wir auch zweieinhalb Jahre nach der letzten ordentlichen Wahl noch nicht wissen, ob und für was sie sich eigentlich einsetzen. Sie führen die Titel «Volksvertreter» ohne jegliche Legitimität.

Anders verhält es sich bei Polit-Senkrechstarter Marcel Dobler. 2015 für viele überraschend in den Nationalrat gewählt, hat er sich rasch in die neue Tätigkeit eingelebt. Wie und in welcher Form er sich in Bern einsetzt, dokumentiert Dobler auf seiner Webseite. Und dies nicht in einem ausufernden Beamtendeutsch, sondern in kurzen und knackigen Kommentaren zu den Geschehnissen. Solch eine Transparenz würden wir uns von anderen Politikern ebenfalls wünschen – und zwar nicht erst, wenn der nächste Wahlkampf ansteht. Der Kontakt zu den Wählern sollte stetig aufrecht erhalten werden, was im Zeitalter der digitalen Vernetzung keine grosse Schwierigkeit mehr darstellt. Dass Digitec-Gründer Dobler das konsequent tut, dürfte einerseits auf seine unternehmerische Tätigkeit und andererseits auf sein Alter – er ist Jahrgang 1980 – zurückzuführen sein. Die Wahlen 2019 stehen an. Und schon bald wird der entsprechende Wahlkampf wieder unseren Alltag begleiten. Es ist dann spannend zu sehen, welche Politiker plötzlich aus der ruhigen, beschaulichen Versenkung auftauchen. Dobler war in der Vergangenheit stets präsent. Als erfolgreicher Bobfahrer weiss er, dass man sich nicht erst in letzter Sekunde auf einen Wettkampf vorbereiten kann: Wer gewinnen will, braucht stetes Training.



Endstation:

Nach Winterthur kommt anscheinend doch nichts mehr: Die «Rundschau» des Schweizer Fernsehens untersuchte die Arbeitsbedingungen bei Zalando und wollte den Beitrag wie immer zu einem Rundumschlag gegen den Kapitalismus verwenden. Im Fokus standen dabei zwei Verteilzentren des Onlinehändlers in der Schweiz. Ein Journalist löcherte das Volkswirtschaftsdepartement des Kantons St.Gallen mit kritischen Suggestivfragen. Als er endlich zu Wort kam, informierte der Zuständige im Departement den Fernsehmann darüber, dass sich das Verteilzentrum Arbon im Kanton Thurgau befindet und sich St.Gallen damit nicht wirklich zuständig fühle... Für die Zürcher ist eben doch alles hinter Winterthur eine einzige Suppe.



zurich.ch



TENDER SWEET

MEDIUM DRY

ciderclan.ch



BITTER LIGHT

Kristi

MÖHL

Wisi



Sepp

Die linke Seite:

Lohnungleichheit ist ein Gebot der Stunde

Nachdem der Ständerat in der Frühlings-session griffige Massnahmen zur Umsetzung der Lohnungleichheit einmal mehr auf die lange Bank geschoben hat, ist die Wirtschaft erst recht in der Pflicht.



37 Jahre, nachdem die Lohn- gleichheit in der Verfassung steht, sind Frauen- und Männerlöhne immer noch nicht gleich hoch: Frauen verdienen nach wie vor weniger als Männer, und die Differenz lässt sich nicht restlos mit unterschiedlicher Berufserfahrung, Ausbildung oder Verantwortung erklären. 7,8 Prozent bleiben als «nicht erklärbarer» Rest stehen. Das ist nicht einfach ein individuelles Problem der Frauen: Zusammengerechnet fehlen den Frauen und mit ihnen zahllosen Familien rund 7,7 Milliarden Franken im Portemonnaie – und sind so auch dem Wirtschaftskreislauf entzogen. Die Lohn- diskriminierung schlägt sich

aber auch in der Zukunft nieder, als Folge von tieferen AHV- und BVG-Renten der Frauen. Das betrifft ebenfalls die Gesellschaft als Ganzes: Altersarmut ist bereits heute in hohem Mass weiblich. Die nicht gerechtfertigte Lohnungleichheit belastet die Sozialwerke, indem Frauen eher auf Ergänzungsleistungen angewiesen sein werden, weil es einfach nicht reicht.

Doch die Wirtschaft schneidet sich auch aus einem anderen Grund ins eigene Fleisch, wenn sie den Frauen nicht den gleichen Lohn bezahlt wie den Männern: In Zeiten des Fachkräftemangels kann sie es sich einfach nicht leisten, gut ausgebildete Frauen zu verlieren. Denn die Rechnung ist zum Beispiel für eine junge Familie schnell gemacht: Es belastet das Haushaltsbudget weniger, wenn die Frau nach der Geburt der Kinder ihr Pensum reduziert oder gar ganz zu Hause bleibt, als wenn sich die Paare die Familienarbeit teilen. Frauen, die an den Herd zurückkehren, sind aber ein Verlust für die Wirtschaft. Das Geld, das in ihre Ausbildung gesteckt wurde, ist zum Fenster heraus geworfen. Darum lohnt es sich, den Frauen einen gerechten Lohn zu zahlen. Und falls sie diesen nicht einfordern: Bieten Sie ihn von sich aus an und gewinnen Sie so eine motivierte Mitarbeiterin, die Ihr Team bereichert.

Barbara Gysi ist SP-Nationalrätin, Wil

Die rechte Seite:

Spitalpolitik: Kanton ist in der Pflicht

Die SVP hat bereits vor Jahren darauf hin- wiesen, dass die Spitalpolitik des Kantons St.Gallen keine Zukunft hat. Mit dieser Ansicht war die SVP nicht alleine, fand aber politisch keine Mehrheit.



Die Industrie und Handelskammer St.Gallen-Appenzell IHK hatte dies damals aufgrund einer ausführlichen Studie ebenfalls postuliert. Die Forderungen einer Überdenkung der Spitalstandorte wurden nur belächelt; einzelne Protagonisten wurden danach zu politischen Opfern. Nur wenige Jahre später zeigt sich, dass die damaligen Kri- tiker zum grossen Teil recht hatten.

Da die Spitalpolitik des Kantons St.Gallen der SVP ein wichtiges Anliegen ist, hat sie zusammen mit der FDP eine Interpellation mit verschiedenen Fragen zu den Spitalinvestitionen eingereicht.

Es ist allgemein bekannt, dass die Spitäler in der ganzen Schweiz gefordert sind. Die Gründe dazu sind u. a. bei zwei Tarmed-Eingriffen von SP-Bundesrat Alain Berset, dem Rückgang an zusatzversicherten Patienten sowie der Verlagerung der Leistungserbringung vom stationären in den ambulanten Bereich zu finden.

Die Übertragung der Immobilien auf die Spitalregionen im Kanton St.Gallen entbindet die politischen Entscheidungsträger nicht davon, Verantwortung zu übernehmen und die notwendigen Schlussfolgerungen zu ziehen. Der Kanton St.Gallen ist immer noch Eigentümer der öffentlichen Spitäler und verfügt deshalb über eine Eignerstrategie, wie das auch beim Kinderspital der Fall ist. Die Bevölkerung hat Anspruch darauf zu erfahren, was sie bezüglich Leistungsangebot, aber auch in Bezug auf die finanziellen Belastungen als Steuerzahler erwartet. Der Verwaltungsrat der Spitalverbunde ist an der Erarbeitung des Struktur- und Leistungsüberprüfungsprojektes. Gespannt warte ich auf die Resultate und die entsprechende Würdigung der Regierung.

Die Betrachtung der Spitalstrategie und der entsprechenden Spitalstandorte muss aus meiner Sicht in einem funktionalen Raum Ostschweiz und nicht nur im Kanton St.Gallen stattfinden. Was der Kanton Appenzell Innerrhoden an der Landsge- meinde zu seinem Spital mit 26 Betten in 13 Zimmern entscheiden wird, wissen wir spätestens Ende April.

Michael Götte ist Gemeindepräsident von Tübach und Fraktionspräsident der SVP SG

Die CVP und ihre Experimente

Dass Paul Rechsteiner (SP) auch 2019 wieder Ständerat werden will, ist vor allem für die CVP ein harter Schlag, die einst an ihn den Sitz verlor. In der Vergangenheit versuchte die Partei mehrfach, ihren Sitz im Ständerat mit wagemutigen Kandidaturen zu erhalten oder zurückzuholen. Dieses Mal wird sie wohl auf Sicherheit setzen. Aber der beste Kandidat mag vermutlich nicht, wenn vor 2019 nicht noch Entscheidendes passiert.

In aller Offenheit: An Paul Rechsteiner liegt es nicht, dass er 2011 schnörkellos vom National- in den Ständerat wechseln konnte und 2015 wiedergewählt wurde. Dass eine Mehrheit im Kanton St.Gallen seinen pointiert links-gewerkschaftlichen Kurs mitträgt, ist nicht anzunehmen. Die Alternativen auf bürgerlicher Seite waren aber durchwegs entweder zu profillos oder hatten im Gegenteil ein zu starkes Profil auf die andere Seite. Was gefragt gewesen wäre: Eine erfahrene, kantonsweit bekannte Persönlichkeit, die glaubhaft machen kann, im Ständerat eine wichtige Rolle zu spielen und die Politik nicht rein nach Parteibuch oder anderen Lobbygruppen zu betreiben.

Beni Würth, dem seit Jahren Bundesratsambitionen nachgesagt werden, kann bei einer Kampfwahl gegen Rechsteiner fast nur verlieren.

Schiffbruch mit Versuchsballonen

Rechsteiner und die SP dürfen damit rechnen, dass es gerade die CVP auch 2019 nicht schafft, eine solche perfekte Gegenkandidatur aufzustellen. Entgegen ihren Beteuerungen ist die Personaldecke dieser Partei nämlich durchaus dünn, jedenfalls, wenn man an diese einen hohen Massstab anlegt. Es fallen einem beim besten Willen nur die immer gleichen Namen ein. Und versucht man es bewusst mit einem Kandidaten, dessen Namen niemand auf dem Schirm hatte, erleidet man ohnehin Schiffbruch. Das war 2011 der Fall, als die CVP Quereinsteiger Michael Hüppi nominierte.

Dabei hätte man aus der Geschichte lernen können. Denn das Vorgehen von 2011 hat bei den Christdemokraten durchaus System: Sie waren in der Vergangenheit erstaunlich experimentell und liessen schon fast fahrlässig bewährte Kräfte aussen vor, wenn es um die kleine Kammer ging. 1999 wollte die CVP mit Kantonsrat Peter Blöchlinger in den Ständerat. Nicht nominiert von der Partei wurden Nationalrat Eugen David und Regierungsrat Peter Schönenberger, die zur Verfügung gestanden hätten.

Blöchlinger, der Mann aus dem Linthgebiet, war ausserhalb seiner Region weitgehend unbekannt und holte gerade mal 20 Prozent der Stimmen. David war für 40 Prozent gut (und holte den Sitz im zweiten Wahlgang als offizieller Kandidat), der Name von Schönenberger wurde ohne eigenes Zutun und ohne Wahlkampf von knapp zehn Prozent der Stimmbürger aufgeschrieben. Mit anderen Worten: Die CVP hatte 1999 und 2011 nicht den Riecher dafür, was die Wähler wirklich wollten.

Würth kaum in Kampfwahl

Die Abenteuerlust dürfte der CVP nach diesen Resultaten vergangen sein. 2019 werden mit Stand heute zwei Namen bei den Christdemokraten im Vordergrund stehen: Regierungsrat Beni Würth und Nationalrat Markus Ritter. Sie sind alles andere als Experimente. Scheitern könnte es an anderen Dingen: Würth, dem seit Jahren Bundesratsambitionen nachgesagt werden, kann bei einer Kampfwahl gegen Rechsteiner fast nur verlieren. Unterliegt er dem bisherigen Ständerat Rechsteiner, ist seine bisher makellose Wahlbilanz angekratzt. Das ist kaum eine gute Vorlage für grössere Pläne Richtung Bern.

Würth wäre eher der Mann, der ins Spiel kommt, wenn Karin Keller-Sutter (FDP) doch noch vor 2019 in den Bundesrat gewählt würde und die FDP ihren Sitz mit einer eher schwachen Kandidatur verteidigen müsste. Die Freisinnigen sind auch nicht gerade gesegnet mit einer Flut valabler Leute. In einer solchen Konstellation mit einem freiwerdenden Sitz wären die Chancen für den auf Sicherheit bedachten Würth wesentlich besser – und seine Lust wohl grösser. Dabei müsste er offiziell nicht einmal gegen die FDP-Kandidatur antreten, sondern als bürgerliches «Päckli» zusammen mit dieser. Vermutlich mit dem Ergebnis, dass Würth mit Rechsteiner nach Bern fahren würde.

Was Ritter angeht, so hat dieser zwei starke Trümpfe: die Bauernlobby und das Rheintal. Beides sind Stimmenfänger. Sein Amt als Präsident des Schweizer Bauernverbands könnte ihm aber zugleich im Weg stehen. Ritter spielt diese Rolle im Nationalrat per-

Markus Ritter hat zwei starke Trümpfe: die Bauernlobby und das Rheintal.



fekt, wird aber deshalb oft als reiner Bauernvertreter wahrgenommen. Beim urbanen Wahlvolk kommt diese Einseitigkeit kaum gut an. Im Gegensatz zu Beni Würth hat Markus Ritter aber mit einer Kandidatur nichts zu verlieren. Er würde wohl auch 2019 auf der Nationalratsliste figurieren und den Kampf

Kandidat reduziert sein. Denn für Beni Würth liegt nichts drin bei einer Kampfkandidatur mit ungewissem Ausgang. Und weitere Namen gibt es schlicht nicht. Zumal die SVP klargemacht hat, dass sie sowieso antritt. Auch ihre Personaldecke ist weit dünner, als die Partei suggeriert. Und tritt sie ebenfalls mit einem Bauernvertreter an, wird es auch für Markus Ritter schwerer.

Man hätte aus der Geschichte lernen können. Denn das Vorgehen von 2011 hat bei den Christdemokraten durchaus System.

um den Ständeratssitz zusätzlich absolvieren. Das wäre auch im Fall der Niederlage bei der Ständeratswahl ein ehrenhafter Einsatz für die Partei, und im Nationalrat könnte es für Ritter weitergehen.

In diesem Sinn wird sich die künftige St.Galler Ständeratsdelegation in der Frage entscheiden, ob Karin Keller-Sutter noch vor Herbst 2019 in den Bundesrat einzieht. Dann werden die Karten neu gemischt. Aber an der Tatsache, dass die Volkspartei CVP einen Personalmangel für wirklich hohe Aufgaben hat, ändert sich damit nichts. Und darin liegt die eigentliche Aufgabe für die nahe Zukunft.

Bundesratsfrage entscheidend

Fazit: Kandidiert das Duo Rechsteiner und Keller-Sutter wieder, wird die CVP auf Markus Ritter als

Text: Stefan Millius

Bild: Stéphanie Engeler

Appenzell steckt (fast) überall drin

Die Marke «Appenzell» ist ein sicherer Wert. Und das nicht nur vor der eigenen Haustür. Mit diesen glanzvollen Federn wollte man sich einst sogar in China schmücken. Doch die Chinesen hatten die Rechnung ohne die eigentlich friedlichen, aber durchaus verteidigungsbereiten Innerrhoder gemacht. Ein Streifzug entlang der Spuren, welche Appenzell in der Welt hinterlässt.

Die Zuständigen beim chinesischen Markenregisteramt sahen zunächst wohl keine weiteren Probleme. Warum sollte ein einheimisches Unternehmen keinen Markenschutz für Milch- und Milchprodukte mit der Marke «Appenzell» eintragen lassen? Viele Tausend Kilometer entfernt war man nicht ganz so gelassen. Das Volkswirtschaftsdepartement des Kantons

Fakten und Mythen

Der Vorfall datiert vom Jahr 2015. Und im Grunde war der Versuch des chinesischen Produzenten zwar ärgerlich, aber auch ein Adelsschlag. Denn wenn man sich im fernen China eine Marke einverleiben will, sagt das viel über ihre Kraft aus. Bevor man den ersten Bissen genommen, den ersten Schluck getrunken hat, ist man von der Qualität des Produkts überzeugt, wenn «Appenzell» draufsteht. Das hat zum einen mit Fakten, zum anderen mit Mythen zu tun. Fakt ist: Im Appenzellerland setzt man auf hochwertige Rohstoffe und sorgfältige Verarbeitung. Wer als Produzent selbst einen engen Bezug zur Region hat und von ihr lebt, wird sich hüten, die Marke zu beschädigen und für den schnellen Erfolg Abstriche bei der Qualität zu machen. Und der Mythos: Er lebt. Brauchtum und Tradition sind hier keine aufgesetzten Marketingmassnahmen, sondern gelebter Alltag. Das zieht gerade in Zeiten der zunehmenden Hektik und der grassierenden Digitalisierung besser als je zuvor.

Wer «Appenzell» sagt, meint in der Regel Appenzell Innerrhoden, auch wenn natürlich viele Innovationen auch beim grossen Nachbarn Ausserrhoden entstehen. Innerrhoden ist es gelungen, die Modernisierung hinter den Kulissen durchzuführen, ohne auf der Bühne an Authentizität zu verlieren. Ausserrhoden hat sich demgegenüber ein Stück weit angepasst: Die Landsgemeinde wurde abgeschafft, der Hauptort Herisau vor den Toren von St.Gallen setzt eher auf ein städtisches Image. Jedenfalls verlieren sich dort kaum Touristen, während sie in den Innerrhoder Hauptort Appenzell fleissig strömen. Diesem haftete einst ein verknöchertes, leicht hinterwäldlerisches Image an. Das ist vorbei: Das Brauchtum wird heute gerade von Besuchern als schützenswertes, wertvolles Gut erlebt, nicht etwa als ein Relikt von gestern. Das färbt auch auf die Produkte ab.

Rückgang zuhause auffangen

Milch- und Milchprodukte, Lebensmittel allgemein, stehen bei der Wahrnehmung im Ausland ganz oben. Das erklärt auch die Entschlossenheit der Innerrhoder, als es um den Schutz der Marke in China ging.

Wer «Appenzell» sagt, meint in der Regel Appenzell Innerrhoden, auch wenn natürlich viele Innovationen auch beim grossen Nachbarn Ausserrhoden entstehen.

Appenzell Innerrhoden bekämpfte das Vorhaben eines chinesischen Lebensmittelkonzerns – und gewann. Die Produkte «Made in China» müssen nun auf die Verwendung der klangvollen Marke verzichten. Wie sie inzwischen heissen, ist nicht bekannt, aber in Appenzell konnte man aufatmen. Ein weiterer Trittbrettfahrer war auf halbem Weg gestoppt worden.

*Appenzeller Bier:
Durstlöscher und
Erfolgsgarant.*





Links: Die Produkte der KUK Electronic AG werden in 40 Länder ausgeliefert.

Rechts: Appenzeller Käse: Auch im Ausland weit verbreitet.

Hier war nicht etwa verletzter Stolz im Spiel, es geht um handfeste Interessen: Gerade für grössere Produzenten ist der ausländische Markt keineswegs einfach eine zusätzliche Spielwiese, sondern in manchen Fällen ein notwendiger Pfeiler des Geschäfts. Appenzeller Käse beispielsweise ist in Deutschland mit Abstand der am meisten verbreitete Käse. In Phasen von rückläufigen Verkäufen im eigenen Land sorgt der Absatz dort für einen Ausgleich. Andere Verkaufsdestinationen wie Russland sind demgegenüber für das Gesamtgeschäft wohl weniger entscheidend.

Der Appenzeller Käse, das Appenzeller Bier, die Biberli, der typische Ledergurt oder das charakteristische Edelweisshemd haben längst ihren Siegeszug um den Globus angetreten. Dabei geht leicht vergessen, dass diese Markenzeichen zwar die Marke am sichtbarsten repräsentieren, im Schlepptau aber

Deutschland. Mit einer Exportquote von 50 Prozent ist KUK auf das Ausland als Abnehmer angewiesen. Das gilt in noch viel stärkerem Ausmass für die Wyon AG, die sogar 95 Prozent ihrer Produkte exportiert. Das mehrfach preisgekrönte Unternehmen baut seit einigen Jahren stark aus, und das nicht im Ausland, sondern in Appenzell Steinegg. Das ist auch nötig, denn schon heute ist die Wyon im Bereich der aufladbaren Li-Ion-Batterien in Klein- und Mikrogrössen weltweit führend. Auch hier ist es kaum das Argument «Appenzell», das neue Kunden zuführt, sondern die erbrachte Leistung und Innovation. Allerdings dürfte der Ruf der Region als Hort von hoher Qualität und professioneller Arbeit auch nicht schaden.

Kunststoffgranulate aus Appenzell finden sich in Produkten rund um den Erdball. Urheber ist die Minger Kunststofftechnik, die von Russland bis Südkorea und von Skandinavien bis Indien Granulate an Unternehmen aus der chemischen Industrie oder auch an Automobilzulieferer absetzt. Mit diesem Produkt ist das Appenzeller Unternehmen keineswegs allein, und die Tatsache, dass die Wirtschaft in weit entfernte Destinationen auf die Firma Minger setzt, ist vielversprechend.

Das Erfolgsrezept der Marke Appenzell hat einen schlagenden Vorteil gegenüber anderen Regionen: Man kann es nicht von heute auf morgen kopieren.

auch die Appenzeller Industrie mehr und mehr weltweit vertreten ist. Sie profitiert ohne Zweifel vom grossen Bekanntheitsgrad des kleinen Kantons, kann aber nicht allein mit der Herkunft Appenzell punkten: Industrielle Abnehmer sind nicht so romantisch veranlagt, dass sie einen Zulieferer aufgrund von gelebtem Brauchtum berücksichtigen. Hier müssen Preis und Leistung stimmen. Wobei das natürlich auch auf Käse und Bier zutrifft, nur wird hier die Eintrittsschwelle mit der Marke Appenzell bereits gesenkt.

Hohe Exportquoten

Da ist zum Beispiel die KUK Electronic AG, die mit ihren 450 Mitarbeitern Spulen und Elektronik in mehr als 40 Länder liefert. Weitere sind in Planung. Neben dem Hauptsitz in Appenzell ist das Unternehmen auch in China, Frankreich und der Slowakei vor Ort tätig, eine reine Handelsvertretung besteht in

Späte Ernte

Das Erfolgsrezept der Marke Appenzell hat einen schlagenden Vorteil gegenüber anderen Regionen: Man kann es nicht von heute auf morgen kopieren. Appenzell hat sich nicht neu erfunden, um einen Marketingeffekt zu erzielen, sondern profitiert von gewachsenen Strukturen, von alten Traditionen und verbreiteten Bräuchen. Sie waren schon immer da, wurden stolz aufrecht erhalten – und geniessen seit einigen Jahren laufend mehr Aufmerksamkeit und Bewunderung. Da wird gewissermassen eine Ernte eingefahren, die vor vielen Jahrzehnten oder Jahrhunderten ausgebracht wurde. Das geschah damals keineswegs in weiser Voraussicht, sondern aus Überzeugung. Nun zahlt sich das aus.

Text: Stefan Millius

Bilder: zVg

Gesund, klein und überschaubar bleiben

Die Appenzeller Kantonalbank ist die führende Bank im Kanton Appenzell Innerrhoden. Sie wurde 1899 gegründet und ist stark bei der Bevölkerung verwurzelt. Als Universalbank bietet sie ein breites Dienstleistungsangebot. Hinzu kommt eine verantwortungsvolle Grundhaltung, die das Wohl der regionalen Wirtschaft und der Menschen in den Mittelpunkt stellt.

Ein Kurzinterview mit Direktor Ueli Manser.

Ueli Manser, welche Vorteile bietet Ihrem Unternehmen der Wirtschaftsstandort Appenzell?

95 Prozent unserer Mitarbeitenden wohnen in einem der beiden Halbkantone. Unser Hauptmarktgebiet ist AI und AR. Wir kennen Land und Volk – und Land und

Volk kennen uns. Das passt. Im Weiteren dürfen wir diverse Fans von den umliegenden Ostschweizer Kantonen zu unseren Kunden zählen, insbesondere im Anlagebereich. Dabei profitieren wir sicherlich auch vom generell positiven Image des Appenzellerlandes.

Bankdirektor Ueli Manser:

«In den vergangenen Jahren sind wir laufend gewachsen.»



In welchen Bereichen sehen Sie den grössten Handlungsbedarf, um die Attraktivität des Standortes zu erhöhen?

Als Bank müssen wir uns bewusst sein, dass es nebst der Bereitstellung der IT für die ganze Zahlungsabwicklung eine unserer zentralen Hauptaufgaben ist, die KMU bei deren Weiterentwicklung mit den notwendigen finanziellen Mitteln zu versorgen. Dies ist letztlich die Basis dafür, dass sich im Appenzellerland unsere KMU-Kunden weiterhin gut entwickeln und dadurch auch attraktive Arbeitsplätze anbieten können. Diese volkswirtschaftliche Verantwortung nehmen wir als Appenzeller Kantonalbank weiterhin gerne wahr.

«Dies bedeutet einen Quantensprung und einiges an Mehrwert sowohl für unsere Kunden wie auch für uns als Bank.»

Wie hat sich Ihr Unternehmen in den vergangenen Jahren entwickelt?

Wir sind laufend gewachsen und konnten gute Jahresabschlüsse präsentieren, obwohl die Marge im Zinsengeschäft stetig kleiner geworden ist. Das grössere Volumen können wir heute nur dank sehr guten Angestellten und der IT abwickeln. Entsprechend müssen wir aber laufend in die Mitarbeitenden sowie in die Digitalisierung investieren. Dabei helfen uns die kurzen Entscheidungswege und, dass wir nahe am Kunden sind.

Welche Meilensteine konnten Sie in puncto Innovationen, Produkteentwicklung und Dienstleistungspalette erreichen?

Im Finanzierungsbereich haben wir vor zwei Jahren moderne Onlinerechner eingeführt, welche Kunden und Nichtkunden auf unserer Homepage zu jeder Uhrzeit nutzen können. Erste Berechnungen können bei Bedarf an uns übermittelt und von unseren Beratern weiterverarbeitet werden. Im Februar dieses Jahres haben wir die APPKB TWINT App lanciert, mit welcher wir dem Trend des mobilen Zahlens Rechnung tragen wollen. Dann haben wir vor kurzem neue Lösungen in der Anlageberatung lanciert: Nebst langjähriger Erfahrung steht dem Anlageteam neu ein innovatives IT-Tool mit intelligenter Technologie zur Verfügung, das den Beratungsprozess unterstützt und auf dem Tablet visualisiert. Das implementierte Kernstück «swissQuant» ist marktführend im Bereich der Verwaltung von Kundenvermögen und wurde bereits mit mehreren Awards ausgezeichnet. Dies bedeutet einen Quantensprung und einiges an Mehrwert sowohl für unsere Kunden wie auch für uns als Bank.

Und welches sind Ihre Visionen für die nächsten drei bis fünf Jahre?

Gesund, klein und überschaubar zu bleiben. Mit rund 100 Mitarbeitenden, davon zwölf Lernenden, und 3,2 Milliarden Franken Bilanzsumme können wir unsere aktuellen und künftigen Kunden gut beraten und begleiten. Zudem haben wir mit der Positionierung als persönliche Bank in Kombination mit den kurzen Entscheidungswegen und dem positiven Image eine gute Ausgangslage, um weiterhin erfolgreich unterwegs zu sein.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: Stéphanie Engeler

Anzeige

CILANDER
TEXTILVEREDLUNG

Competence and Passion for Textile Solutions

Wir veredeln hochwertige Gewebe zu modischen und technischen Textilien.

AG Cilander
9100 Herisau
T +41 71 353 32 11
www.cilander.ch

«Wir wollen die Besten sein»

Gerade die stark wachsende Automatisierung hat dazu geführt, dass die KUK Electronic AG ein starkes Wachstum zu verbuchen hat. Sie stellt das Unternehmen am Standort in Appenzell aber auch vor zusätzliche Herausforderungen.

Manuel Inauen, Head of Business
Unit Medical & Sensor:
«Unternehmen im Export
sind mit anderen Heraus-
forderungen konfrontiert.»



Die KUK Electronic AG zählt zu den führenden Herstellern von Spulen und Elektronik weltweit. 1990 in Appenzell durch Hansueli und Bruno Koster gegründet, beschäftigt KUK heute rund 500 Mitarbeiter an vier Standorten in der Schweiz, China, Frankreich

Pro Jahr wickelt das Unternehmen mehr als 200 Millionen Spulen, bestückt weit über eine Million Prints und montiert etwa 250 000 Module für Kunden in aller Welt.

und der Slowakei. Pro Jahr wickelt das Unternehmen mehr als 200 Millionen Spulen, bestückt weit über eine Million Prints und montiert etwa 250 000 Module für Kunden in aller Welt. Durch die eigene Entwicklungsabteilung und den integrierten Maschinen- und Werkzeugbau ist die Gruppe in der Lage,

Artikel vom Prototypen bis zur Serie zu Weltmarktpreisen zu fertigen. Spezialität sind kundenspezifische Produkte, von Klein- bis zu Grossserien.

Know-how verteilen

Die Gruppe ist laut Manuel Inauen, Head of Business Unit Medical & Sensor, in den vergangenen Jahren wohl stark gewachsen, in Appenzell sei die Mitarbeiterzahl mit 150 Personen aber stabil geblieben. Wesentlich zum Erfolg beigetragen hat unter anderem auch die Automatisierung. «Da an allen KUK-Produktionsstandorten das gleiche interne Software System genutzt wird, kann Know-how gleichmässig und rasch verteilt werden», so Inauen. Zudem würden inzwischen administrative Prozesse zwischen den KUK-Firmen weitgehendst automatisiert abgewickelt. Auch werde die Automation von Produktionsprozessen mit einheitlichen Roboterzellen über alle Standorte sichergestellt und stark gefördert. «Und es ist uns gelungen, neue Wickeltechniken zur Marktreife zu entwickeln.» Eine Herausforderung stelle bei der gesamten Automatisierung jedoch das Fachpersonal dar: Gut ausgebildete Techniker, die vermehrt benötigt werden, sind in einem kleinen Raum wie dem Appenzellerland nur beschränkt verfügbar.

Bewusstsein der Behörden

Klar ist gemäss Manuel Inauen die Vision, die man mit der KUK Electronic AG für die nächsten Jahre verfolgt: «Wir wollen die Besten sein.» Um das zu erreichen, biete der Wirtschaftsstandort Appenzell immer noch einen guten Rahmen. «Appenzell gilt nach wie vor als attraktiver Wohn- und Erholungsraum, was – ebenso wie die relativ niedrigen Steuern – unseren Mitarbeitern zugutekommt.» Hingegen wünscht sich Inauen in gewissen Bereichen ein grösseres Verständnis von Behördenseite: «Appenzell ist dominiert vom Gewerbe, hauptsächlich mit inländischen Abnehmer. Unternehmen im Export sind mit anderen Herausforderungen konfrontiert und sehen auch andere Chancen. Dieses Verständnis wäre auch bei den Behörden hilfreich.»

Text: Marcel Baumgartner

Bild: zVg

Appenzell erhält Coworking-Space

Die heutige Arbeitswelt erfordert neue Formen der Zusammenarbeit. Was in grösseren Städten bereits zum Geschäftsalltag gehört, ist mit «Frischloft» nun auch in Appenzell Wirklichkeit geworden.

Ein Coworking-Space bietet Unternehmen und Freischaffenden Räumlichkeiten an, welche flexibel gebucht und genutzt werden können, und erleichtert den Zugang zu Kompetenzen und einem Netzwerk. Eine Gruppe mit diversen Fachkräften hat über einige Monate Ideen entwickelt, wie der Coworking-Space in Appenzell aussehen soll. Der Umbau der Räumlichkeiten an der Bankgasse 4 startete schliesslich im Februar, die Eröffnung erfolgte Mitte April. Das Projekt wird durch die Appenzeller Kantonalbank sowie mit kantonalen und Bundesmitteln der Neuen Regionalpolitik unterstützt.

Im Coworking-Space in Appenzell sind unkomplizierte Arbeitsplätze an grossen Tischen, ein professionell eingerichtetes Sitzungszimmer sowie ein einladender Kreativraum für Workshops vorhanden. Diese können regelmässig oder auch spontan und flexibel gebucht werden. Darüber hinaus soll der Austausch zwischen Unternehmen sowie die Innovation gefördert werden. Entsprechend sind Veranstaltungen zu verschiedenen Themen vorgesehen, an welchen sich interessierte Unternehmen aus dem Appenzellerland informieren, austauschen und vernetzen können. Dies bietet gerade auch Jungunternehmern einen guten Zugang in der Region und erleichtert den Arbeitsalltag.

Jedes erfolgreiche Unternehmen benötigt Ressourcen und Kompetenzen, um marktfähige Dienstleistungen und Produkte herstellen zu können. Immer mehr Unternehmen setzen auf offene Unternehmensstrukturen. Diese erlauben es, kurzfristig und projektbezogen Kompetenzen oder Ressourcen durch andere Schlüsselpartner agil einsetzen zu können. Eine solche Zusammenarbeit basiert vor allem auf Vertrauen, damit durch gegenseitige Inspiration etwas Neues und Nachhaltiges entstehen kann. «Kooperationen sind für Unternehmen in der heutigen Zeit zentral, um im Markt stark aufzutreten und um neue Chancen zu entdecken und zu nutzen», so Daniel Müller, Präsident des Vereins «Frischloft».

Text: Simon Fuchs, Bild: zVg



Die Vereinsmitglieder auf der Baustelle (v.l.n.r.): Marcel Hautle, Simon Fuchs, Daniel Müller, Stefan Manser, Christoph Frick, Thomas Fuchs und Ralf Schindel (es fehlen: Sabrina Huber und Stefan Klameth)

Feinste Gewebe aus Appenzell

Die Alba-Gruppe mit Sitz in Appenzell ist nach einer Transformationsphase auf Wachstumskurs. Mit ihren Stoffen ist sie bei den bekanntesten Kleidermarken weltweit führend.



Benjamin Fuchs, CEO der Alba-Gruppe

Zur Alba-Gruppe gehören die Weba Weberei Appenzell AG, die Alba Albin Breitenmoser AG, die Alumo AG sowie die Lutz Sport-Mode AG. Das Unternehmen mit Sitz in Appenzell entwickelt und produziert seit 1944 feinste Gewebe aus Baumwolle, Tencel und Leinen für hochwertige Hemden und Blusen. Damit verbindet es in einzigartiger Weise Tradition mit Innovation. «Wir sind heute mit feinsten Hemden- und Blusenstoffen, die einen Zusatznutzen bringen, bei den bekanntesten Kleidermarken weltweit führend», erklärt CEO Benjamin Fuchs die Marktposition des Unternehmens. «Unsere Gewebe für den Businessbereich zeichnen sich dadurch aus, dass sie mit natürlichen Methoden weniger knittern oder einen Stretcheffekt ohne synthetische Fasern haben. Das sind sicht- und spürbare Vorteile, die unsere Kunden – neben dem Top-design – sehr schätzen.» Entsprechend gut ist die Gruppe heute aufgestellt. Dies, nachdem nach einer schwierigen Transformationsphase der Turnaround erreicht wurde und man seit mehreren Jahren ein starkes Wachstum verbuchen kann.

Für Fuchs liegen die Vorteile des Wirtschaftsstandortes Appenzell auf der Hand: «Wir haben sehr kurze und unkomplizierte Wege zu den Behörden.» Und im Bezug auf seine Branche erklärt der CEO: «Appenzell hat ein grosses textiles Erbe, in dem wir sehr gut verankert sind. Die Appenzeller sind zudem innovative Menschen, die immer wieder Spitzenleistungen hervorbringen. Von diesem ‚Nährboden‘ profitieren auch wir.» Den grössten Handlungsbedarf, um die Attraktivität des Standortes auch in Zukunft sicherstellen zu können, sieht Benjamin Fuchs im Zugang zu Fachspezialisten – insbesondere auch aus dem Ausland. Auf die Visionen der nächsten Jahre angesprochen, erklärt er: «Der Endkonsument will heute genau wissen, woher seine Kleider kommen und wie sie produziert werden. Wir haben daher ein Projekt gestartet, um eigene, hochwertige biologische Baumwolle in Ägypten anzubauen. So können wir Transparenz und Nachhaltigkeit vom Rohstoff bis zum fertigen Gewebe garantieren.» Bis in fünf Jahren will das Unternehmen den Grossteil seiner Stoffe aus biologischer Baumwolle oder anderen biologisch hergestellten Materialien produzieren.

Mehr Mut, Entschlossenheit und Innovationskraft gefordert

Womit können sich die Kantone Ausserrhoden und Innerrhoden ihre Wettbewerbsvorteile sichern? Und welche Projekte bzw. Massnahmen müssen dringend umgesetzt werden? Wir haben bei fünf Politikern nachgefragt.

Innovativ und bodenständig



«Wer kennt sie nicht, die herausragenden Produkte und Unternehmen der Appenzeller Wirtschaft; den Appenzeller Alpenbitter, das Vollmond-Bier, den Appenzeller Käse oder die Hightech Unternehmen wie die Huber + Suhner, die Hänseler, die ARCOLOR und die Varioprint? Die Appenzeller Wirtschaft ist reich an interessanten Produkten und Unternehmen. Doch woher stammt dieser innovative Geist und welche Merkmale führen in eine erfolgreiche Zukunft?

Die hügelige voralpine Landschaft, die verkehrstechnisch lange schlecht erschlossen blieb, brachte es mit sich, dass diese schwierigen Bedingungen nur mit innovativem Geist, handwerklichem Geschick und Fleiss zu überwinden waren. So entwickelten sich in der Vergangenheit die wegweisenden Branchen wie: das textile Handwerk mit Sticken, Weben, Scherlen das Gesundheitswesen mit den verschiedenen Kuren und Naturärzten der Tourismus mit dem Säntis und Alpstein, der Schaukäserei und dem Brauchtum. Analysiert man dieses Handwerk bzw. diese Produkte und Dienstleistungen, zeichnen sie sich vor allem durch folgende Merkmale bzw. Wettbewerbsvortei-

le aus: Hohe Qualität, innovativer Charakter, handwerkliches Geschick und Bezug zur Natur.

Diese herausragenden Merkmale, die zudem in vielen Produkten und Dienstleistungen nicht isoliert, sondern vernetzt anzutreffen sind, bedürfen für ihre weitere Entwicklung eine liberale Wirtschaftspolitik, ein qualitativ überzeugendes Bildungsangebot und eine gute Infrastruktur.

Diese Rahmenbedingungen sind insbesondere mit folgenden kantonalen Strategien, Projekten und Aktivitäten zu begünstigen bzw. umzusetzen: Anbindung an die A1, fertigstellen der Durchmesserlinie, fortsetzen der Arealentwicklung, tiefer Steuerfuss für Unternehmen, fördern des Clusters Natur – Gesundheit – Erlebnis und stärken der Marke Appenzell.

Die Appenzeller Wirtschaft hatte in der Vergangenheit herausragende Pioniere und Unternehmer wie die Zellwegers; sie wird diese Persönlichkeiten mit einer liberalen Wirtschaftspolitik auch in Zukunft haben.»

*Jean-Claude Kleiner
FDP Kantonsrat, Appenzell Ausserrhoden*



Anschluss an das nationale Strassenbahnnetz

«Unser liberaler Kanton bietet Unternehmungen eine kompetente Beratung und Begleitung, kurze Wege zu Entscheidungsträgern und Behörden, Wille zu pragmatischer Lösungsfindung, gute Infrastruktur und äusserst attraktive steuerliche Voraussetzungen. Die Politik ist gefordert, sich konsequent und mit Nachdruck für einen Anschluss an das nationale

Strassenbahnnetz einzusetzen. Dies erfordert mitunter Geschick, Hartnäckigkeit und ein geeintes Auftreten mit Appenzell Innerrhoden und St. Gallen.»

*Florian Hunziker
SVP-Kantonsrat, Appenzell Ausserrhoden, Kantonsratspräsident 2017/2018*

Vorwärts mit Zuversicht



«Die Herausforderungen für den kleinen Kanton Appenzell Ausserrhoden nehmen zu. Es gilt, neben der zunehmenden Einbindung in kantonsübergreifende Strukturen das eigene Profil zu pflegen und weiter zu entwickeln. Das Appenzellerland soll als Arbeits- und Lebensort attraktiv bleiben. Das heisst zum einen, gute Bedingungen für das Gewerbe und Unternehmen erhalten und zum anderen zeitgemässe Verwaltungsstrukturen schaffen. Daneben gilt es, das Appenzellerland als touristisches Ziel attraktiv zu präsentieren und sich selbstbewusst und gewinnbringend in die Reisedestination Ostschweiz, sprich Bodensee-Alpstein, einzubringen.

Für die Politik bedeutet das, offene Wahrnehmung der anstehenden Veränderungen, Verantwortungsbewusstsein im Umgang mit den Ressourcen und ein entschiedener Pragmatismus für gangbare Wege. Und nicht zuletzt der stetige Austausch mit allen Beteiligten. Insellösungen sind passé und das hohe Ross darf in der Pferdedepension seinen Lebensabend geniessen.»

*Heinz Mauch-Züger
Parteiunabhängiger Kantonsrat,
Appenzell Ausserrhoden*

Ein Kleinod am Fusse des Säntis



«Was zeichnet den Kanton aktuell aus? Sind es Infrastrukturvorteile – Ausserrhoden hat keine direkte Anbindung an SBB und Nationalstrassennetz – oder die landschaftliche Schönheit? Wir haben wunderschöne Orte in unserem Kanton, die sich für Grandhotels mit Golfplatz eignen würden. Bürgenstock oder Andermatt können auch bei uns verwirklicht werden, denn die Bedingungen sind mindestens genauso gut. Internationale Konferenzen finden statt und strahlen weit über den Bodensee hinaus. Nebst einem Erlebnisbad mit Glaskuppe entstünden Wohn-

zonen mit dem höchsten Sicherheitsstandard und dem schönsten Blick auf Berge und Seen. Idyllische Campingplätze und herzliche Landgasthöfe runden das ganze ab. Ein Schritt in diese Richtung wäre eine Gesamtschau mit dem Reisbrett. Wir sollten uns von Überflüssigem trennen und beginnen, strategisch zu denken. Dafür wünsche ich mir mehr Mut, Entschlossenheit und Innovationskraft.»

*Ralf Menet
SVP-Kantonsrat, Appenzell Ausserrhoden*

Marke nicht missbrauchen



«Als Tourismuskanton ist unser grösster Wettbewerbsvorteil die gute Erschliessung des Alpsteins, die hervorragende Gastronomie auf allen Stufen und die schöne Landschaft. Letztere wird zunehmend verbraucht. Durch die massive Bauerei wird die appenzellische Landschaft immer städtischer. Die vielen ‚modernen‘ Viereckbauten verschandeln die Landschaft. Dem kann nur Einhalt geboten werden, indem die Nachfrage nach Wohnraum gesenkt wird. Die übermässige Nachfrage entsteht durch zu hohe Zuwanderung. In den letzten zehn Jahren sind netto über 800'000 Menschen in die Schweiz eingewandert. Diese wollen irgendwo wohnen. Ein Teil davon auch in Appenzell Innerrhoden. Der hohe

Landverbrauch kann nur eingedämmt werden, wenn die Nachfrage nach Wohnraum gedrosselt wird. Wir brauchen also eine kontrolliertere Zuwanderung mit Höchstzahlen für die Schweiz.

Für gute Arbeitsplätze ausserhalb des Tourismus brauchen wir ein konkurrenzfähiges Steuersystem und gute Internetanschlüsse um Dienstleistungen für die ganze Welt erbringen zu können.

Die Marke ‚Appenzell‘ ist ein Gütesiegel und darf nicht für alles Erdenkliche missbraucht werden.»

*Martin Ebnetter
Präsident SVP Appenzell Innerrhoden*

Technologie und persönliche Beratung kombinieren

Die Appenzeller Kantonalbank geht im Anlagebereich in die Offensive. Ein neues Tool wird Kundinnen und Kunden auf dem Weg zur optimalen Anlage unterstützen. Es ist zugleich ein wichtiges Instrument für die Beraterinnen und Berater der Bank bei der täglichen Überprüfung der Portfolios und allfälligen Massnahmen bei Veränderungen. Erste Feldversuche zeigen: Das neue Anlagetool stösst auf Anklang und ist ein Quantensprung gegenüber dem früheren System.

Welche Bedürfnisse und Wünsche hat ein Kunde? Wie steht es um seine heutige Vermögenssituation? Und wie verhält es sich mit der Risikobereitschaft und der Risikofähigkeit? Solche Fragen standen schon immer im Zentrum der Anlageberatung – und sie tun es weiterhin. Die Herausforderung liegt darin, alle diese Faktoren in einer Anlagelösung in Einklang zu bringen. Dazu kommen ständig laufende Regulationen im Finanzwesen, von der Risikoaufklärung bis zur Dokumentationspflicht. «Um das alles unter einen Hut zu bringen, braucht es neben erfahrenen Beratern auch eine sinnvolle IT-Unterstützung», sagt Thomas Kast, Bereichsleiter Anlagekunden bei der

mehr oder weniger Geld investiert, wenn man das Risiko erhöht oder reduziert oder auch, wenn man bestimmte Währungen oder Titel ausschliesst? Jede Veränderung, jede Anpassung wird in Echtzeit grafisch umgesetzt, so dass die Auswirkungen der Entscheidung sofort nachvollziehbar sind.

Welches Anlagevermögen frei ist, hängt stets auch davon ab, welche Ziele der Kunde kurz- und mittelfristig hat. Ist beispielsweise in einigen Jahren ein Eigenheim geplant, muss das in die Planung einbezogen werden. «Das Tool unterstützt uns, den Kunden aufgrund seiner aktuellen Vermögenslage, seinen geplanten Investitionen und seinen Anlagezielen umfassend zu beraten», erklärt Thomas Kast. Mit «weichen» Fragen wird das Risikoprofil geschärft. Das geschah früher auf Papier, mit der neuen Lösung werden die Auswirkungen von mehr oder weniger Risikobereitschaft ebenfalls umgehend visualisiert dargestellt. «Das macht massgeschneiderte Empfehlungen für die individuelle Situation möglich», so Yvonne Fässler.

«Das neue Tool macht massgeschneiderte Empfehlungen möglich.»

Appenzeller Kantonalbank. Vor rund zwei Jahren habe man erkannt, dass hier ein Handlungsbedarf besteht. Im Verbund mit weiteren Kantonalbanken wurden die Arbeiten für ein neues Anlagetool in Angriff genommen, das nun für den Einsatz bereitsteht – wobei die Appenzeller Kantonalbank als eine der ersten Kantonalbanken am Start steht.

Verständlich dank Visualisierungen

Für die Kundinnen und Kunden heisst das: Beim Beratungsgespräch weichen Papier und Bleistift dem Bildschirm. Yvonne Fässler, die als Projektleiterin von Anfang an bei der Ausarbeitung dabei war, veranschaulicht den Prozess an einem fiktiven Beispiel. In einer übersichtlichen Maske wird die Ausgangslage des Kunden erfasst, zu einem späteren Zeitpunkt folgen die finanziellen Ziele. «Es geht darum, das abstrakte Thema des Anlegens fassbar zu machen und verständlich darzustellen», so Fässler. Das gelingt mit Visualisierungen: Was geschieht, wenn man

Strategien vergleichen

Der Vorteil der IT-Lösung liegt auch darin, Szenarien einfliessen lassen zu können. Anhand von realen Ereignissen aus der Vergangenheit wie Finanzkrise oder Eurokrise kann mit den konkreten Zahlen durchgespielt werden, wie sich das angelegte Vermögen entwickelt hätte und welche «Erholungszeit» nötig gewesen wäre, bis die Anlagen wieder auf dem alten Stand gewesen wären. Informationen dieser Art helfen den Kundinnen und Kunden, sich die Auswirkungen von Krisen vorzustellen. Thomas Kast: «Auf dieser Basis können wir einen Stresstest vornehmen und die Anlagestrategie je nachdem anpassen.» Oft gehe es auch darum, die von der Bank vorgeschlagene Strategie und die Ideen des Kunden miteinander zu vergleichen. Und auch das erfolgt visualisiert in Echtzeit.



Thomas Kast,
Bereichsleiter Anlage-
kunden und Projekt-
leiterin Yvonne Fässler.

In diesen Prozess fliessen auch bestimmte Vorgaben des Kunden ein, beispielsweise der Ausschluss bestimmter Währungen oder einzelner Titel oder auch der maximale Prozentsatz an Aktien. Im Unterschied zu früher lassen sich die Auswirkungen solcher Restriktionen umgehend in Zahlen und Kurven darstellen. Auf diese Weise entsteht nach und nach ein Anlagevorschlag, der den Bedürfnissen des Kunden entspricht und seinen Wünschen Rechnung trägt. Thomas Kast weist darauf hin, dass bei Anlagen grundsätzlich erfahrungsgemäss ein weltweit diversifiziertes Portfolio sinnvoll sei, Kunden aber oft eher

auf der Basis des Marktgeschehens den Einfluss auf die gewählten Anlagen. «Veränderungen bei einem Titel können sich auf einen anderen auswirken, und das Tool berechnet diese Zusammenhänge», sagt Thomas Kast. So können Marktbewegungen beispielsweise dazu führen, dass der Aktienanteil eines Portfolios plötzlich höher liegt als gewünscht. Der Berater erhält einen entsprechenden Hinweis und kann seinen Kunden darüber informieren – und dieser kann wenn gewünscht handeln. Auch Vorschläge für eine Optimierung werden so laufend geprüft.

Für Thomas Kast und Yvonne Fässler ist das neue Tool ein wichtiger, aber nicht der einzige Baustein für eine gute Anlageberatung. Technologisch sei man mit dem preisgekrönten Kernstück «swiss-Quant» an die Spitze vorgedrungen. «Die Technik wollen wir aber kombinieren mit der persönlichen Beratung, die wir pflegen und die uns auszeichnet», betont Thomas Kast. Bei der Appenzeller Kantonalbank kenne man keine Bonuskultur, die Berater verdienen nicht an Transaktionen, deshalb habe man ausschliesslich das Interesse der Kundschaft im Fokus. Statt kurzfristiger Optimierungen suche man als Bank die langjährige Zusammenarbeit. Das zeigt auch die Tatsache, dass einige Kunden seit 20 Jahren denselben Ansprechpartner haben.

Für den Bereichsleiter Anlagekunden und die Projektleiterin steht fest: Mit dem neuen Tool steht ein hervorragendes Instrument bereit, um bestehende, aber auch neue Kunden dabei zu unterstützen, die persönlichen Anlageziele zu erreichen. Die persönliche Betreuung steht bei der Appenzeller Kantonalbank weiterhin im Vordergrund, nun aber unterstützt durch ein Hilfsmittel, das auf dem Weg zur optimalen Lösung wertvolle Dienste leistet.

«Vorschläge für eine Optimierung werden laufend automatisch geprüft.»

in Schweizer Titel investieren wollen. «Vielleicht kommt man mit bestimmten Wünschen wieder weiter weg vom optimalen Rendite-/Risikoverhältnis», so Kast, «aber indem wir sofort sehen, welchen Einfluss ein Schritt hat, hat man eine gute Grundlage für eine Entscheidung.»

Laufende Optimierung

In einer ersten Phase wurde das neue Tool mit einzelnen Kunden in der Praxis getestet. Auch für das Beraterteam war diese Einführungszeit wichtig, betont Yvonne Fässler, da es sich um einen ganz neuen Beratungsprozess handle. Das erste Fazit fällt positiv aus. «Die Kunden sind beeindruckt von der neuen Lösung», so Fässler. Nicht zuletzt, weil das Tool auch die Nachprüfung erlaubt. Denn sichtbar ist nur ein Teil. Im Hintergrund berechnet die IT-Lösung lau-

«Eine Frage des persönlichen Engagements»

Die reine Grösse ist für Landammann Paul Signer kein Qualitätsmerkmal. Der Kanton Appenzell Ausserrhoden habe eine Dimension, die es ihm erlaube, eine aktive Politik zu betreiben, ohne die Vorteile der relativen Kleinheit aufgeben zu müssen. Welche das sind und wie das Zusammenspiel mit den anderen Ostschweizer Kantonen funktioniert, erklärt der aktuelle Ausserrhoder Landammann im LEADER-Interview.

Paul Signer, wenn Sie einem Besucher aus dem Ausland die Vorzüge des Wirtschaftsstandortes Appenzell Ausserrhoden in wenigen Sätzen beschreiben müssten, wie würden Sie das formulieren?

Appenzell Ausserrhoden ist ein Kanton, in dem die Wege kurz sind: Man kennt sich – und das ist nicht nur dann, wenn Probleme auftauchen, von unschätzbarem Wert. Der Kanton optimiert die administrativen Abläufe und achtet auf eine KMU-freundliche Rechtssetzung sowie einen unbürokratischen Gesetzzvollzug. Zudem ist die Gewinnbesteuerung in

Schiene weiter optimieren und in leistungsfähige Datennetze investieren – auch in entlegeneren Teilen des Kantons.

In der Wirtschaft erleben wir es immer wieder, dass die Kleinen von den Grossen geschluckt werden. Dass nur überleben kann, wer über eine gewisse Dimension verfügt. Wieso gilt das längerfristig nicht auch für Kantone wie den Ihren?

Weil der Kanton Appenzell Ausserrhoden eine Grösse hat, die es ihm erlaubt, eine aktive Politik zu betreiben, ohne die Vorteile der relativen Kleinheit – zum Beispiel die am Anfang angesprochenen kurzen Wege – aufgeben zu müssen. Schiere Grösse allein ist noch kein Qualitätsmerkmal.

«Der intakten Landschaft und den Traditionen, dem Bodenständigen ist Sorge zu tragen. Das allein reicht jedoch eindeutig nicht.»

Appenzell Ausserrhoden rekordtief. Der Kanton verfügt über eine gute Verkehrsanbindung auf Strasse und Schiene und eine stabile und nachhaltige Energieversorgung. Der Kanton bietet genügend Wohn- und Erholungsraum, es gibt zahlreiche Angebote für die familienergänzende Kinderbetreuung und die Schulstrukturen sind optimal: Bis zur gymnasialen Maturität steht die ganze Palette zur Verfügung.

Positiv hervorgehoben wird gerne die intakte Landschaft, der Wert an Traditionen, das Bodenständige. Nur: Kann man mit diesen Aspekten auch in Zukunft noch punkten? Oder anders gefragt: Wo besteht der grösste Handlungsbedarf, damit Ausserrhoden auch in zehn Jahren noch ein attraktiver Wirtschaftsstandort ist?

Der intakten Landschaft und den Traditionen, dem Bodenständigen ist Sorge zu tragen. Das allein reicht jedoch eindeutig noch nicht. Um als Wirtschaftsstandort attraktiv zu bleiben, müssen wir in erster Linie die guten Anbindungen auf Strasse und

Kann man sich trotz geringer Grösse Gehör verschaffen – beispielsweise innerhalb der Ostschweiz oder auch gegenüber Bern?

Das ist meines Erachtens eine Frage des persönlichen Engagements – wer sich einsetzt, gute Arbeit liefert und auch etwas hartnäckig ist, wird nicht nur gehört, sondern erhört – sogar in Bern...

Gibt es Bereiche, bei denen die Ostschweizer Kantone noch besser zusammenarbeiten müssen?

Es gibt immer Bereiche, in denen die Zusammenarbeit noch besser sein bzw. werden könnte. Dass neu ab Herbst jeweils sämtliche Mitglieder der Regierungen der so genannten «Kern-Ostschweiz» – AR, AI, SG und TG – gemeinsam tagen, wird sicher dazu beitragen, dass die Zusammenarbeit optimiert werden kann. Grundsätzlich ist aber festzuhalten, dass – bei allen (erklärbaren) Differenzen – die Zusammenarbeit der Ostschweizer Kantone nach meiner Beurteilung gut ist.

Sie selbst sind seit 2013 Regierungsrat. Welches waren in den vergangenen fünf Jahren entscheidende Meilensteine, die zugunsten des Kantons –



Landammann
Paul Signer: «Es gibt
immer Bereiche, in
denen die Zusammen-
arbeit noch besser sein
bzw. werden könnte.»

und auch der hier ansässigen Wirtschaft – erreicht werden konnten?

Als Mitglied der Kollegialbehörde Regierungsrat nenne ich hier vor allem die verschiedenen Gesetzgebungsprozesse im Baubereich und in der Raumplanung, welche die Grundlage für die weitere – auch

«Wer sich einsetzt, gute Arbeit liefert und auch etwas hartnäckig ist, wird nicht nur ge-, sondern erhört – sogar in Bern.»

wirtschaftliche – Entwicklung des Kantons legen. Man könnte aber durchaus auch zum Beispiel das «Energiekonzept 2017–2025» oder das «Konzept öffentlicher Regionalverkehr 2018 – 2022» nennen.

Selbstverständlich gehört auch dazu, dass es dem Regierungsrat einerseits gelungen ist, mit der Reorganisation der kantonalen Verwaltung eine weitere Verschlinkung der Administration umzusetzen, und dass es der Exekutive andererseits gelungen ist, die Kantonsfinanzen nach dem Ausrutscher von 2016 im vergangenen Jahr wieder in Ordnung zu bringen. Wichtig ist dem Regierungsrat auch, dass der 10. Platz im Kantonsranking der Credit Suisse betreffend Standortqualität (AI und SG liegen auf den Plätzen 14 respektive 15) und damit ein Platz über dem schweizerischen Mittel gehalten oder, wenn möglich, noch verbessert werden kann. Ein solches Ranking ist schliesslich immer das Ergebnis von guter, engagierter Arbeit aller Beteiligten in den unterschiedlichsten Bereichen.

Und wie sieht es in naher Zukunft aus? Welche grösseren Investitionsprojekte sind in der Pipeline?

Im Moment befindet sich das nächste Strassenbauprogramm in der Vernehmlassung; dieses ist wichtig für den Werterhalt bzw. den massvollen Ausbau der Strassen im Kanton. Im öV-Bereich steht die Realisierung der Durchmesserlinie vor ihrem Abschluss, was die Anbindung der Mittelländer Gemeinden an die Stadt St.Gallen ab Oktober erheblich verbessert. Und schliesslich steht die letzte Etappe des Ausbaus der Infrastruktur des Psychiatrischen Zentrums in Herisau an. Dann soll in Gmünden die Strafanstalt saniert werden und, falls sich das umsetzen lässt, ein Neubau für die Prüfstation der Motorfahrzeugkontrolle erstellt werden.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg

Anzeige

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

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

Puccini Edgar
Oper auf dem Klosterhof

Presenting Partner
CREDIT SUISSE

Hauptsponsor
helvetia

Medienpartner
TAGBLATT MEDIEN

Ticketing Partner
LEADER starticket

Neue Zürcher Zeitung

«Wir Ostschweizer haben ein Problem, uns zu definieren»

CVP-Nationalrat und Landammann Daniel Fässler ist erstaunt darüber, wie einfach es sich Ostschweizer Medien und Wirtschaftsverbände machen, wenn sie «Ostschweizer Interessen» beschreiben und dabei in erster Linie an die Stadt St.Gallen denken. Ein Gespräch über die Definition der Ostschweiz und die Vorzüge des Kantons Appenzell Innerrhoden.

Daniel Fässler, wir Ostschweizer klagen ja gerne darüber, dass wir in Bern vergessen gingen, dass die Schweiz bei Winterthur aufhöre. Lässt man uns in Bern effektiv links liegen?

Jede Randregion hat das Gefühl, vernachlässigt zu werden. 15 der 26 Kantone sind Grenzkantone, und weitere sieben Kantone (UR, SZ, OW, NW, GL, AR, AI) werden zumindest wirtschaftlich als peripher liegend betrachtet. Wir Ostschweizer sind daher nicht die Einzigen, die sich zu wenig wahrgenommen fühlen. Bevorzugt behandelt werden wir aber sicher nicht. Dies liegt m. E. weniger an der derzeit fehlenden Vertretung im Bundesrat, als vielmehr an

der Kantone Glarus, Schaffhausen, Appenzell Ausserrhoden, Appenzell Innerrhoden, St.Gallen, Graubünden und Thurgau zusammengeschlossen. Doch faktisch verstehen sich insbesondere die Bewohner von Graubünden und Schaffhausen selber nicht als Ostschweizer. Und die Glarner werden von den Ostschweizern nicht als ihresgleichen angesehen. Umgekehrt wiederum sieht es in einzelnen Teilen der Kantone St.Gallen und Thurgau aus, die ihre Orientierung in Richtung Zürich haben. Manchmal könnte man meinen, Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden seien die einzigen Kantone, die sich vorbehaltlos als Ostschweizer Kantone bezeichnen. Ich bin daher immer wieder erstaunt, wie einfach es sich Ostschweizer Medien und Wirtschaftsverbände machen, wenn sie «Ostschweizer Interessen» beschreiben und dabei in erster Linie an die Stadt St.Gallen denken. Mit diesem Exkurs ist das Entscheidende gesagt: Wir Ostschweizer haben selber ein Problem, uns zu definieren und zu identifizieren. Trotz dieser nicht einfachen Ausgangslage ist die Zusammenarbeit zwischen den ORK-Kantonen gut, jedenfalls viel besser, als immer wieder beklagt wird. Dass man nicht immer am gleichen Strick ziehen kann, ist angesichts der heterogenen Ausgangslage klar. Dies heisst aber nicht, dass man sich nicht nach Kräften unterstützt.

«Manchmal könnte man meinen, Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden seien die einzigen Kantone, die sich vorbehaltlos als Ostschweizer Kantone bezeichnen.»

der geografischen Lage der Bundesstadt und der darin begründeten ungenügenden Vertretung der Ostschweiz in Chefpositionen der Bundesverwaltung. Manchmal täte allerdings etwas mehr Selbstkritik gut: Dass der Schweizerische Innovationspark keinen Netzwerkstandort Ost erhält, ist eigenem Unvermögen geschuldet. Und die Schaffung eines Metropolitanraumes St.Gallen kann nicht gelingen, wenn sich Teile des Kantons St.Gallen an der Metropolitenkonferenz Zürich beteiligen.

Andere Regionen schaffen es, sich besser Gehör zu verschaffen. Die Ostschweizer Kantone ziehen mitunter nicht immer am gleichen Strick. Braucht es hier ein vermehrtes Zusammengehen?

Ein Problem der Ostschweiz ist, dass wir selber die Ostschweiz je nach Bedarf anders definieren. Politisch ist die Sache klar: In der Ostschweizer Regierungskonferenz (ORK) sind die Regierungen

Sie selbst sind seit Dezember 2011 im Nationalrat und gelten als einflussreicher Politiker. Wie stark können Sie diesen Einfluss zugunsten des Kantons Appenzell Innerrhoden einsetzen?

Ich darf seit 2008 das Amt des Landammanns von Kanton Appenzell Innerrhoden ausüben. Es ist daher klar, dass ich als (einziger) Nationalrat vor allem die Interessen unseres Kantons wahrnehme. Diese sind meistens mit den Interessen der übrigen Ostschweiz identisch. Da ich der einzige Bundesparlamentarier bin, der gleichzeitig in einer Kantonsregierung Einsitz hat, gelingt es mir gut, bei Bundesrat, Verwaltung und Ratskollegen das nötige Gehör zu finden.



*CVP-Nationalrat
Daniel Fässler:
«Ein rascher Erfolg in der
Sache ist mir wichtiger
als eine Nennung in der
Tagespresse.»*

Dabei suche ich selten den Weg über die Öffentlichkeit. Ein rascher Erfolg in der Sache ist mir wichtiger als eine Nennung in der Tagespresse.

Welches grundsätzliche Bild, vielleicht auch welche Vorurteile haben Ihre Parlamentskollegen von Ihrem Heimatkanton?

Appenzell Innerrhoden wird dank der Landschaft, dem Hauptort Appenzell, dem Alpstein und unseren Traditionen als Idylle wahrgenommen. Wichtige «Botschafter» sind dabei die landesweit bekannten Produkte wie Bier, Biberli, Mineral und Flauder,

«Dass der Schweizerische Innovationspark keinen Netzwerkstandort Ost erhält, ist eigenem Unvermögen geschuldet.»

Alpenbitter oder Käse. Dass wir wirtschaftlich ausserhalb dieser Branchen und des Tourismus noch mehr zu bieten haben, realisieren nur jene Kollegen, die sich mit statistischen Angaben befassen. Diese nehmen dann erstaunt zur Kenntnis, dass Innerrhoden beim Finanzausgleich pro Kopf weniger aus dem Ressourcenausgleich erhält als St.Gallen und Thurgau. Und dass Innerrhoden nach Graubünden beim Tourismus den zweithöchsten Beschäftigungsanteil hat.

Was können andere Kantone in wirtschaftlicher Hinsicht von Innerrhoden lernen?

Es liegt mir fern, Ratschläge zu erteilen. Denn als Präsident der Volkswirtschaftsdirektoren-Konferenz der Ostschweizer Kantone und des Fürstentums Liechtenstein (VDK Ost) weiss ich, dass jeder Kanton seine eigenen Herausforderungen hat. Und ich weiss auch, dass sich die Ostschweizer Kantone wirtschaftlich zu behaupten wissen, obwohl verschiedene wertschöpfungsstarke Branchen bei uns untervertreten sind.

Und in welchen Belangen hat Ihr Kanton noch Nachholbedarf?

Appenzell Innerrhoden hat sich in den letzten zehn bis 20 Jahren sehr stark entwickelt. Der Geburtenrückgang konnte mit einer massvollen Zuwanderung vor allem aus dem Inland kompensiert werden. Stärker als die Bevölkerung ist die Beschäftigung gewachsen, die Wachstumsraten lag in den letzten Jahren über dem Ostschweizer Durchschnitt. Als Folge davon haben sich die Pendlerströme verändert, denn die jüngere Generation hat vermehrt die Chance, im eigenen Kanton zu arbeiten. Wenn diese Entwicklung fortgesetzt und damit der Braindrain weiter reduziert werden kann, ist das wichtigste Ziel erreicht.

Interview: Marcel Baumgartner
Bild: parlament.ch

«Die Individualgäste sind mobiler und anspruchsvoller»

Die Appenzeller Schaukäserei wurde 1977 eröffnet. Seither haben über acht Millionen Besucher aus aller Welt den Entstehungsort des Appenzeller Käses besucht. Im Interview erklärt Geschäftsführerin Evelyne Hennet, wie man Traditionelles auch im digitalen Zeitalter bewahrt und wo die Ostschweiz noch stärker als Ganzes auftreten sollte.

Evelyne Hennet, 2017 feiert die Schaukäserei ihr 40-Jahre-Jubiläum. Wie hat sich das Unternehmen in diesen vier Jahrzehnten entwickelt?

Milchwirtschaft und Käseproduktion waren 1975 ausschlaggebend für die Gründung der Genossenschaft Appenzeller Schaukäserei und den Bau des Gebäudes. Die Inbetriebnahme der Schaukäserei fand 1977 statt. Im Vordergrund standen die Sicherstellung einer einheitlichen Produktion des Appenzeller Käses durch die Sortenorganisation, konsequenter Markenschutz und vielfältige Absatzförderung. In den kommenden Jahren wurde der

Was umfasst Ihr Angebot heute alles?

Vieles. Grundangebot ist die Besichtigung der Appenzeller Schaukäserei inklusive des Zusehens bei der Herstellung des weltbekannten Appenzeller Käses. Es geht weiter mit Führungen mit einer Gastgeberin und Gruppenangeboten mit Partnern aus der Region. Dann haben wir einen Shop mit Käse, Spezialitäten, Souvenirs und Kleidern sowie ein Restaurant – und für die Kleinen einen attraktiven Spielplatz.

Im Dezember eröffnen Sie einen neuen Schaubereich. Was beinhaltet dieser?

Er trägt den Namen «Appenzeller – dem bestgehüteten Geheimnis auf der Spur». Der Titel sagt es schon, man lernt die Heimat des Appenzeller Käses besser kennen mit allem, was dazugehört. Und nebenher erfährt man vieles über Tradition und Brauchtum, Land und Tier aus dem Appenzellerland. Der Bereich ist sehr erlebnisreich umgesetzt. Wir haben moderne Technologie und Bewährtes vereint.

Verstärkt muss bei solchen «Erlebniswelten» auch der digitale Aspekt einbezogen werden. Wie schwer ist es, hier ein gesundes Mass anzuwenden, damit letztlich dennoch das traditionell Appenzellische im Mittelpunkt steht?

Ich glaube, das gelingt uns ganz gut. In der Kommunikation und Werbung sind die digitalisierten Kanäle sicher zu berücksichtigen, um verschiedene Zielgruppen zu erreichen. Hier vor Ort soll jedoch vieles greifbar und bodenständig sein. Die Inhalte des neuen Schaubereichs sind auf die fünf Sinne der Gäste ausgerichtet.

Sprechen Sie heute eine andere Kundschaft an als noch vor 20 oder 30 Jahren?

Teilweise schon. Die verschiedenen Zielgruppen haben unterschiedliche Bedürfnisse. Diese verändern sich über die Jahre, aber im Kern geht es oft um dasselbe: Essen, Informationsvermittlung, Erlebnis und Kostensensibilität. Im Bereich Gruppenreisen hat sich bei den Reiseveranstaltern und im Bustourismus

«Man muss in Qualität, Freundlichkeit und im Angebot «verhebe».»

Produktionsbetrieb technisch laufend den neuen Anforderungen angepasst und mit einem grossen Käsekeller erweitert. Weiter kamen Gästebedürfnisse hinzu, worauf auch der Besucherbereich erweitert wurde. Restaurant und Shop wurden umgebaut und vergrössert. 2015 wurde die Genossenschaft in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Heute sind wir nicht mehr nur ein Betrieb, der Käse produziert, sondern auch ein Restaurant und ein Shop, mit denen wir die Bedürfnisse Einkaufen und Essen abdecken.

Sie setzen auf ein Produkt, das sich einer grossen Bekanntheit und einer ebenso grossen Beliebtheit erfreut. Gibt es dennoch Hürden, die bei der Entwicklung der Schaukäserei gemeistert werden mussten?

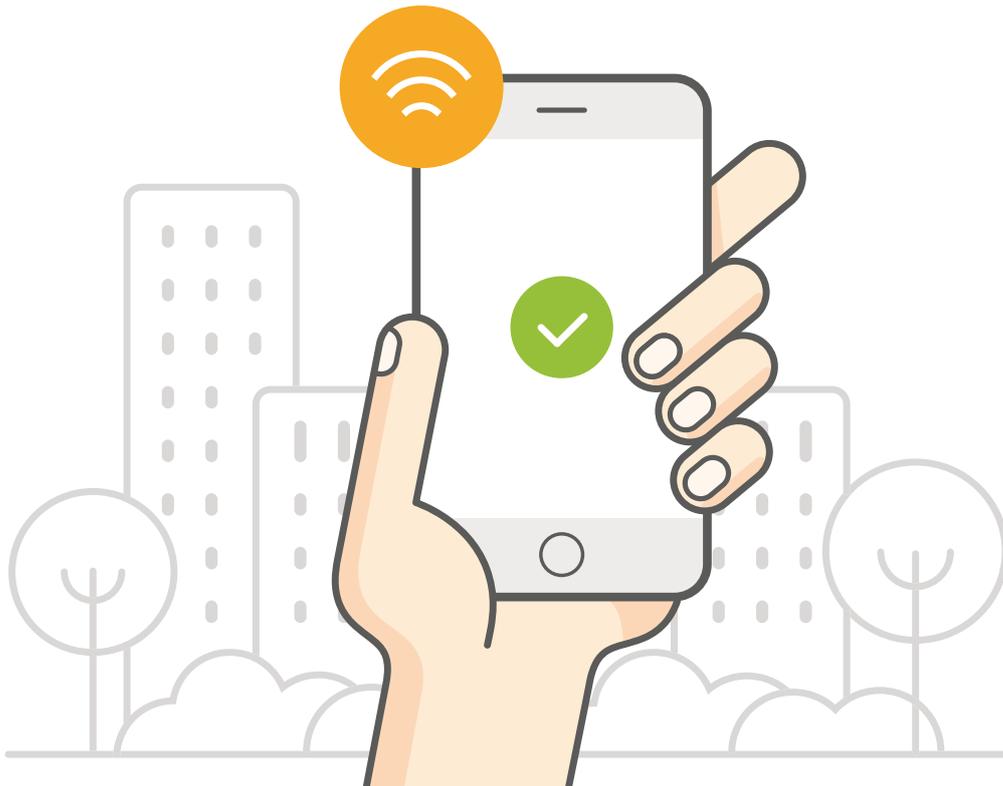
Ja. Wie in jeder Organisation war das so und wird es auch zukünftig sein. Wir stellen uns den sich verändernden Marktbedingungen und passen uns den Besucherbedürfnissen stets an. Was bedeutet, dass unser Angebot fortlaufend überprüft und punktuell angepasst werden muss. Deshalb ist ein enger Austausch mit unseren Partnern ein wichtiger Faktor unserer Arbeit.



*Evelyne Hennet, Geschäftsführerin
der Appenzeller Schaukäserei:*

**«Ich wünsche mir,
dass die Ostschweiz
touristisch noch mehr
zusammenspannt.»**

Arbeitszeiten und Spesen mobil erfassen



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

einiges verändert: Der Kostendruck nimmt von Jahr zu Jahr mehr zu. Auch werden immer mehr individuelle, unkonventionelle Angebote angestrebt. Die Individualgäste sind mobiler und anspruchsvoller geworden. Bei einem vielseitigen Angebot an touristischen Ausflugszielen ist es deutlich schwieriger geworden, die Erwartungen der Gäste zu erfüllen. Man muss in Qualität, Freundlichkeit und Angebot «verhebe».

«Hier vor Ort soll vieles greifbar und bodenständig sein.»

Welche Parameter müssen erfüllt sein, dass das Unternehmen auch in den nächsten vier Jahrzehnten auf gesunden Beinen steht?

In erster Linie zählen Freude, Herzblut und Ausdauer für die Kernkompetenzen der Appenzeller Schaukäserei. Dann natürlich ein tolles Team, Partnerschaftlichkeit, Synergiennutzung, Weitblick und ein besuchergerechtes Angebot. Ich wünsche mir,

dass die Ostschweiz touristisch noch mehr zusammenspannt und das grosse Ganze sieht. Ein Tourist unterscheidet vielfach nicht, ob er sich in Appenzell Innerrhoden oder Ausserrhoden, im Toggenburg, Thurgau oder in St.Gallen aufhält. Vor allem, wenn man bedenkt, dass die Schweiz im Verhältnis zu Europa oder der ganzen Welt ein kleines Land ist, müssen wir unsere Region gemeinsam fördern.

Was gab für Sie damals den Ausschlag, die Geschäftsführung zu übernehmen? Der Reiz an der Aufgabe oder die Liebe zum Produkt?

Einerseits die Herausforderung, eine solche Aufgabe mit all ihren Tätigkeitsfeldern zu übernehmen. Andererseits bin ich ein Appenzeller-Käse-Fan. Gleichzeitig schätze ich den Umgang mit meinen Mitmenschen, sei es im Team, um etwas zu bewegen – oder um unsere vielseitigen Gäste aus aller Welt mit unserem schönen Appenzellerland glücklich zu machen.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: Gian Kaufmann

Anzeige

Continuum zum Thema Entwicklung & Wandel:

Im Jahr 2025 schon etwas vor?

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

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

 **CONTINUUM**
Zukunft sichern.

Eine Allround-Partnerin für alle Auto-Anliegen

Wer viel beschäftigt ist, braucht verlässliche und flexible Partner. Auch in Bezug auf Mobilität. Die Scheidweg-Garage in Appenzell ist spezialisiert auf Geschäftskunden – und bietet «e betzli meh»: Mehr Beratung, mehr Dienstleistung, mehr Persönlichkeit.



Mike Bregg, Betriebsleiter der Scheidweg-Garage.

Sie liegt am Tor zum Alpsteinmassiv. Unweit des Golfplatzes Gonten, mitten in Appenzell und bloss ein paar Radumdrehungen von St.Gallen entfernt: Die Scheidweg-Garage, eine Allround-Partnerin für alle Auto-Anliegen. Vor gut 40 Jahren gegründet, ist die Garage mit heute rund 45 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine der grössten im Appenzellerland.

«Reinsitzen, Schlüssel drehen, losfahren»

«Unser Ansporn ist, dem Kunden alles rund ums Auto abzunehmen, worum er sich nicht kümmern möchte», erklärt Betriebsleiter Mike Bregg. Dieser Rundum-Service wird vor allem von Geschäftskunden und anderen Vielbeschäftigten geschätzt. Zu den Dienstleistungen der Scheidweg-Garage gehört beispielsweise der Hol- und Bringservice: Hat ein Fahrzeug etwa einen Termin zum Reifenwechseln oder für den Service, wird es am gewünschten Ort abgeholt und nach dem Termin in der Garage wieder an den Wunschort zurückgebracht. «Wenn der Kunde nicht will, muss er sich bei uns also um nichts kümmern. Er hat immer dieselbe Ansprechperson und kann in sein Fahrzeug einfach nur sorglos reinsitzen, den Schlüssel drehen und losfahren.»

Die Scheidweg-Garage, nur ein paar Radumdrehungen von St.Gallen entfernt, bietet Neu- und Gebrauchtwagen von Audi, Skoda, VW und VW Nutzfahrzeuge.

Audi-, VW- und Skoda-Ausstellung

Zur Scheidweg-Garage gehören eine hochspezialisierte Werkstätte mit entsprechend ausgebildeten Diagnostikern, ein Carrosserie-Zentrum, eine Waschanlage, eine Tankstelle mit Shop sowie eine E-Ladestation. Und wer sich für einen neuen Audi, VW, Skoda oder ein neues VW-Nutzfahrzeug interessiert, wird in Appenzell persönlich und kompetent beraten. «Das ist für unsere Kunden seit 40 Jahren das Wichtigste – besonders heute, wo alles digitalisiert wird.»

E betzli meh – för e rondom guets Gfühl



Scheidweg-Garage AG
Gontenstrasse 1
9050 Appenzell

T +41 71 788 18 18
info@scheidweg-garage.ch
www.scheidweg-garage.ch



Der digitale Reiseführer

Inspiriert durch die «Hop-On, Hop-Off»-Angebote, die man aus Weltstädten wie London, New York und weiteren Städten kennt, entstand die Idee, einen digitalen Reiseführer für das Appenzellerland anzubieten. Was die App «Fensterplatz» alles zu bieten hat und auf welchen Anklang das Angebot bisher gestossen ist, erklärt Sabrina Huber, Leiterin Marketing/Verkauf bei den Appenzeller Bahnen, im Kurzinterview.



Sabrina Huber, Leiterin Marketing/Verkauf bei der Appenzeller Bahnen AG.

Sabrina Huber, neu kann man in die Appenzeller Bahnen einsteigen und via App einen digitalen Reiseführer «hinzuziehen». Richtet sich das Angebot in erster Linie an Touristen?

An Touristen, Freizeitreisende und Pendler. Für Touristen ist es ein attraktives Rahmenprogramm – auch bei schlechtem Wetter. Freizeitreisende können bereits auf dem Weg ins Appenzellerland einiges über die Region erfahren. Und auch Pendler lernen sicher das eine oder andere auf «ihrer» Strecke dazu.

Benutzer haben die Wahl zwischen verschiedenen Themen. Wieso hat man sich für eine Unterteilung in Bereiche wie «Wirtschaft/Politik», «Land/Leute/Freizeit», «Brauchtum/Kultur/Geschichte» und «Eisenbahngeschichte» entschieden?

Wir haben die ersten Themenfelder zusammen mit den Tourismusorganisationen definiert. Ausserdem soll es spannend bleiben – auf der nächsten Reise mit den Appenzeller Bahnen können die Fahrgäste wieder ein neues Thema wählen. Wir werden die Themenauswahl noch erweitern.

Was bekomme ich beispielsweise in «Wirtschaft/Politik» zu hören?

Wir sprechen über Hauptorte, Kantonsgrenzen, vom Zug aus sichtbare Industriebetriebe, Gewerbe und vieles mehr. So erfährt man beispielsweise Wissenswertes über die Landsgemeinde in Appenzell, dass in Herisau wöchentlich 35 Tonnen Champignons produziert werden oder dass Gais im 18. Jahrhundert eine beliebte Destination für Ziegenmolkekurieren war.

Wie schwierig gestaltete sich die Erstellung der App bzw. die Sammlung von Daten?

Der Aufbau beinhaltete drei Bereiche: Technik, Inhalt und Design. Der Name «Fensterplatz» und das Design waren rasch klar. Den Inhalt zusammenzutragen, war echte Knochenarbeit. Unser Texter wurde von Partnern mit Bildern und Informationen unterstützt. Die grösste Herausforderung war aber der technische Aufbau der App: Je nachdem, ob man von St.Gallen nach Appenzell oder von Appenzell nach St.Gallen fährt, ist der gleiche Inhalt leicht umformuliert und an einem anderen Punkt hinterlegt. Ausserdem gibt die Fahrzeit zwischen den Haltestellen die Länge des Inhalts vor. Bis jeder Inhalt punktgenau platziert war, verbrachten die Techniker viele Stunden im Zug – stets den Laptop auf den Knien...

Seit wann kann die App verwendet werden?

Die App ist seit dem 1. September 2017 aktiv.

Sind ergänzende Entwicklungen geplant?

Unbedingt! Wir werden eine englische Version integrieren. Ausserdem verdichten wir den vorhandenen Inhalt bzw. erarbeiten neue Themen und Geschichten für unsere Fahrgäste. Wir stehen erst am Anfang des neuen Angebotes.



Interview: Marcel Baumgartner

Bilder: zVg

«Wir dürfen unseren Vorsprung nicht verlieren»

Er ist auf einem Bauernhof aufgewachsen und wollte Lokomotivführer werden, hat in St.Moritz dann aber eine Banklehre absolviert. Heute ist Peder Koch seit zehn Jahren CEO der Berit Klinik. Im Interview blickt er zurück auf die letzten Jahre. Erfolgreiche Jahre, in denen der Unterengadiner in der Ostschweiz angekommen ist. Und er spricht über Heimweh, Neid und eine Feng-Shui-Beraterin.

Selbst der sporadischste Appenzeller-Bahnen-Fahrer weiss es mittlerweile: Die Haltestelle Vögelinsegg auf der Strecke zwischen Trogen und St.Gallen heisst nicht mehr nur Vögelinsegg, sondern auch Berit Klinik. Dabei ist der Neubau kaum zu übersehen: Er thront seit zwei Jahren auf der Krete des Hügels in der Vögelinsegg. Nur ein paar Schritte vom Denkmal entfernt, das an die berühmte Schlacht erinnert. Hier, wo 1403 die Appenzeller die Fürstabtei St.Gallen bezwungen hatten, behauptet sich nun seit zwei Jahren die Berit Klinik in der hart umkämpften Spitallandschaft. Seit der Eröffnung hat das Haus alle Erwartungen übertroffen. Und mittlerweile ist auch am ehemaligen Standort in Teufen wieder Leben eingekehrt. Dort hat die Berit Klinik Anfang Februar ein Rehabilitationszentrum eröffnet.

«Als ich vor zehn Jahren gesagt habe, dass wir die führende orthopädische Klinik in der Ostschweiz werden, wurde ich ausgelacht.»

Massgeblich am Erfolg beteiligt: Peder Koch, CEO und Delegierter des Verwaltungsrates. Seit zehn Jahren ist er nun Chef der Berit Klinik, er hat angebaut, umgebaut, ausgebaut und neu gebaut. Ein Senkrechtstarter sei er, schreiben Printmedien, ein ausgewiesener Fachmann. An diesem Vormittag sitzt er in seinem Büro im Erdgeschoss der Klinik in Speicher. Da ist viel Weiss, an den Wänden ein bisschen abstrakte Kunst, die Fensterfront blank geputzt. Würde der zähe Hochnebel die Landschaft draussen nicht komplett verschlucken, Koch sähe bis weit ins Appenzeller Mittel- und Vorderland hinein. Hier schaut der CEO, der schnell ins Erzählen kommt, aber langsam spricht, auf die vergangenen zehn Jahre zurück. Und ein bisschen in die Zukunft.

Peder Koch, Sie haben hier in Speicher nun das zweite Betriebsjahr hinter sich. Das erste hat die Erwartungen übertroffen, 2017 auch?

Absolut. Wir gehören nun zu den vier grössten und bekanntesten orthopädischen Kliniken der Schweiz. Letztes Jahr haben wir 6002 Operationen durchgeführt – wir operieren also in einem Monat so oft wie 2008 noch in einem Jahr. In den Sprechstunden in der Klinik hatten wir über 11 000 Patientinnen und Patienten. Und wer sich hier umschaute, merkt auch, dass wir anders sein wollen, uns abgrenzen wollen. Das beginnt nur schon bei der Infrastruktur: Wir wollen kein Spital, wir wollen eine Klinik sein. Es riecht bei uns auch nicht nach Spital. Und die Menschen, die zu uns kommen, schätzen, dass sie sich nicht als Nummer fühlen. All das ist jedoch nur Mittel zum Zweck: Das absolut Wichtigste sind zufriedene Patientinnen und Patienten sowie motivierte Mitarbeitende.

Man spricht von einer Erfolgsgeschichte, Sie werden als Senkrechtstarter bezeichnet.

Das freut mich stellvertretend für alle, die mich bislang unterstützt haben, natürlich sehr. Das Wichtigste war und ist mein Team. Es hat alles mitgemacht, es blieb all die Jahre immer an Bord, das ist nicht selbstverständlich. Ich kann Ihnen sagen: Als ich vor zehn Jahren gesagt habe, dass wir die führende orthopädische Klinik in der Ostschweiz werden, wurde ich ausgelacht. Nach fünf Jahren kamen dann die Ersten, die zugegeben haben, dass sie mich zu Unrecht belächelt hatten.

Haben Sie das Gefühl, in Speicher angekommen zu sein?

Bis jetzt habe ich mich noch mit niemandem unterhalten, der uns hier nicht gut findet. Von der Gemeinde hatten wir zudem ja enorme Unterstützung erhalten und ich bin überzeugt, dass wir der Gemeinde auch etwas bieten dürfen.

*Peder Koch (*1969), CEO und Delegierter
des Verwaltungsrates der Berit Klinik:*

***«Wir wollen kein Spital,
wir wollen eine Klinik sein.»***



Die Klinik in Teufen haben Sie Anfang Februar als Rehaszentrum wieder eröffnet.

Es ist besonders schön, dass wir am Ort, wo wir die Basis für unsere heutige Positionierung gelegt haben, wieder zurückkehren können. Nun sind wir in der Lage, das Modell der viel zitierten integrierten Versorgung in unserem Fachgebiet auf einem noch hochstehenden Niveau anbieten zu können. Diese Konstellation ist in der Schweiz einmalig. Und nach der zweiten Woche waren wir bereits auch in Teufen komplett ausgebucht, ebenfalls unglaublich.

Sie erwähnen immer wieder, dass es bei Ihnen praktisch keine Fluktuationen gibt. Was machen Sie anders als andere Betriebe im Gesundheitswesen?

Für mich steht ein Gedanke im Vordergrund: Wenn es meinen Leuten gut geht, geht es mir auch gut. Viele Chefs sagen, die Mitarbeiter kämen an erster Stelle, das ist bei den meisten eine Floskel. Bei uns hier ist das wirklich so – und meine Leute können das bestätigen. Ich gehe regelmässig durchs Haus, plaudere und grüsse. Die Angestellten genauso wie die Patienten. Das wird rundherum geschätzt, das macht wahrscheinlich kein anderer Klinikdirektor. Und es ist nicht gespielt. Ich kenne alle Mitarbeitenden. Das Wichtigste ist, in welcher Form auch immer, die Wertschätzung – und die ist unbezahlbar. Gutes Personal zu finden, ist nicht einfach. Wir haben über 250 Arbeitsplätze geschaffen. Und während andere Spitäler händeringend nach Personal suchen, haben wir alle gefunden. Heute haben wir sogar eine Warteliste.

«Meine Eltern konnten mir nicht viel Geld geben, dafür umso mehr Liebe und Vertrauen.»

Sie sind stolz.

Ja, ich bin stolz darauf, was wir gemeinsam geschaffen haben. Nun müssen wir aber tagtäglich dran bleiben, denn geschafft hat man es nie. Und es ist doch so: Als Chef muss man Menschen mögen. Diese vier «M» – man muss Menschen mögen – begleiten mich schon mein ganzes Leben. Ich bin im Unterengadin in einfachen Verhältnissen aufgewachsen, in Ramosch. Meine Eltern waren Bauern, mein Vater nebenbei noch Waldarbeiter, wir konnten nicht vom Bauernhof alleine leben. Meine Eltern konnten mir nicht viel Geld geben, dafür umso mehr Liebe und Vertrauen. Ausserdem habe ich gelernt, dass es enorm wichtig ist, dazu zu stehen, woher man kommt. Als Teenager war das schwierig, wer wollte schon sagen, dass daheim «gebauert» wurde? Heute finde ich es unabhängig, sich seiner Wurzeln bewusst zu sein. Ehrlichkeit gibt einem langfristig immer Recht, ob geschäftlich oder privat. Auch das habe ich von meinen



Eltern gelernt. Als Teenager habe ich Ramosch dann verlassen, um in St. Moritz eine Banklehre zu beginnen. Und ich hatte ganz starkes Heimweh.

Weshalb überhaupt eine Banklehre?

Eigentlich wollte ich Lokomotivführer werden. Zumindest damals musste man dafür aber zuerst Mechaniker oder Schlosser lernen, das war nichts für mich. Ich bin handwerklich nicht so wahnsinnig begabt. Also ein Ikea-Möbel kann ich schon zusammenbauen... Aber Zahlen haben mir immer gelegen. Ich bin dann mit meiner Mutter zum Berufsberater, und daraus hat sich die Banklehre ergeben. Im Nachhinein muss ich sagen, dass ich vieles gelernt habe. Aber ich war dann in diesem mondänen St. Moritz, überall Jet-Set, das war schon ein kleiner Schock für mich. Da habe ich gesehen, was Geld mit Menschen machen kann. Und wie gesagt: Ich hatte extremes Heimweh, zwei Jahre lang habe ich jeden Tag geweint und mehrmals täglich mit meiner Mutter telefoniert.

Sie sind später ins Unterengadin zurückgekehrt.

Ja, nach meinem Abschluss bin ich zuerst ins Welschland und dann ins Tessin, um Französisch und Italienisch zu lernen. Dann wollte ich eigentlich nach England, bekam aber einen Anruf von meiner Heimatgemeinde, die einen Gemeindeschreiber suchte. So ging ich mit 23 Jahren zurück, wohnte wieder bei meinen Eltern und konnte Geld sparen. Später habe ich eine Stelle als Vizedirektor des Spitals Scuol bekommen und berufsbegleitend in St. Gallen BWL studiert. Irgendwann wurde mir das Pendeln zuviel, so habe ich bei einer Weinfirma im Rheintal begonnen. Das war eine sagenhafte Zeit. Schliesslich wurde ich Geschäftsleitungsmitglied bei der Schulthess-Klinik in Zürich. Dort habe ich wieder viel gelernt, zum Beispiel, wie man mit Ärzten umgeht.

Was mussten Sie da lernen?

Ich habe festgestellt, dass Bescheidenheit gepaart mit höchster Kompetenz in dieser Branche sehr gut ankommt. Dass es Ärzten wichtig ist, dass sie mit ihrem Dokortitel angesprochen werden. Auch dies



Links: Die Klinik in Teufen, die im Februar als Rehasentrum wiedereröffnet wurde.

Rechts: Blick auf den Bodensee, die Alpen und das Appenzellerland: Die Berit Klinik auf der Vögelinsegg.

hat mit Wertschätzung und Respekt zu tun. Ist diese Wertschätzung da, kann der Arzt seinen Job machen und das Management ebenfalls, man darf einander nur nicht dreinreden. So wird man erfolgreich. Da bekam ich das Angebot, die Berit Klinik in Teufen zu übernehmen, die zu dieser Zeit wirklich mehr schlecht als gut war. Ich sah die Klinik und dachte: Das ist die Chance.

Wie haben Sie den Turnaround geschafft?

Zuerst einmal habe ich den Betrieb ein halbes Jahr beobachtet, ich habe übrigens auch meine Masterarbeit über die Strategie der Berit Klinik geschrieben, über Qualität und Spezialisierung. Das haben wir knallhart umgesetzt. Wir haben gearbeitet und gearbeitet, gespart und gespart, ich habe Ärzte geholt, von denen ich wusste, dass sie gut sind. Am Ende blieb das Infrastrukturproblem: Wir wollten zuerst

«Natürlich gab es auch Rückschläge. Die kommen – und ab und zu in einer Härte, dass man fast den Glauben verliert.»

dort vergrößern, das hat aber zum Glück nicht geklappt. So kamen wir auf den heutigen Standort. 2011 konnten wir mit dem Planen beginnen. Wir haben bis heute über 70 Millionen investiert. Dafür habe ich mit sehr vielen Banken teils harzige Gespräche geführt und versucht, diese von meiner Vision zu überzeugen. Am Ende fand ich mit der St. Galler Kantonalbank und der UBS Partner, die an meine Vision geglaubt haben. Natürlich kamen dann die anderen Banken, als sie merkten, dass wir hier etwas Gutes machen. So ist das eben. Aber ich bin ein Mensch, der nicht vergisst, wer ihn in schwierigen Zeiten unterstützt hat.

In Artikeln über Sie tönt seit Jahren fast alles immer positiv, wenn nicht perfekt.

Natürlich gab es auch Rückschläge. Die kommen – und ab und zu in einer Härte, dass man fast den Glau-

ben verliert. Die habe ich meistens für mich alleine verkraften müssen, ich musste mich meistens selbst wieder motivieren. Ein schwieriger Moment war sicher, als unsere deutsche Muttergesellschaft Ende letzten Jahres provisorische Insolvenz in Eigenverantwortung anmelden musste. Wir sind davon nicht betroffen, wollten deshalb erst auch nicht kommunizieren. Dann mussten wir trotzdem, die Geschichte war überall in den Medien. Ich wollte nicht, dass die Mitarbeiter grundlos verunsichert werden. Die Sache hat sich nun für uns erledigt, und irgendwann wird ein neuer Eigentümer kommen. Ich bin sehr zuversichtlich, dass unsere Erfolgsgeschichte weitergeschrieben werden kann. Was ich manchmal auch etwas schwierig finde: Seit wir hier so erfolgreich sind, haben wir unzählige Neider.

Sind Sie nicht manchmal auch neidisch?

Nein. Jeder, der etwas hat, hat etwas dafür gemacht – ich freue mich für andere. Neid ist nichts Schönes. Mir hat neulich jemand gesagt: Lieber Neid als Mitleid erwecken, da hatte er natürlich recht. Aber wir werden hier knallhart beobachtet; es gibt viele, die nur warten, bis wir einen Fehler machen.

Stört Sie das?

Nein. Aber es ist eine Herausforderung. Und ja, manchmal ist es auch eine Belastung. Ich trage viel Verantwortung, wir sind nun nicht mehr ein Betrieb mit 40 oder 60 Leuten.

Sind Sie gerne Chef?

Ja. Chef zu werden, war auch immer mein Ziel. Und ich bin es fünf Jahre früher geworden als geplant. Mir gefällt es, Verantwortung zu übernehmen und für eine Sache, für Menschen zu kämpfen und Emotionen zu zeigen.

Was wollen Sie in den nächsten zehn Jahren beruflich erreichen?

Noch vieles. In erster Linie geht es darum, dass wir weiterführen, was wir aufgebaut haben. In den nächsten zehn Jahren wird sich vieles verändern. Wir haben jetzt einen Vorsprung auf andere Kliniken; wir müssen schauen, wo das Gesundheitswesen hingeht und uns richtig positionieren. Wir dürfen den Vorsprung nicht verlieren. Auch die ganze Digitalisierung wird eine Herausforderung sein. Ich persönlich brauche das Handy ja nur zum Telefonieren und SMS schreiben.

Schalten Sie es manchmal auch aus?

Nein.

Da würde jetzt der eine oder andere sagen, dass das nicht so gesund ist.

Richtig, ist es wahrscheinlich nicht. Aber ich muss immer erreichbar sein. Wobei ich mittlerweile auf



Wir machen
jeden Kundenkontakt
zu einem
positiven Erlebnis.

www.ms-direct.ch

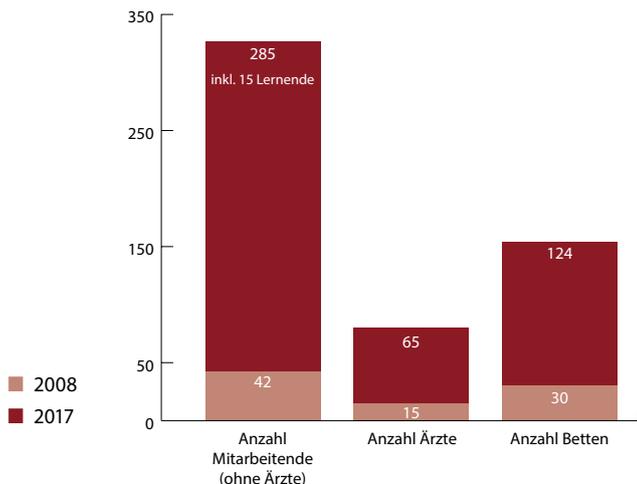


Als fest in St. Gallen verwurzelt Schweizer Familienunternehmen tragen wir die Leidenschaft in uns, Menschen für unsere Kunden zu begeistern. Unsere ganzheitlichen Lösungen in den Bereichen CRM, Customer Services, Direct Marketing, E-Commerce und Logistics machen unsere Kunden erfolgreicher. Konzentrieren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

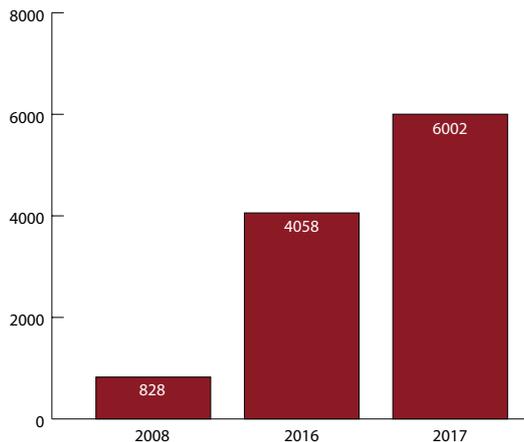
full service for customer relations

msdirect

Vergleich Jahr 2008 zu 2017



Durchgeführte Operationen



einem guten Weg bin: Während unserer letzten Sommerferien habe ich mein Handy ab und zu im Safe gelassen und meiner Assistentin gesagt, sie solle meiner Frau ein SMS schreiben, wenn etwas Wichtiges sein sollte. Mich stört es aber auch nicht, beispielsweise Mails in den Ferien zu lesen. Dann habe ich nach meiner Rückkehr weniger Stress.

«Die ganze Digitalisierung wird eine Herausforderung sein. Ich persönlich brauche das Handy ja nur zum Telefonieren und SMS schreiben.»

Wie viele Stunden arbeiten Sie pro Woche?

Das ist unterschiedlich. Letzte Woche war eine harte Woche, das waren sicher 70 Stunden. Wenn ich merke, dass es zu viel wird, dann gehe ich auch einmal nach Hause und schlafe zwölf Stunden lang oder verbringe einen Nachmittag mit meiner Familie.

Sie sind in den Ferien oft im Unterengadin, wohnen schon lange in Niderteufen. Haben Sie noch Heimweh, so wie damals?

Das ist eine gute Frage. Ja, ich habe noch Heimweh, aber anders: nämlich nach meiner Frau und meinen Kindern, wenn diese weg sind. Ich bin halt schon ein Familienmensch. Und Harmonie ist mir wichtig. Diese Tatsache ist auch als Chef nicht immer einfach. Als wir vor zehn Jahren unser Haus eingerichtet haben, hatten wir auch eine Feng-Shui-Beraterin da. Sie sagte zu mir: «Lueged Sie Herr Koch, Sie werden so erfolgreich sein, wie Sie es sich nie erträumen könnten.» Ich dachte damals: Jaja, bestimmt, nahm das Ganze also nicht ganz ernst. Und dennoch musste ich in den letzten zehn Jahren immer wieder an diesen Satz denken, wenn es nicht gut lief. Und siehe da: Es ist alles aufgegangen.

Interview: Malolo Kessler

Bilder: Stéphanie Engeler, zVg

Anzeige

exponorm.

**Messebau.
Ausstellungssysteme.
Präsentationsmedien.**

Leuchtwand LED




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

www.exponorm.ch



*Michael Steiner, Vorsitzender
der Acrevis-Geschäftsleitung:*

***Verantwortungsvolles Banking
statt grosse Risiken.***

«Grösse ist kein Kriterium für Kompetenz»

Michael Steiner (*1976) ist seit dem 23. März neuer Vorsitzender der Geschäftsleitung der Acrevis-Bank mit Hauptsitz in St.Gallen. Als Nachfolger von Stephan Weigelt, der in den Acrevis-Verwaltungsrat wechselte, will der dreifache Familienvater die Regionalbank auf bewährten Wegen in die Zukunft führen: mit verantwortungsvollem, unaufgeregtem Banking, das mit professionellem Personal, aktuellen Technologien und ausgeprägter Marktnähe fundierte Lösungsansätze bietet. In Steiners Fokus: die Ostschweizer KMU.

Michael Steiner, aktuell ist eine andere Bank mit Hauptsitz in St.Gallen im Fokus der Medien: die Raiffeisen. Wären bei Ihnen mutmassliche Insider-geschäfte auch möglich?

Das, was gemäss Medienberichten vorgefallen sein soll, können wir bei uns ausschliessen. Ich sage «soll», denn noch ist nichts bewiesen. Dank unserer Prozesse und Kontrollen wären Insidergeschäfte bei uns kaum durchführbar. Wir sind auch viel kleiner, dadurch über- und durchschaubarer und einfacher kontrollierbar als eine Grossbank.

«Dank unserer regionalen Verankerung und unseren Marktkenntnissen vor Ort können wir eine Hypothek oder einen Firmenkredit einfach besser beurteilen als eine Zentrale weit weg.»

Vielleicht auch weniger leistungsfähig?

Im Gegenteil: Unsere kompakte Grösse ermöglicht uns eine Flexibilität, die eine Grossbank nicht hat: Wir haben kurze Wege, der Entscheidungsträger sitzt bei uns im Büro nebenan und nicht in einem anonymen Hauptsitz. Natürlich müssen wir uns auch den Regulierungen der Finma unterwerfen, aber innerhalb dieser Leitplanken können wir uns sicher unbürokratischer bewegen.

Und Sie kennen den hiesigen Markt besser.

Ja. Dank unserer regionalen Verankerung und unseren Marktkenntnissen vor Ort können wir eine Hypothek oder einen Firmenkredit einfach besser beurteilen, als dies eine Zentrale weit weg kann. Hinzu

kommt, dass man die Grundlage für solche Entscheidungen nicht nur mit Tools berechnen kann. Dazu braucht es immer noch Ortskenntnisse, Menschenverstand und Erfahrung.

Jedenfalls haben Sie nicht so viele Spezialisten wie eine Grossbank.

Grösse alleine ist kein Kriterium für Kompetenz. In den Kernbereichen des Bankengeschäfts stehen wir den Grossen in nichts nach. Beispielsweise sagt die Anzahl Analysten wenig aus; einfache Regeln bringen im Anlagebereich viel mehr. Verschiedenste Studien belegen das. Wo Sie aber recht haben: Wir haben keine Spezialisten für, sagen wir, Hedge Funds in den USA oder Private Equity in Vietnam.

Warum leisten sich denn die Grossbanken derart viele Analysten?

Das hat nach meiner Meinung viel mit Marketing und Reputation zu tun. Ich habe meine Dissertation über die Performance von Schweizer Aktienfonds geschrieben. Darin habe ich über 160 Fonds ausgewertet mit dem Resultat, dass sie im Durchschnitt rund zwei Prozent schlechter performten als der Schweizer Aktienmarkt. Ein eindrückliches Beispiel dafür, dass der Mehrwert im Anlagebereich nicht mit Heerscharen von Analysten generiert werden kann.

Jetzt betreuen Sie aber nicht nur Private, sondern auch Unternehmen.

Die KMU sind eine wichtige Kundengruppe für uns – wir sind ein KMU für KMU, auf Augenhöhe mit unseren Kunden. Ein verlässlicher, langfristiger Partner, mit dem man immer reden kann, auch bei veränderten Umständen. Und wir können flexibler und individueller reagieren, da wir über keine bürokratischen Instanzen gehen müssen. Auch hier können Tools

wenig helfen, wir setzen vielmehr auf ganzheitliche Beratung, Individualität und Verständnis.

Langfristigkeit ist ein gutes Stichwort: Als Kunde ärgert es mich, wenn ich jedes Jahr einen neuen Berater habe.

Das werden Sie bei uns kaum erleben: 45 Prozent aller Angestellten sind über zehn Jahre bei uns, 25 Prozent haben schon ihre Lehre bei uns gemacht, und

«45 Prozent aller Angestellten sind über zehn Jahre bei uns, 25 Prozent haben schon ihre Lehre bei uns gemacht, und in der Geschäftsleitung sitzen durchschnittlich 22 Acrevis-Jahre pro Kopf.»

in der Geschäftsleitung sitzen durchschnittlich 22 Acrevis-Jahre pro Kopf. Diese Kontinuität ist uns sehr wichtig und wertvoll, bildet sie doch eine Grundlage für den Erfolgsfaktor überhaupt: Vertrauen.

Apropos Vertrauen: Meist hat man das in seinen Berater, der in der Niederlassung «nebenan» sitzt. Können Ihre Niederlassungen alles, was auch der Hauptsitz kann?

Definitiv ja. Jede Niederlassung bietet alles an, was auch der Hauptsitz in St.Gallen anbietet, und ist nahe beim Kunden. Darum sind sie für uns so wichtig: Wir wollen Leute vor Ort haben, welche die Regionen, ihre Menschen und Bedürfnisse kennen.

Da stellt sich natürlich die Frage: Was ist nahe genug?

Grundsätzlich wollen wir eher ausbauen als ausdünnen. Ob durch Neueröffnungen oder Zukäufe, ist offen. Für uns ist aber ein gesundes, massvolles Wachstum wichtig, da grosse Investitionen, wie etwa in die Digitalisierung, so auf mehr Schultern verteilt werden können.

Ihr Vorgänger Stephan Weigelt galt als eher vorsichtiger, konservativer Bankier. Wie sehen Sie sich?

Ich glaube, die ganze Acrevis gilt als eher vorsichtig und konservativ – und das prägt auch mich. Wir stehen für verantwortungsvolles, unaufgeregtes Banking; grosse Risiken liegen uns nicht. Und der Sicherheitsgedanke hält sich auf allen Ebenen, auch im pfleglichen Umgang mit den Mitarbeitern. Dieses Risikoscheue begleitet uns seit der Gründung der damaligen St.Gallischen Creditanstalt 1854 durch die Gemeinnützige Gesellschaft des Kantons St.Gallen. Diesen Weg wollen wir weitergehen.

Anzeige

Arenenberg

Thurgau



ZU GAST BEIM KAISER

Gastlichkeit am Arenenberg hat Tradition. Bereits zu Napoleons Zeiten wurden Gäste fürstlich beherbergt und verköstigt. Heute ist der Kraftort, hoch über dem Untersee gelegen, beliebt für Seminare, Events und Ausflüge. Erkundigen Sie sich nach den vorteilhaften Seminarpauschalen mit vielen Inklusivleistungen zum Vorteilspreis.

- Hotellerie
- Slow Food
- Seminare & Events
- Napoleonmuseum
- Führungen
- Weingut



Weine und Spezialitäten im Webshop: www.arenenberg.ch

Es steht also praktisch in Ihrer DNA...

...ebenso wie unsere Verantwortung gegenüber der Gesellschaft, ja. Schliesslich ist das Finanzsystem primär ein Katalysator für die Realwirtschaft; wir sind nicht die Könige der Wirtschaft, sondern deren Diener.

Etwas königlich können Sie sich aber schon fühlen: Trotz anhaltend schwierigem Marktumfeld mit Tiefstzinsen konnte die Acrevis ein gutes Geschäftsjahr 2017 präsentieren, während Grossbanken teilweise herbe Verluste eingestehen mussten. Woran liegt's?

Nun, das freut uns natürlich sehr, allerdings konnten wir in den Boomjahren auch keine exorbitanten Gewinnzahlen präsentieren... Wir sind auch hier eher ausgeglichen, unsere Ausschläge nach unten und nach oben sind kleiner. Unsere konservativere Art hat uns da sicher geholfen.

«Wir sind nicht die Könige der Wirtschaft, sondern deren Diener.»

Sie haben gesagt, Ihnen sei Sicherheit auch im Umgang mit Angestellten wichtig. Wie meinen Sie das?

Wir wollen die Ressource Mensch pflegen. Hier gilt es beispielsweise auch, ein Bewusstsein für eine gesunde Work-Life-Balance zu schaffen. Das gehört für mich auch zu einem verantwortungsvollen Umgang, den wir nicht nur mit unseren Kunden und Aktionären pflegen, sondern auch mit unseren Mitarbeitern.

Und wie sieht Ihre persönliche Erholung aus?

Ich erhole mich am besten in den Bergen. Viel einsamer als beim «Strahlen» kann man die Bergwelt nicht erleben. Das Kristallsuchen ist meine Passion, bei der ich meine Akkus bestens wieder aufladen kann.

Interview: Stephan Ziegler

Bild: Bodo Rüedi

Die Acrevis Bank AG ist 2011 aus dem Zusammenschluss der Bank CA St.Gallen AG und der Swissregionbank AG entstanden. Als «führende Regionalbank zwischen Bodensee und Zürichsee» positioniert sich Acrevis durch eine systematische Abdeckung ihres Marktgebiets mit acht Standorten und durch segmentspezifische Angebote. Kernkompetenzen sind die Finanzierung privater Immobilien, die Anlageberatung, die Vermögensverwaltung sowie das kommerzielle Geschäft mit KMU, Gewerbe und Selbstständigerwerbenden.

Plastikrecycling: Ja oder Nein?

In den letzten Wochen erschienen verschiedene Fernseh- und Zeitungsartikel zu Sinn und Unsinn von separaten Kunststoffsammlungen für Haushalte. Unbestritten ist, dass ein Recycling von gemischtem «Plastik» einen ökologischen Nutzen ergibt. Bestritten ist hingegen, wie gross dieser ausfällt.



von Sven Bradke

Fakt ist auch, dass die Verbrennung von Kunststoffen in Kehrichtverbrennungsanlagen wesentlich mehr CO₂ verursacht als das Recycling. Für ein Land, das in den nächsten Jahren eine drastische Senkung des CO₂-Ausstosses anstrebt, ist dies von Bedeutung. Insofern sollten überall in der Schweiz Kunststoffe gesammelt werden. Dann würden in der Schweiz sicher auch eigene Sortierwerke gebaut.

Bestehendes Interesse

An der letzten Bürgerversammlung von Rorschacherberg stellte der Gemeindepräsident fest, dass die eingeführte Separatsammlung von Kunststoffen bei den Bewohnern auf grosses Interesse stosse: Dem regionalen Entsorger könnten pro Woche 80 bis 100 Säcke übergeben werden. Und dies ohne spezielle Sammellogistik vor Ort.

Weitere CO₂-Reduktion

Von den rund 2000 Schweizer Gemeinden bieten erst sehr wenige spezielle Kunststoffsammlungen für Haushalte an. Abgesehen von den PET-Flaschen werden diese in der Regel über den Abfall den regionalen Kehrichtverbrennungsanlagen zugeführt und dort verbrannt. Schade, denn mit speziellen Angeboten könnte eine weitere CO₂-Reduktion erreicht werden. Zudem sind die «Säcke» der Separatsammlungen oftmals auch günstiger als jene für den Siedlungsabfall. Die Haushalte hätten also auch einen finanziellen Anreiz, bei solchen Sammlungen mitzumachen.

Potenzial vorhanden

Kunststoffsammlungen für Haushalte stecken noch in den Kinderschuhen. So, wie dies vor Jahrzehnten auch bei PET, Glas und Alu der Fall war. In diesen Bereichen haben wir heute erfreulich hohe Sammelquoten. Mit einer konzertierten Aktion wäre dies auch für Kunststoffe möglich. Es fehlt offenbar aber am politischen Willen der Gemeinden, dies zu wollen.

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



Oenologe Andreas Stössel:
*«Die Weinregion
Ostschweiz
ist im Umbruch.»*

«Ostschweizer Weine werden an Bedeutung gewinnen»

Wer an Ostschweizer Wein denkt, der denkt ans Rheintal. Der Unternehmer Thomas Schmidheiny wuchs schon zwischen Reben auf. Heute betreibt er das Weingut der Familie in Heerbrugg weiter, produziert aber insgesamt auf vier Kontinenten Wein. Sein Oenologe Andreas Stössel im Gespräch darüber, was die Produkte der Familie Schmidheiny besonders macht und wie er die Weinlandschaft Ostschweiz beurteilt.

Andreas Stössel, wer Wein produziert, will sich von anderen abheben. Wie gelingt das mit Blick auf Schmidheiny?

Unser Weingut zeichnet dadurch aus, dass wir über zwei sehr gute Lagen verfügen: Die eine ist am Zürichsee, also stilles Gewässer, und die andere am Rhein, also ein reissendes Gewässer. Wir erhalten dadurch bei den gleichen Traubensorten, zum Beispiel Pinot Noir, charakterlich sehr unterschiedliche Weine, obwohl der Boden die gleiche Struktur – Nagelfluh, Kalkboden – aufweist. Unsere Philosophie «Wein entsteht im Weinberg» unterstützt zusätzlich

pektvoller und schonender Umgang mit den Trauben bis hin zur Verarbeitung im Keller.

Wie würden Sie die Weinregion Ostschweiz charakterisieren, und welche Rolle nimmt Ihr Weingut dabei ein?

Die Weinregion Ostschweiz ist im Umbruch, vor allem aber der Kanton St.Gallen: Die St.Galler Winzer haben sich mit der Bewegung «St.Galler Weinspitzen» enger zusammengeschlossen und begonnen, einen Wissenstransfer bezüglich Produktion und Marketing untereinander zu pflegen. Zusätzlich hat die spürbare Klimaveränderung den Breitengrad, in welchem die Ostschweiz liegt, stark verändert. Die Bedingungen, qualitativ hochstehenden Wein zu produzieren, sind besser geworden. Es ist deshalb zu erwarten, dass die Ostschweizer Weine in Zukunft auf dem Markt an Ansehen und Bedeutung gewinnen werden. Das Weingut Schmidheiny spielt insofern eine Rolle, dass es die Chance erkannt hat und in entsprechende Forschungsprojekte mitinvestiert. Zusätzlich verlieren wir den Weg der regionalen Qualitätsproduktion nicht aus den Augen und sind davon überzeugt, dass nur viele gute Winzer zusammen eine Weinbauregion hervorheben können. Deshalb investieren wir auch sehr viel Zeit in den offenen Austausch mit anderen Winzern.

«Nur viele Winzer zusammen können eine Weinregion hervorheben.»

die Vielfältigkeit und lässt Terroirweine entstehen, welche für die Region sprechen sollen. Wir betrachten uns als Familienunternehmen und Manufaktur. Das sorgfältige Handwerk ist uns wichtig und ermöglicht es uns, die einzelnen Weine dem Kunden genauestens zu erklären. Somit können wir Vertrauen schaffen.

Die verschiedenen Weingüter, von der Ostschweiz bis in die Neue Welt, sind eine Besonderheit. Wie kam es dazu?

Wein und Weinbau waren stets Teil des Lebens von Thomas Schmidheiny, er hat von klein auf die Faszination der Weinproduktion vom Weinberg bis zur Flasche hautnah miterlebt. Neben dem heimischen Weinberg in Heerbrugg stiessen später die Weingüter Cuvaison in Kalifornien, Chapel Hill in Australien, Finca Decero in Argentinien und der Höcklistein am Zürichsee dazu. Uns geht es darum, den Geist dieser unterschiedlichen Weltregionen in die Flasche zu bringen. Bei allen Weinen stehen Emotion und Qualität im Vordergrund. Dazu gehört ein res-

Gibt es den typischen Schmidheiny-Wein-Geniesser?

Zurzeit sind es vor allem die Rheintaler selber. Sie sind erfreut, dass Thomas Schmidheiny sein Weingut im Rheintal ästhetisch und qualitativ laufend weiterentwickelt. Aber auch der Bodenseetourismus, zu welchem das Rheintal gehört, entwickelt sich stark. Ein verstärktes Interesse aus diesem Zweig ist zurzeit zu spüren.

Gibt es Ausbaupläne, beispielsweise um ein weiteres Weingut oder spezielle Produkte?



CH-00222



We are where you are.



In Ihren Märkten sind wir zuhause. Mit eigenen Standorten, an denen wir uns persönlich für Ihre Ziele einsetzen. Mit einem der effizientesten Logistik-Netze der Welt. Und mit dem Anspruch, der uns seit mehr als 500 Jahren antreibt: Service Excellence. Wo brauchen Sie Unterstützung?
www.gw-world.com

Gebrüder Weiss 
 Transport und Logistik

DaVinci[®]
 School of Intellectual Property

... 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.



LEADER
 DAS UNTERNEHMERMAGAZIN

Mehr Ertrag, Weniger Aufwand.

Peder Koch, Berik Klinik:
 «Wir dürfen den Vorsprung nicht verlieren»
 Seite 34

In dieser Ausgabe:
 Ueli Manser, Manuel Inauen, Evelyne Hennen, Paul Siger, Daniel Füsler, Michael Steiner, Andreas Stöckli und Alexander Bartl.

Weiterbildung, punktgenau **bzb.** bzbuchs.ch

Sauber gemacht. **prento**

Experimente der CVT
 Dies sind die besten 100 Start-ups des Jahres 2019, die sich im Bereich der CVT etabliert haben. Sie sind für die CVT ein Vorbild, die ihren Sitz an den verlor.
 Seite 12

Risiko Appenzell
 Das Risiko Appenzell ist ein sicherer Wert. Wird das Risiko Appenzell aber eigenen Haus für
 Seite 14



www.leaderonline.ch



In den nächsten Jahren werden wir das Gleiche wie mit dem Höcklistein machen. Das heisst, wir sind daran, den Sortenspiegel von ursprünglich zehn Sorten auf vier zu reduzieren: Johanniter, Chardonnay, Blauburgunder, Zweigelt. Bei den Sorten Chardonnay und Pinot Noir werden wir versuchen, Einzelparzellenweine, also Crus, zu entwickeln – genau nach den Regeln des Burgunds.

Interview: Stefan Millius

Bilder: Stéphanie Engeler

Die Philosophie von Thomas Schmidheiny

«Seit meiner Kindheit waren Wein und Weinbau stets Teil meines Lebens. In Heerbrugg wuchs ich inmitten der Weinberge meiner Familie auf und durfte so von klein auf die Faszination der Weinproduktion vom Weinberg bis zur Flasche hautnah miterleben. Neben dem heimischen Weinberg in Heerbrugg, stiessen später die Weingüter Cuvaision in Kalifornien, Chapel Hill in Australien, Finca Decero in Argentinien und der Höcklistein am Zürichsee dazu. Diesen Weingebenden rund um den Globus ist allen gemeinsam, dass es Orte der Schönheit und Kultur sind: Dort sein ist anregend und ein Genuss. Das Ziel meiner Weine ist, den ganz speziellen ‚Geist‘ dieser in sich verschiedenen Gegenden auf der Welt in die Flasche zu bringen, um ihn dann zu einem guten Essen wieder zu geniessen.

Bei meinen Weinen stehen Emotion und Qualität im Vordergrund. Für mich soll ein Wein alle Sinne ansprechen: Dafür ist es unerlässlich, dass ein Wein seiner Herkunft und seinem Terroir gerecht wird. Dies bedingt bereits in den Weinbergen einen respektvollen und schonenden Umgang mit den Trauben, welcher sich dann bei der Verarbeitung im Keller fortsetzt. Nur so können wir Weine produzieren, die beim Genuss die «Geschichte» ihrer Herkunft erzählen und entsprechende Gefühle auslösen. Natürlich kann nur ein Wein von höchster Qualität positive Emotionen erzeugen. Deshalb wird bei allen meinen Weingütern mit grösster Sorgfalt und möglichst von Hand gearbeitet, damit unsere Erzeugnisse höchsten Ansprüchen genügen können.»

Nach Winterthur ist es anders

Auf der Fahrt im Intercity von Bern nach St. Gallen nehmen ab Winterthur eigenartige Geräusche zu: Pendler wollen im Zug «dör-döre»; Eltern warten mit ihren «Goofe» auf dem Perron. Auch die Landschaft wird spitziger, je tiefer man vom urbanen Zürich in die Ostschweiz vorstösst: Hügel und Berge zeichnen ein widerstandsfähiges Bild der Natur. Robust ist hier aber nicht nur die Natur.



Die Region, die es – wie böse Zungen behaupten – gar nicht gibt, ist hochindustrialisiert und Unternehmen florieren. Metalle, Maschinen, Präzisionsinstrumente und vieles mehr. Zahlreiche Weltmarktführer im Hochtechnologiesektor sind hier beheimatet. Das Rheintal ist gar nach Basel die zweitstärkste Exportregion der Schweiz. Die Produkte und Dienstleistungen von hiesigen Unternehmen sind gefragt wie schon lange nicht mehr: Die Ostschweizer Exporte übertrafen im vergangenen Jahr endlich wieder die Werte von 2014, als damals der Frankenschock zu einem Einbruch führte.

Wurst statt Lachs

Die Prosperität gründet einerseits auf dem brummenden Konjunkturmotor rund um die Welt, andererseits aber auch auf dem Ostschweizer Unternehmergeist. Resilienz prägt die Zwischenregion seit jeher. Herausforderungen werden hier zwischen den urbanen Zentren Zürich und München pragmatisch angepackt, ohne grosses Tamtam. Eigenwillig und mutig werden neue Dinge ausprobiert, Widerstände überwunden. Apéro-Einladungen werden selektiv wahrgenommen; gegessen werden mehr Bratwürste und weniger Lachsbrötli.

Eigenständige Identität

Nach Winterthur kommt nicht nichts. Aber es kommt etwas anderes: St. Gallen ist weder Genf noch Zürich. Ostschweizer müssen niemandem nacheifern. Die Region hat ihren eigenen Charakter in mannigfaltiger Ausprägung. Dazu gehört auch das bodenständige Schaffertum der Unternehmerinnen und Unternehmer. Stärke zeigt sich auch in leisen Tönen. Das gilt im Übrigen auch für uns Bankiers.

Werner Krüsi ist Partner und Leiter der Niederlassung St. Gallen von Privatbankiers Reichmuth & Co

«Ich habe es mir schlimmer vorgestellt»

Der Widnauer Jurist und Steuerexperte Alexander Bartl hat sich als «KMU-Anwalt» eine bisher kaum besetzte Nische geschaffen. Mit der kürzlichen Fusion zur Kanzlei Bartl Egli & Partner in Heerbrugg hat Bartl die Schlagkraft seines Teams weiter gestärkt. Als Kantonsrat für die FDP bringt er seine juristische Erfahrung seit der neuen Legislatur auch in die Politik ein. Ein Gespräch über den Spagat zwischen Unternehmertum und politischer Arbeit.

Alexander Bartl, direkt nach dem Studium hat es Sie zu einer Anwaltskanzlei in Zürich gezogen. Viele, die das tun, bleiben dann auch in diesem grosstädtischen Umfeld mit seinen internationalen Möglichkeiten hängen. Sie sind wieder ins Rheintal zurückgekehrt. Weshalb?

Dass ich damals nach Zürich ging, hatte mehrere Gründe: Zum einen mag ich die Stadt, zum anderen war es mir wichtig, die Arbeit in einer grossen Kanzlei zu erleben, zu sehen, wie man dort an komplexe, internationale Fälle herangeht. Ausserdem kann man in einem solchen Umfeld sehr viel lernen. Im Jusstudium saugt man Wissen auf, aber man ist weit

nicht zwingend eine Kanzlei sein müssen, ich hätte mir auch vorstellen können, eine andere Firma zu gründen und zu führen. Nach dem Studium war das Anwaltspatent ein logischer Schritt. In den vielen Rechtsfällen, die ich zuerst in der Zürcher, später in einer grossen St.Galler Wirtschaftskanzlei bearbeitet habe, hat sich gezeigt, dass steuerliche Fragen eine enorm wichtige Komponente vieler Rechtsfragen sind. Parallel zu den ersten Jahren meiner Anwaltsstätigkeit habe ich mich deshalb zum diplomierten Steuerexperten ausbilden lassen. Mit der Kombination von Unternehmerwunsch, Anwaltspatent und Steuerexpertise im Rücken machte es Sinn, diese Kompetenzen und Erfahrungen in einer eigenen Kanzlei nutzbar zu machen.

«Die Arbeit im Parlament ist spannend. Vor allem aber bin ich überrascht, wie gross die Einflussmöglichkeit ist.»

davon entfernt, fertig ausgebildet zu sein, die praktische Erfahrung ist in unserem Beruf zentral. Allerdings muss man sich in einer grossen Kanzlei zwingend spezialisieren und andere Felder entsprechend vernachlässigen. Das wollte ich nicht. Für mich stand zudem immer fest, dass ich mich mittel- und langfristig in der Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Rheintal engagieren möchte. Die Rückkehr hatte aber auch familiäre Gründe: Für meine Frau und mich gibt es für als Familie kaum eine lebenswertere Region als die Ostschweiz – und hier ganz besonders das Rheintal.

Damit einher ging auch der Schritt in die Selbstständigkeit vor rund sieben Jahren. War das für Sie auch immer klar?

Ich komme aus einer Unternehmerfamilie. Deshalb hatte ich schon immer einen engen Bezug zum Unternehmertum. Es stand für mich früh fest, dass ich irgendwann selbstständig sein wollte. Aber das hätte

Nach einigen Jahren mit der Advokatur Bartl haben Sie Anfang 2017 mit einer anderen bestehenden Kanzlei fusioniert. Was gab den Ausschlag?

Christoph Egli, der seit Jahrzehnten in Heerbrugg eine Kanzlei betreibt, war auf der Suche nach einer Lösung für den Zeitpunkt, an dem er kürzertreten wollte. Ihm war es wichtig, mittel- und langfristig eine gute Betreuung seiner Kunden sicherzustellen. Wir weisen ähnliche Rechtsgebiete auf, und in mehreren Gesprächen hat sich gezeigt, dass eine Fusion Sinn machen würde. An unserer Lösung schätze ich nicht zuletzt den Know-how-Transfer: Ich profitiere von der immensen Erfahrung von Christof Egli als Anwalt und hoffe, dass er noch lange aktiv im Einsatz steht. Gleichzeitig haben wir unsere Kapazität vergrössert: Wir sind nun vier Anwälte, sind flexibler als früher, und können auch grössere Mandate professionell bearbeiten.

Ist ein weiteres Wachstum geplant?

Ich habe mir schon seit langer Zeit Gedanken gemacht über die ideale Grösse einer Anwaltskanzlei. Das ist natürlich eine subjektive Einschätzung, jeder sieht das anders. In Zürich arbeitete ich mit



*Jurist und Steuerexperte Alexander Bartl:
«Es reicht nicht, sich zu
interessieren – wer nicht
aktiv mitarbeitet,
verändert auch nichts.»*



Zur Person

Alexander Bartl (*1977) ist in Widnau aufgewachsen und auch heute dort wohnhaft. Nach der Kantonschule Heerbrugg studierte er an der HSG, durchlief verschiedene Praktika und absolvierte die Anwaltsprüfung. Im Anschluss war Bartl in einer Wirtschaftskanzlei in Zürich sowie in St.Gallen tätig. Mit der Gründung der Advokatur Bartl in Au machte er sich selbstständig. Seit der Fusion mit einer anderen Rheintaler Kanzlei per Anfang 2017 ist er unter dem Namen Bartl Egli & Partner in Heerbrugg und Au präsent.

über hundert Anwälten, in St.Gallen waren es 15 bis 20. Für mich liegt die optimale Zahl bei vier bis fünf Anwälten. Damit ist man bereit für grössere Mandate, gleichzeitig ist es aber immer noch möglich, die Kanzlei zu führen, ohne zusätzliche Hierarchiestufen einzuführen. Stellvertreterlösungen und der Austausch von Know-how sind bei dieser Grösse ebenfalls gegeben. Es war immer mein Ziel, kein Einzelkämpfer zu bleiben, sondern zu wachsen, aber in einem überschaubaren Rahmen. Viele Mandate erfordern Teams.

«Es braucht nicht für jedes Detail ein eigenes Gesetz. Wir benötigen Grundregeln, um Schwache zu schützen, aber nur dort, wo es notwendig ist.»

Sie vermarkten sich als «KMU-Anwalt» und legen einen Fokus auf die Anliegen von Unternehmen. War das ein bewusster Entscheid oder hat sich das so ergeben?

Das war im Grunde von Anfang an meine Ausrichtung, und ich habe mich immer daran gehalten. Als ich die Kanzleilandschaft in der Region ein wenig untersucht hatte, konnte ich feststellen, dass sich die wenigsten Anwälte spezialisieren. Mir schien diese Fokussierung sinnvoll, weil in diesem Feld sowohl meine Interessen als auch meine Kompetenzen liegen. Der Begriff KMU-Anwalt ist zudem ja nicht eingeschränkt und beinhaltet eine Vielzahl von Themen: wirtschaftsrechtliche und unternehmerische Fragen, Gesellschafts- und Vertragsrecht, Steuerrecht und vieles mehr. Als Steuerexperte und mit

meinem Flair für Verträge sind KMU für mich das ideale Umfeld.

Ist das Rheintal Ihr Marktgebiet oder geht es darüber hinaus?

Es ist im Wesentlichen das Rheintal, darüber hinaus auch andere Regionen der Ostschweiz, und fallweise führen mich Mandate auch in andere Landesteile. Im Rahmen von Ansiedlungen bin ich auch in Süddeutschland oder im Vorarlberg tätig. Aber generell gesprochen ist in unserem Geschäft die Nähe zum Kunden ein wichtiges Kriterium, deshalb steht das Rheintal im Vordergrund.

Bleiben wir beim KMU-Anwalt. Was muss man mitbringen, um sich für diese Klientel zu spezialisieren?

In erster Linie ein unternehmerisches Grundverständnis. Die juristische Ausbildung stellt noch nicht sicher, dass man ein bestimmtes Problem einer Firma erkennt und versteht. Natürlich geht es danach um rechtliche Fragen wie Verträge zwischen zwei Unternehmen, mit Lieferanten und Partnern oder auch arbeitsrechtliche Themen. Aber es geht vor allem darum, die Interessen des Kunden optimal wahrzunehmen. Und das führt nicht zwingend immer über eine juristische Auseinandersetzung. Man muss die Perspektive des Unternehmers einnehmen und sich fragen, welches Vorgehen in der konkreten Situation Sinn macht. Vielleicht ist ein schneller Vergleich die bessere Lösung als ein langwieriger Prozess, selbst wenn die Gewinnaussichten hoch sind – ganz einfach, weil man auch den Zeitverlust einberechnen muss. In diesem Moment muss man mehr Unterneh-

mer als Anwalt sein und die verschiedenen Faktoren gegeneinander abwägen.

Kommen wir zur Politik. Sie sind Mitglied der FDP. War das so eine klare Entscheidung wie die für das Rheintal oder für die Selbstständigkeit?

Von meiner Grundeinstellung her gehöre ich sicher zum Freisinn. Dennoch habe ich mich lange keiner Partei zugeordnet, sondern bei jeder Sachfrage situativ entschieden und meinen Standpunkt bezogen, ohne Parteiparolen zu vergleichen. Mein politisches Interesse war immer gross, vor allem an lokalen und regionalen Zusammenhängen. Irgendwann musste ich mir eingestehen: Es reicht nicht, sich zu interessieren – wer nicht aktiv mitarbeitet, verändert auch nichts. Deshalb begann ich, mich stärker zu engagieren. Teil einer Partei zu sein ist für mich inzwischen wichtig. Derzeit ist es zwar im Trend, parteilos zu sein, und es ist gewissermassen out, sich zu outen. Aber als Parteimitglied ist man für die Wähler fassbarer, ausserdem kann man auf das Know-how der Parteikollegen zurückgreifen.

«In Zürich arbeitete ich mit über hundert Anwälten, in St.Gallen waren es 15 bis 20. Für mich liegt die optimale Zahl bei vier bis fünf.»

Es schränkt aber die Bewegungsfreiheit ein, einer Partei anzugehören.

Auch heute nehme ich mir trotz meiner Parteizugehörigkeit in einzelnen Fragen die Freiheit zu einer anderen Position, wenn ich diese für richtig halte. Wobei es in einer Partei natürlich eine mehrheitliche Übereinstimmung in den wesentlichen Fragen braucht. Aber jeder soll beweglich bleiben, und das bietet die FDP.

Lässt sich Ihre politische Haltung auf einen einfachen Nenner bringen?

Es braucht nicht einfach für jedes Detail ein eigenes Gesetz. Wir benötigen Grundregeln, um Schwache zu schützen, aber nur dort, wo es notwendig ist.

Als Anwalt müssten Sie doch ein Interesse an möglichst vielen Gesetzen haben...

Unser Zusammenleben ist im Grundsatz ja geregelt, eine andere Frage ist es, wie detailliert das der Fall sein muss. Jede Gesellschaft braucht Rahmenbedingungen. Aber wenn wir festlegen, wie dick die Mine eines Bleistifts sein muss, damit man ihn noch als Bleistift bezeichnen darf, ist das einfach unverhältnismässig. Wenn die Rahmenbedingungen weit gesteckt sind, fördern wir die Innovationskraft. Je stärker ein Markt reguliert ist, desto eingeschränkter sind Leute, die clevere Lösungen bringen könnten.

Sie haben eine Ortspartei präsiert, dann die Regionalpartei Rheintal, nun sind Sie Mitglied des Kantonsrats. War die Laufbahn so geplant?

Sicher habe ich mir immer mal wieder Gedanken darüber gemacht, wohin der Weg in der Politik führen könnte. Und wenn man zu einer Wahl antritt, muss man das Ziel haben, gewählt zu werden, immer im Wissen, dass es nicht zwingend funktioniert. Umso schöner war es, dass es geklappt hat.

Wie sieht Ihre Bilanz nach dem ersten Amtsjahr aus?

Die Arbeit im Parlament ist spannend. Vor allem aber bin ich überrascht, wie gross die Einflussmöglichkeit ist. Ich sehe das in den Kommissionen, wenn es um die Ausarbeitung von Gesetzen geht. Wenn man sich aktiv einbringt, fliessen eigene Ideen nicht selten direkt ein. Dabei hilft mir natürlich die berufliche Erfahrung. Man kann also durchaus etwas bewegen im Kantonsrat.

Gerade von Unternehmern hört man aber oft das Gegenteil: Die Politik ist träge, es passiert nichts, es geht ewig bis zu einer Entscheidung...

Natürlich ist man im Parlament einer von 120 und nicht der alleinige Chef, der entscheiden und auch gleich umsetzen kann. Aber ich habe es mir offen gesagt schlimmer vorgestellt. Im Einzelfall kann es frustrierend sein, wenn man beispielsweise in der vorberatenden Kommission überzeugt ist, einen besseren Ansatz zu haben, aber keine Mehrheit findet, weil man einer Allianz gegenüber sitzt. Aber das ist eben Politik. Und wenn man sich auf einen Grundkonsens einigt, kann man in den Detailfragen viel ausrichten. Erfahrene Parlamentarier sind deshalb hinter den Kulissen aktiv, sprechen rechtzeitig mit den richtigen Leuten und bringen so ihren Einfluss schon vor der Debatte ein. Ich muss auch sagen: Wenn ich unterliege, habe ich damit kein Problem, denn ich bin überzeugt, dass die Mehrheit in den meisten Fällen nicht völlig falsch liegt.

Dann tut es Ihnen nicht leid, Zeit im Parlament zu verbringen, während anderswo die Arbeit wartet?

Natürlich nimmt die Politik viel Zeit ein, die man auch ins Unternehmen investieren könnte. Und immer mal wieder denke ich durchaus: Dies und das könnte schneller gehen. Bei Vorlagen, die völlig unbestritten sind, müsste man die Abläufe straffen. Irgendwann ist zu einem Thema alles gesagt, und wer dann noch ans Rednerpult tritt, tut das nicht mehr für die Sache, sondern nur noch für die Kamera. Aber ich bin überzeugt, dass sich das Engagement für den Kanton unterm Strich lohnt.

Interview: Stefan Millius

Bilder: Stéphanie Engeler



Weniger Verkaufsaufwand. Mehr Ertrag. Die Schlüssel sind Effektivität und Effizienz.



**EFFEKTIVITÄT
UND EFFIZIENZ**

KERNTHEMA

**Das Richtige tun
und die Dinge richtig
tun. So treiben wir
die Verkaufserfolge
von Unternehmen
auf die Spitze.**

Der digitale Alltag hat alles verändert. Unternehmen werden heute von hybriden Kunden dominiert. Sie wechseln ihre Info-Kanäle online und offline nach Gusto und ihre Ansprüche an Verkauf und Service sind höher denn je. Erfolg hängt davon ab, die richtigen Dinge richtig zu tun, also möglichst effektiv und effizient zu sein.

Je besser die Bearbeitung von Kunden und Potential vorbereitet ist und je cleverer das Service-Konzept dahinter, desto effektiver und effizienter arbeiten Unternehmen am Markt. Das gilt auch für die Mitarbeitenden. Effektive Entscheide und effizientes Arbeiten sorgen für weniger Kosten und mehr Ertrag. Das bringt erfolgsorientiertere Kundenbetreuung, fokussiertere Mitarbeiterführung, bessere Verkaufskonzepte, schnellere Marktzugänge, etc. Im RUZ Gossau identifiziert und optimiert man die nach innen und nach aussen gerichteten Massnahmen, um den Erfolg in Verkauf und Marketing zu verbessern.



Denn sie wissen, was und warum sie es tun

Grundvoraussetzung für das Erreichen von Marketing- und Verkaufszielen ist es zu wissen, welchen Fokus man aus welchen Gründen hat und was das eigene Unternehmen befähigt, diese Ziele sicher und effizient zu erreichen. Konkret heisst das, Effektivität und Effizienz in Marketing und Kommunikation regelmässig zu hinterfragen, zu überprüfen und zu optimieren. Dazu gehören Strategie und Kosten genauso wie die eingesetzten Mittel, die Verkaufsbemühungen an der Kundenfront sowie der Aufbau, der Ablauf und die Harmonisierung der unterschiedlichen Prozesse.

Mit weniger Mittel mehr erreichen

Vor dem Hintergrund der aktuellen Wirtschaftslage und des schnellen digitalen Wandels steigen die Herausforderungen an die Unternehmen, mit weniger Mittel ständig noch mehr leisten zu müssen und dabei so wirksame Effekte wie möglich zu erzielen. Zusammen mit den Unternehmerinnen und Unternehmern finden die Begleiter im RUZ die richtigen Antworten auf die Fragen zu den unterschiedlichen Strategien und Massnahmen. Nachfolgend eine Auswahl an Fragestellungen, die bei den Kernthemen Effizienz und Effektivität in Marketing und Verkauf oftmals im Zentrum stehen:

- Ist unser Zukunftsbild klar? Wie lautet unsere Vision?
- Sind wir wirklich kundenorientiert und nutzen wir die entsprechenden Kennzahlen?
- Wie können wir unsere Führungsstrukturen verbessern?
- Was können wir tun, um unsere Verkaufsziele einfacher zu erreichen?
- Ist unser Verkaufsteam optimal aufgestellt und an der Front effizient genug?
- Haben wir alle nötigen Fähigkeiten, um unsere Verkaufsziele nachhaltig zu erreichen?
- Sind unsere Abschlussquoten genügend gut oder könnten sie besser sein?
- Machen wir mit unserem Service die Kunden glücklich?
- Kennen wir die relevanten Qualitätsmerkmale unserer Kundenbeziehungen?
- Machen wir die wichtigen Dinge für nachhaltigen Erfolg wirklich von A – Z richtig?
- Erreichen wir unsere Ziele in nützlicher Frist mit effektivem Einsatz der Mittel?



«Kunde ist nie gleich Kunde. Nicht nur der Mensch selbst, sondern auch das Informationsbedürfnis ist in der Regel unterschiedlich. Effektivität ist das Mass der Zielerreichung. Effizienz der Schlüssel, die Dinge richtig zu tun. Zusammen sind sie Garant für mehr Erfolg in Verkauf und Marketing.»

Ibi Bertschi, RUZ Begleiterin für die Themen Effektivität und Effizienz.

www.ruz.ch • Gossau • Baar • Aarau-West
Ab November 2018 auch in Yverdon-les-Bains

Folgende Projekte wurden unter anderem von Ibi Bertschi begleitet:

Schritt für Schritt zurück zu einem blühenden, fairen Handel

Die Fair Trade Philosophie von claro fair trade ist vorbildlich und bereits seit 40 Jahren erfolgreich. Trotzdem schien das sympathische Konzept irgendwie an einem Scheideweg zu stehen. Wie sollte es weitergehen? Das claro Team holte sich bei einem Unternehmerversuch im RUZ eine Zweitmeinung. Zum Glück, denn fairer Handel hat heute zu Recht enorme Marktchancen. Fein säuberlich erarbeitete Ibi Bertschi zusammen mit dem claro fair trade und dem RUZ-Team Gossau ein Stufenkonzept mit einem neuen und klaren Zukunftsbild. Schritt für Schritt wurden und werden laufend Anpassungen gemacht. Das Resultat: Überwältigend! Effektivität, Effizienz und Ertrag gesteigert. Aufwände reduziert.



Mit konsequentem Fokus auf das Wesentliche zu mehr Ertrag

Dieser Kunde hat sich mit den Jahren verzettelt. Man wollte mit seinen Produkten und Dienstleistungen allen dienen. Auch digitale Trends wurden kurzerhand in die Angebotspalette aufgenommen. Ibi Bertschi startete diese Reise zu mehr Effektivität und Effizienz mit zwei Fragen: «Was genau sucht der Kunde wirklich bei uns und was können wir richtig gut?» Was einfach tönt, zieht weitreichende Konsequenzen mit sich. In diesem Fall ein konsequenter Fokus auf die Kernkompetenzen im On- und Offline-Geschäft. Die Effekte: Mehr Aufträge. Mehr Glaubwürdigkeit. Mehr Gewinn.

Der erste Schritt zu mehr Effektivität und mehr Effizienz: Das RUZ Unternehmerversuch.

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

Jetzt buchen:
Kostenloses Unternehmerversuch!
Anmeldung unter:
071 388 62 00

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



Ein Gefühl von «Heimat» vermitteln

Die Zunahme von dienstleistungsbezogenen und wissensbasierten Berufen sowie die fortschreitende Digitalisierung und das damit verbundene Wachstum der Sharing Economy führen dazu, dass die Anzahl der Menschen steigt, die orts- und zeitunabhängig arbeiten können. Welche Auswirkungen hat dies auf Unternehmen? Und wie sieht der Arbeitsplatz der Zukunft aus? Antworten darauf liefert Pietro Tiziani, Leiter Vertrieb und Mitglied der Geschäftsleitung der Degersheimer Lista Office Group.

Pietro Tiziani, bevor wir vom Büro der Zukunft sprechen, reden wir doch kurz von der Gegenwart. Wie fortschrittlich ist der Durchschnitt der Unternehmen, wenn es um die Einrichtung des Büros geht?

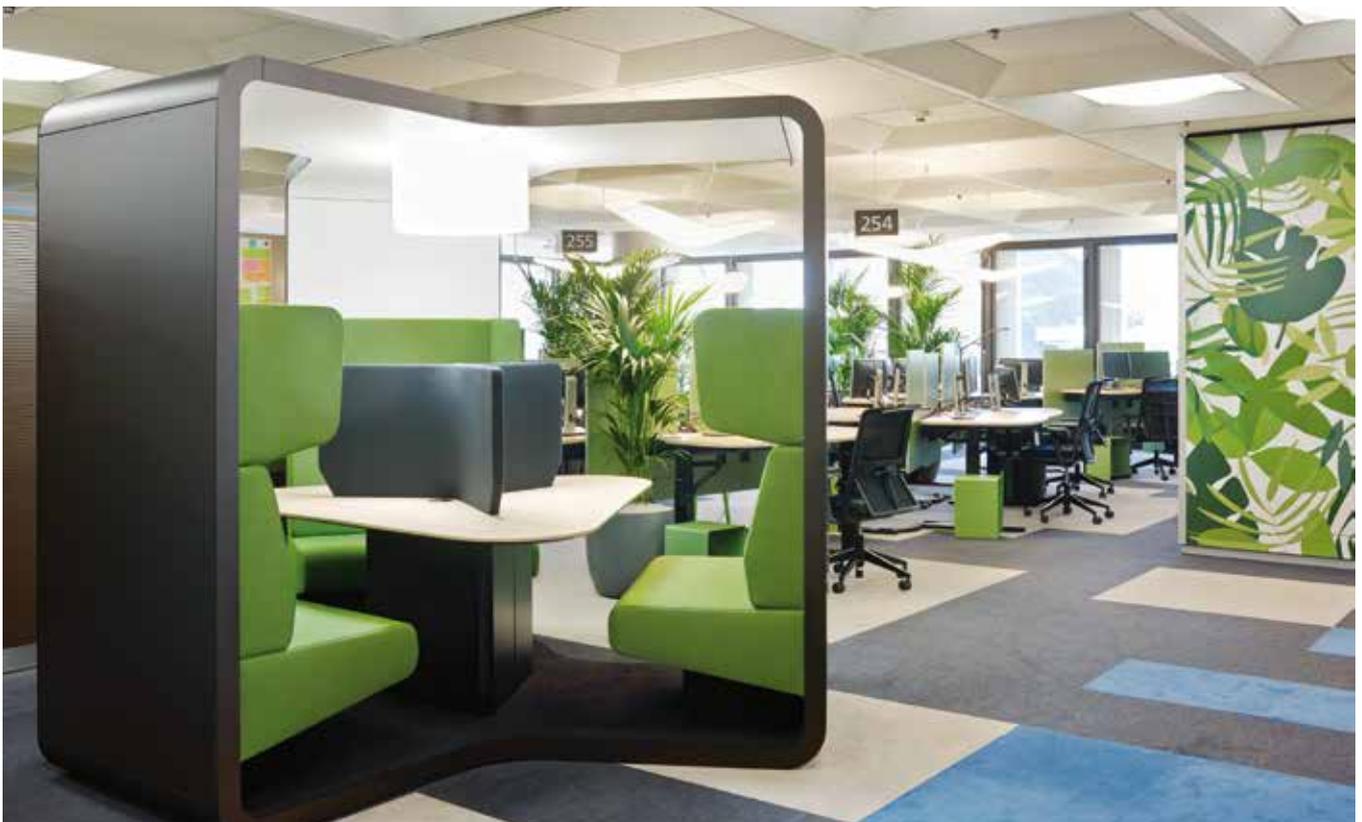
Eine allgemeingültige Aussage lässt sich hier kaum machen. Noch sind die Unterschiede in den Schweizer Büros sehr gross. Doch wenn sich heute ein Unternehmen für eine Veränderung der Bürolandschaft entscheidet, macht bei der Projektbearbeitung die Frage des «Return on Investment» vor neuen Arbeitswelten nicht halt. Entsprechend fundiert wird das Ganze angegangen. Das Wissen, dass eine optimale Arbeitsumgebung die Produktivität, Effizienz und das Engagement der Mitarbeitenden positiv beein-

flusst, ist aber unterdessen weit verbreitet und in der angespannten Wirtschaftslage ein Potenzial, welches man nicht mehr vernachlässigen kann. Diese Tendenz stellen wir nicht nur bei Grosskonzernen fest, auch KMU wissen um die Vorteile von intelligenten Büroumgebungen.

Welches sind die grössten Fehler, die hierbei auch heute noch begangen werden?

Vor allem bei umfassenden Veränderungen in der Bürogestaltung und Einrichtung ist es wichtig, die Mitarbeitenden schon früh in den Prozess einzubeziehen. Dabei ist entscheidend, dass über die ganze Projektdauer eine intensive Kommunikation geführt wird, damit bevorstehende Schritte bei allen be-

Für Büros, die einen perfekten Job machen.





Pietro Tiziani, Leiter Vertrieb und Mitglied der Geschäftsleitung der Lista Office Group:

«Dank einem fortschrittlich gestalteten Büro erhält das Unternehmen Identität.»

kannt und verstanden sind und sie so das neue Büro mit Stolz nutzen. Ein weiterer entscheidender Faktor über das Gelingen der Büroumgestaltung ist, dass die entwickelte Lösung von oberster Stelle getragen und auch gelebt wird. Dazu gehört auch, dass die Gestaltung der Arbeitswelt die Identität der Unternehmung widerspiegelt und dem Mitarbeitenden trotz zunehmender Mobilität und Digitalisierung ein Gefühl von «Heimat» vermittelt. Weiter ist es natürlich unumgänglich, dass die Gestaltung der Räumlichkeiten umfassend geschieht und alle Einflussgrößen wie beispielsweise unter anderem Licht, Akustik und Klima berücksichtigt werden und die Bedürfnisse aller Anspruchsgruppen erfasst und in der ausgearbeiteten Lösung ausgewogen gedeckt sind.

«In Schweizer Büros sind durchschnittlich 40 bis 60 Prozent der Arbeitsplätze unbelegt. Warum also werden 100 Prozent bereitgestellt und bewirtschaftet?»

Lange Zeit herrschte der Eindruck, mit der Anschaffung von Stehpulten sei es getan, um den Arbeitsplatz optimal zu gestalten. Was aber sollte darüber hinaus noch beachtet werden? Mit welchen einfachen Mitteln kann man sowohl die Funktionalität als auch den Komfort erhöhen?

Sie haben recht, der Sitz-/Stehtisch erfreut sich zu Recht einer grossen Nachfrage, so verkaufen wir heute mehr Sitz-/Stehtische als herkömmliche Sitztische. Nur darf man dabei nicht vergessen, dass es nicht genügt, den Tisch einfach hinzustellen, sondern es wichtig ist, den Mitarbeitenden auch die richtige Nutzung und Handhabung zu zeigen.

Vielfalt statt Einfachheit ist eine wichtige Formel bei der Gestaltung vom Büro mit Zukunft. Kann der Mitarbeitende für seine jeweilige Tätigkeit die dafür beste Arbeitsumgebung nutzen, erhöht sich die Zielerreichung massgeblich, was die Motivati-

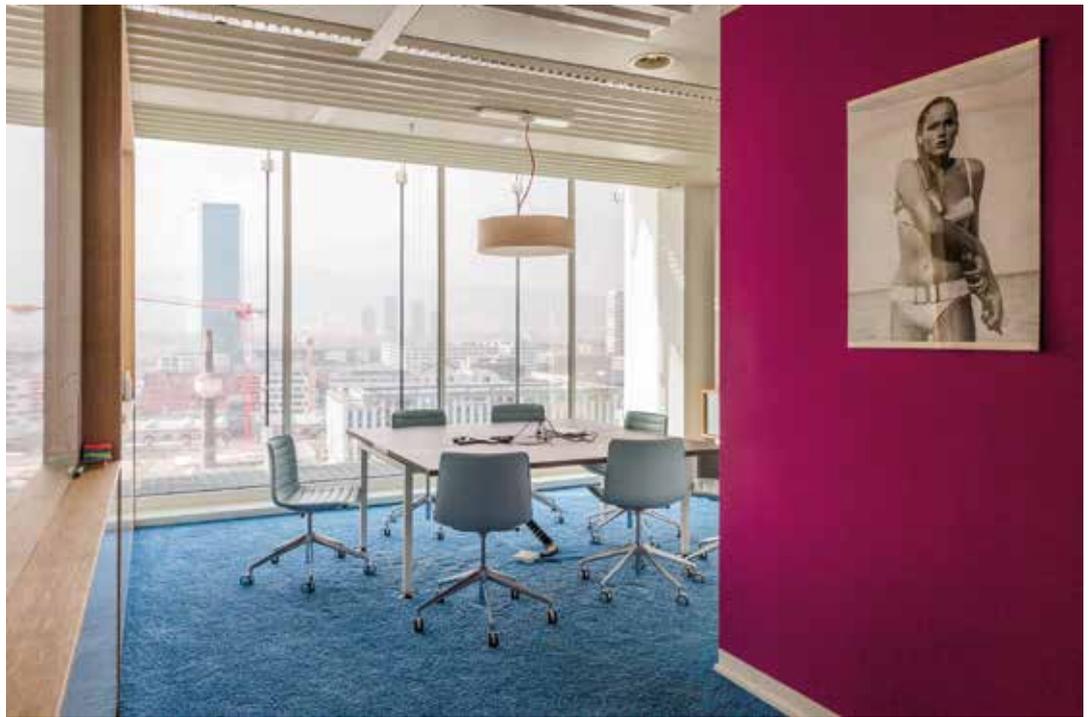
on des Mitarbeitenden und den Erfolg des Unternehmens positiv beeinflussen. So unterstützt zum Beispiel ein Raum, ausgestattet mit Mobiliar für agile Arbeitsmethoden wie Design Thinking oder Scrum die interdisziplinäre Teamarbeit. Herkömmliche Bürokonzepte stellen dafür oft kein geeignetes Umfeld bereit. Ebenfalls bringt das gezielte Platzieren von Rückzugsmöglichkeiten viel Ruhe in die Arbeitswelt. So kann sich der Mitarbeitende für ein Telefongespräch oder einen spontanen Austausch zurückziehen. Er selber wird die Privatsphäre schätzen, und seine Kollegen sind durch das Gespräch am Arbeitsplatz nicht gestört. In diesem Gebiet positioniert sich Lista Office LO als Gesamtlösungsanbieterin und bietet dem Kunden auf dem Weg zum zukunftsfähigen Büro-Produkte und Dienstleistungen vom Raumkonzept über die Büromöbelsysteme bis zu Sitzmöbeln, Licht, Akustik, Textilien und Accessoires an.

Lista Office LO stattet nicht nur aus, sie berät auch. Welche Aspekte werden in einem Beratungsgespräch alle berücksichtigt?

Alle! Nein, Spass beiseite. Aber es ist wirklich ganz zentral, dass die Beratungsgespräche immer sehr umfassend geführt werden, damit basierend auf den Anforderungen der Kunden und unserem Wissen und Erfahrung, die bestmögliche Lösung für den Kunden gefunden wird. Die Beratungsgespräche laufen aber generell sehr individuell ab und werden situativ der Gegebenheiten beim Kunden geführt. Wir freuen uns den Kunden die Arbeitswelt in einem unserer neun Showrooms, oder beim autorisierten Fachhandel 1:1 zu präsentieren.

Auch wenn heute mehr Flexibilität vorhanden ist und Formen wie «Home Office» gang und gäbe sind: Im Grundsatz arbeiten wir aber doch noch gleich wie vor zehn Jahren? Oder sehen Sie das als Fachmann vollkommen anders?

Ich kenne fast niemanden mehr, der wirklich noch wie vor zehn Jahren arbeitet. Klar ist schon, dass die



Einladender Treffpunkt am Konferenztisch, wo sich Teamwork in Teamerfolg wandelt.

einen stärker mit technischen und gesellschaftlichen Veränderungen konfrontiert wurden, als andere. In den klassischen Büroberufen prägten aber die digitalen Hilfsmittel, die viel projektlastigere Arbeitsweise und das vermehrte Verschwinden von Routinetätigkeiten die Anforderungen ans agile Büro massgeblich. In dieser digitalen und mobilen Welt wird Arbeit zunehmend vom Ort entkoppelt und das Büro wandelt sich hin zum identitätsstiftenden Begegnungsort, wo man sich trifft und durch den geplanten, aber auch spontanen Austausch die Arbeit voranbringt.

«Vor allem bei umfassenden Veränderungen in der Bürogestaltung und Einrichtung ist es wichtig, die Mitarbeitenden schon früh in den Prozess einzubeziehen.»

Diese neue Arbeitsweise lässt sich in einem Büro mit lauter Einzelbüros nicht umsetzen. Es braucht nebst genügend uns bekannten Arbeitsstationen Raum für flexibles Arbeiten und inspirierende Gespräche. In solchen Multizonenbüros findet der Mitarbeitende das Arbeitsumfeld, das ihn in seiner aktuellen Tätigkeit am besten unterstützt. Zudem kommen Unternehmer aufgrund der angespannten Wirtschaftslage kaum mehr um Themen wie Umstrukturierung und «War of Talents» herum. Dank einem fortschrittlich gestalteten Büro erhält das Unternehmen Identität, was die Loyalität der Mitarbeitenden zu einem nicht zu unterschätzenden Ausmass stärkt. Zudem passen sich die Räumlichkeiten dank der flexiblen Nutzformen ohne kostspieliges Einwirken den häufig wechselnden Rahmenbedingungen an.

Wohin geht die Entwicklung in den nächsten Jahren? Welche Formen und welche Ausstattungen kommen auf uns zu?

Hier sehe ich drei gewichtige Themenbereiche, welche unsere Branche stark tangieren werden. Erstens: Die digitale Transformation wird sich in unserer Branche auf verschiedenen Ebenen weiter bemerkbar machen. So werden sich die Aufgabenstellungen der Mitarbeitenden in mehr Projektarbeit und weniger Routinetätigkeiten aufteilen. Entsprechend sind wir überzeugt, dass Multizonenkonzepte in den Schweizer Büros weiter Einzug halten werden, da diese hierfür die optimale Lösung darstellen. Auch bei der Büroeinrichtung selber wird die Digitalisierung eine neue Rolle übernehmen, was uns als Lista Office LO auch als Hersteller von Produktsystemen betrifft. Mit Sensorsystemen ausgerüstete Produkte werden für viele Beteiligte Vorteile bringen. So vereinfacht sich fürs Facility Management die ganze Bewirtschaftung sowie auch die Inventarisierung erheblich. Per Knopfdruck zum Beispiel ist ersichtlich, wo welches Möbel (Einsatzort, Lager, etc) steht oder wann die Garantiedauer ausläuft. Fürs Management lässt sich erkennen, wie welche Arbeitsplätze/-Zonen frequentiert sind und wo entsprechend faktenbasiert das Bürokonzept durch gezielte Umnutzung überlasteter beziehungsweise ungenutzter Flächen optimiert werden kann. Nicht zuletzt kann ein solches Sensorsystem je nach Ausspielung der Daten auch für den Nutzer praktische Vorteile bringen. Auf einer «Heat Map» visualisiert, kann beispielsweise der Mitarbeitende sehen wo sich aktuell ruhige Arbeitsplätze für konzentriertes Arbeiten auf der Fläche befinden. Weiter stellen sich auch mittels Steuerung die auf ihn individuell passenden Parameter von Stuhl und Tisch ein.

Und der zweite Punkt?

Das ist die Nachhaltigkeit. Noch immer prägen Stichworte wie «2000 Watt Gesellschaft» und effiziente Ressourcennutzung die gesellschaftliche Entwicklung. Wir stellen im Gespräch mit den Kunden fest, dass Nachhaltigkeit ein wichtiges Entscheidungskriterium ist. Es interessiert, woher die Produkte kommen, wie sie verarbeitet wurden, wie hoch die Lebensdauer ist und zum Schluss die Entsorgung respektive Recycling vorhergeht. Doch nicht nur das Produkt selber leistet einen gewichtigen Beitrag zur Nachhaltigkeit, sondern auch die geschickt gestaltete Arbeitsumgebung. Aktuelle Erkenntnisse aus der Praxis und Arbeitsforschung belegen: Das Potenzial des Büros hinsichtlich seiner ökologischen und ökonomischen Wirkung ist häufig noch nicht ausgeschöpft. Beispielsweise sind Arbeitsplätze in Schweizer Büros durchschnittlich 40 bis 60 Prozent unbesetzt. Warum also werden 100 Prozent bereitgestellt und bewirtschaftet? Der Schlüssel zum erfolgreichen Bürokonzept liegt hier in der sinnvollen Aufteilung der Räumlichkeiten, wo die Wahlfreiheit bezüglich verschiedener, der Tätigkeit angepassten Zonen in einem Multizonenkonzept effizient und für den Mitarbeitenden treffend angeboten wird.

«Wir stellen im Gespräch mit den Kunden fest, dass Nachhaltigkeit ein wichtiges Entscheidungskriterium ist.»

Bleibt noch der dritte Punkt...

Co-Working Arbeitsplätze sind bereits keine Neuheit mehr. In praktisch allen grösseren Städten der Schweiz besteht bereits heute ein Angebot für temporär buchbare Arbeitsplätze. Doch werden sich diese Angebote in Zukunft noch weiter schärfen und die Anforderungen der potenziellen Nutzer noch besser abdecken. Diese Entwicklung deckt sich eins zu eins mit der weiterhin wachsenden Sharing-Economy wie auch einer Community-Zugehörigkeit durch die automatisch entstehende unternehmensübergreifende Zusammenarbeit. Diese Co-Working-Entwicklung wird sich in drei Dimensionen ausdehnen. Erstens die noch breiteren, aber ganz spezifisch buchbaren Angebote, zweitens in zusätzlichen Dienstleistungen, welche Arbeitsplätze vermieten und drittens betrifft Nutzer, die solche temporären Angebote nachfragen. Damit meinen wir, dass die Arbeitsform Co-Working auch bei heute sehr traditionell agierenden Firmen Einzug halten wird, um heute eigene Büroflächen für beispielsweise regionaltägige Aussendienstmitarbeitende, die praktisch permanent unterwegs sind abzustossen.

Interview: Marcel Baumgartner

Bilder: zVg

«Der Weg zur Leaderin»

Ende März wurde Conny Burgermeister (*1970) aus Gachnang TG zur neuen Präsidentin von Leaderinnen Ostschweiz gewählt. Im Gespräch mit der Geschäftsführerin und Partnerin der Freestar-Services AG.



Conny Burgermeister, wann haben Sie den unternehmerischen Ehrgeiz in sich entdeckt?

Es war wohl weniger eine Entdeckung als vielmehr ein Reifeprozess, der im Laufe meiner Ausbildungen und meines beruflichen Werdegangs stattgefunden hat: Nach meinem HWV-Abschluss im Jahr 1996 habe ich meine betriebsökonomischen Kenntnisse mit praktischer Berufserfahrung in verschiedenen Tätigkeiten wie Controlling, Produktmanagement und HR vertieft. In den Anfängen war es mir wichtig, als Generalistin in allen betriebswirtschaftlichen Belangen praktische Erfahrung zu sammeln. Mit der Zeit kristallisierte sich der Bereich HR-Dienstleistungen als Spezialgebiet heraus, in dem ich nun seit über einem Jahrzehnt tätig bin. Ein Schlüsselmoment war dann das berufs begleitende Studium zum Executive MBA in Dienstleistungsmanagement an der Fachhochschule St.Gallen, das ich 2013 abgeschlossen habe. Dies war der Auslöser für den Wechsel als Partner und Geschäftsführerin zur Freestar-Services AG, die im Outsourcing die Lohn- und Personaladministration für KMU erledigt.

Was ist der Reiz am Unternehmertum?

Als Geschäftsführerin eines KMU schätze ich es, die Gesamtverantwortung zu tragen. Ich habe täglich direkten Kundenkontakt, bin am Markt und kann sofort reagieren und schnell entscheiden. Was uns besonders auszeichnet, ist Flexibilität. Es macht mir grosse Freude, mich zusammen mit meinem Team den täglichen Herausforderungen im HR-Management zu stellen, meine Leute entsprechend immer wieder zu fordern und sie aber auch gezielt zu fördern, damit wir gemeinsam die besten Leistungen für unsere Kunden erbringen.

Auf welche Meilensteine sind Sie stolz?

Die grössten Meilensteine sind für mich der Fokus auf HR-Dienstleistungen, der durch meine Masterarbeit zu dem Thema noch verstärkt wurde, sowie der Aufbau der Freestar-Services als HR-Spezialist für Lohn- und Personaladministration mit anfangs zwei Angestellten zum heute neunköpfigen Team.

In einem Satz: Was sind die Vorteile des Netzwerkes Leaderinnen Ostschweiz?

Der Austausch mit Fach- und Führungsfrauen der Region Ostschweiz sowie die grosse Anzahl und Vielfalt der Veranstaltungen.

www.pwc.ch

Für Grossunternehmen ab fünf Mitarbeitenden.

Dass sich kleine und mittlere Unternehmen bei Wirtschaftsprüfung, Steuern und Beratung auf PwC verlassen, hat gute Gründe. Das dynamische Wirtschaftsumfeld erfordert vom Unternehmer volle Konzentration auf das Kerngeschäft. Und es verlangt nach einem Partner, der die rechtlichen und steuerlichen Fragen ebenso kompetent löst wie die strategischen. Ihre Entscheidung für PwC ist deshalb keine Frage der Unternehmensgrösse. Sondern des Qualitätsanspruchs.

pwc

Beat Inauen, Leiter der Geschäftsstelle, +41 58 792 73 11
Roman Brunner, Leiter Steuer- und Rechtsberatung, +41 58 792 72 66
PwC, Vadianstrasse 25a/Neumarkt 5, 9001 St. Gallen

© 2018 PwC. All rights reserved. "PwC" refers to PricewaterhouseCoopers AG, which is a member firm of PricewaterhouseCoopers International Limited, each member firm of which is a separate legal entity.

7. Ostschweizer GrassFORUM 2018

Frauen in Führungspositionen – what else?

Was sind die Prinzipien erfolgreicher Frauen in top Führungspositionen
und weshalb funktionieren divers zusammengesetzte Teams besser?

Donnerstag, 14. Juni 2018
Beginn 18.30 Uhr / Türöffnung 18 Uhr

Einstein Congress
Berneggstrasse 2, 9000 St.Gallen

Paneldiskussion mit
Eva Nietlispach Wirtschafts-Moderatorin

Für Verwaltungsräte, Inhaber, CEOs
und C-Level Führungskräfte

Anmeldung bis 25. Mai 2018 an
stgallen@grassgroup.ch

Dr. Susanne Brandenberger – Spezialistin
Risikomanagement, Mitglied Bankrat TKB

Vittoria Hengartner – Inhaberin Praliné Scherrer

Dr. Monika Krüsi – VR Burckhardt-Compression AG

Dr. Sandra Neumann – Start-up mit Peripal AG,
VR Solvias Group

Prof. Dr. Sibylle Olbert-Bock – FHS Leiterin
Kompetenzzentrum Leadership & Personalmanagement

Stephanie Rielle La Bella – Generalsekretärin
Bundesverwaltungsgericht St.Gallen

Jana Walker – CEO Swiss Prime Pack AG

Forumpartner

GRASS

LEADER

«Pferderennen fristen in der Schweizer Sportwelt ein Schattendasein»

Der Turf Club Frauenfeld wurde am 1. November 2002 gegründet. Der TCF will den Frauenfelder Pferderennsport materiell und ideell fördern und den Rennverein jährlich mit einem hohen Sponsoringbeitrag unterstützen. Im Gespräch erklärt Präsident Heinz Belz (*1942), wie sich der Verein bezüglich Finanzen und Mitglieder in den vergangenen 15 Jahren entwickelt hat.



Heinz Belz, Präsident
Turf Club Frauenfeld.

Heinz Belz, Im Zentrum Ihrer Aktivität steht die Mittelbeschaffung zur Sicherung der Herbstmeetings auf der Frauenfelder Allmend, die von 1999 bis 2002 aus finanziellen Gründen nicht mehr durchgeführt werden konnten. Wurde der TCF aus Idealismus gegründet?

Der Pferderennsport hat für Frauenfeld eine grosse Bedeutung. Als vor 15 Jahren aber absehbar wurde, dass der Herbstrenntag auf der Allmend ohne zusätzliche Mittel nicht mehr durchgeführt werden konnte, wurde der Turf Club Frauenfeld als Sponsorenvereinigung zur finanziellen Unterstützung des Rennvereins Frauenfeld gegründet. Ein gewisser Idealismus war sicher dabei; vor allem aber die Begeisterung für den Frauenfelder Pferderennsport.

ein Sponsoring. Ganz anders ist es in Frankreich oder in England: Da gehört der Pferderennsport neben dem Fussball zu den prominentesten Sportereignissen überhaupt.

Wie hat sich in diesem Umfeld denn der TCF seit 2002 entwickelt – im Bezug auf Mitglieder, Finanzen und Angebote?

Die Geschichte des Turf Clubs Frauenfeld ist eine 15-jährige Erfolgsgeschichte. Finanziell steht der Verein gut da und wir erfreuen uns vieler langjähriger Mitglieder, aber der Mitgliederbestand stagniert. Deshalb versuchen wir, in Frauenfeld mit unserer alljährlichen Turf-Club-Gala – bisher jeweils am Herbst-, ab 2018 neu am Frühjahrsmeeting – den Mitgliedern neben dem Rennerlebnis mit einem hochstehenden Rahmenprogramm etwas ganz Besonderes zu bieten. Wir wollen neue, vor allem auch junge Menschen für den Pferderennsport begeistern und als Mitglieder gewinnen. Unser Grossanlass mit jeweils fast 500 Gästen hat sich in all den Jahren zu einem der bekanntesten und beliebtesten Gesellschaftsevents von Frauenfeld und der Region entwickelt.

Im Turf Club Frauenfeld treffen sich Personen aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft der gesamten Region, bis in den süddeutschen Raum. Ist der TCF demnach auch eine Möglichkeit, um Networking zu betreiben?

Bei uns treffen sich mittlerweile nicht nur Frauenfelder, sondern Persönlichkeiten aus der ganzen Schweiz, wobei die KMU-Vertreter – wie in der Wirtschaft auch – in unserem Club das Rückgrat bilden. Die Möglichkeiten zum Networking sind äusserst vielfältig. Turf Club und Rennplatz sind ideale Orte, wo man neue Geschäftsbeziehungen knüpfen und bestehende pflegen und ausbauen kann.

«Bei uns treffen sich mittlerweile nicht nur Frauenfelder, sondern Persönlichkeiten aus der ganzen Schweiz.»

Und nun sind Sie wieder am gleichen Punkt...

Ja, der Herbstrenntag ist Geschichte. In Zukunft finden die Frauenfelder Pferderentage wegen Geldknappheit nur noch im Mai und Juni statt. So muss die ganze Infrastruktur nur noch einmal im Jahr aufgestellt werden, andererseits stehen im Frühjahr auch die Chancen für mehr Wetterglück besser. Schöneres Wetter bedeutet mehr Besucher und damit mehr Einnahmen auf dem Rennplatz.

Wie einfach ist es, Personen von der Wichtigkeit einer Unterstützung überzeugen zu können?

Überhaupt nicht einfach, im Gegenteil, es ist sehr schwierig – und das wird zunehmend zum Problem: Pferderennen fristen in der Schweizer Sportwelt ein Schattendasein. Sie kommen zum Beispiel in der TV-Berichterstattung überhaupt nicht vor, auch nicht am Radio. Das wirkt sich natürlich auf die Publikumszahlen aus, damit auf die Höhe der Einnahmen und folglich auch auf die Bereitschaft der Firmen für

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg

stadtlandkind.ch übernimmt phunky.ch

Stadtlandkind aus St.Gallen übernimmt nach der Übernahme des Westschweizer Onlineshops boutikids.ch 2015 nun per 1. April phunky.ch. Der aus Zürich stammende Onlineshop für Kindermode und Accessoires hat mit exklusiven Marken und Designern während fünf Jahren eine treue Kundenschaft aufgebaut.

Martina Hingis schlägt als Ambassador auf



Schon zu Wettkampfzeiten suchte Martina Hingis das Grand Resort Bad Ragaz häufig auf – als dessen offizielle Botschafterin reist die ehemalige Weltranglistenbeste im Tennis künftig nun noch öfter nach Bad Ragaz. «Mit Martina Hingis haben wir eine Botschafterin und Sportlerin für uns gewonnen, die uns mit ihrer zugänglichen und authentischen Art sowie ihrer Ausdauer und ihren Visionen überzeugt», freut sich Patrick Vogler, CEO des Grand Resort Bad Ragaz.

«Beste Köpfe» mit Joël Mesot

Mit Joël Mesot ist am 28. Mai bei der Veranstaltung «Beste Köpfe» im Lindensaal Teufen ein Referent zu Gast, der sich als Direktor des Paul-Scherrer-Instituts mit Forschung in Materie und Material, Energie und Umwelt sowie Mensch und Gesundheit auseinandersetzt und an Lösungen für Fragen aus Gesellschaft, Wirtschaft und Wissenschaft arbeitet. Anmeldungen unter www.ar.ch/beste-koepfe bis Donnerstag, 24. Mai. Der Eintritt ist frei.



FDP nominiert Marcel Ogg

Die Thurgauer FDP-Fraktion unterstützt einstimmig die Kandidatur von Oberrichter Marcel Ogg für das Präsidium des Obergerichts. Ogg ist Inhaber des Thurgauer Anwaltspatents und Mitglied der Ethikkommission der Schweiz. Richtervereinigung.

Die Wahl des Nachfolgers von Obergerichtspräsident Thomas Zweidler, der Ende September pensioniert wird, erfolgt am 23. Mai durch den Grossen Rat.

City-Garage startet Alpine-Verkauf



Am 23. März hat die City-Garage die Alpine A110 lanciert. Die Autobauer aus Dieppe (F) haben mit der Neuauflage den Geist des legendären Vorgängers Alpine A110 Berlinette (1962-1977) bewahrt: Leichtbauweise, Mittelmotor, Sportfahrwerk und dynamische Linienführung. Der City-Garage AG in St.Gallen angegliedert ist eines von nur fünf Alpine-Zentren in der Schweiz.

Winkler wird Partner von btov

Das europäische Wagniskapitalunternehmen btov Partners, dessen Ursprünge auf eine Studentinitiative in St.Gallen zurückgehen, hat im vergangenen Jahr in 41 Start-ups investiert. Christian Winkler stösst neu zum Führungsteam und ist am Standort St.Gallen tätig.

Abacus baut Markt- führerschaft aus

Abacus Research blickt auch beim Markt mit Gemeindegelösungen auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Dazu beigetragen haben 20 Schweizer Städte und Gemeinden mit insgesamt 136 000 Einwohnern, die sich 2017 entschieden haben, Abacus-Software einzusetzen.

«Schlafpunkt» neu in St.Gallen

Die Schlafexperten von «Schlafpunkt» eröffneten an der Fürstenlandstrasse 179 ihre erste Ostschweizer Filiale. Am Dienstag, 3. April, fand die Eröffnungsfeier statt.

Partizipantenversammlung der TKB

Am Donnerstag, 31. Mai, findet in der Bodensee-Arena in Kreuzlingen die vierte Partizipantenversammlung der TKB statt. Inhaber von TKB-Partizipationsscheinen erhalten dort aus erster Hand Informationen über die Geschäftstätigkeit der TKB. Die Partizipantenversammlung der TKB gehört mit gegen 3000 Gästen zu den grössten Anlässen im Thurgau.

Nein zur Vollgeld-Initiative

Der Kantonalvorstand des Thurgauer Gewerbeverbandes hat, wie auch Bundesrat und Parlament, zur Volksinitiative «Für krisensicheres Geld: Geldschöpfung allein durch die Nationalbank!» (Vollgeld-Initiative) vom 10. Juni die Nein-Parole beschlossen. Die Initiative fordert eine fundamentale Reform des schweizerischen Geld-, Banken- und Kreditsystems.

Mit 275 km/h durch den Gotthard-Basistunnel



Am Osterwochenende sind mit dem Giruno Fahrten mit 275 km/h im Gotthard-Basistunnel durchgeführt worden. Diese Übergeschwindigkeitsfahrten sind Teil der Test- und Erprobungsfahrten der neuen Gotthard-Züge. Zur Erlangung der Schweiz-Zulassung führt Stadler aktuell mit fünf Zügen Fahrten und Abnahmemessungen durch. Ein sechstes Fahrzeug wird derzeit im Stadler-Inbetriebsetzungszentrum in Erlen vorbereitet.

Wo sich KMU-Verwaltungsräte treffen

Am Freitag, 7. September, findet das zweite VR-Symposium statt. Der Anlass richtet sich an (angehende) Verwaltungsräte in KMU. Neben der Wissensvermittlung und -vertiefung ist der Event eine Netzwerkplattform für Gleichgesinnte. Das Symposium im Swissôtel Zürich Oerlikon wird vom Institut für Klein- und Mittelunternehmen der Universität St.Gallen und der OBТ AG durchgeführt.

Sharp schluckt Schumacher

Sharp hat die Integration des St.Galler Traditionsunternehmens Fritz Schumacher AG zum 1. April abgeschlossen. Nach der Übernahme durch Sharp im Februar letzten Jahres geht der als «Schumacher PrintSolutions» bekannte Druckdienstleister und Büromaschinenhändler nun vollständig in der Sharp Electronics (Schweiz) AG auf.

Bühler eröffnet Labor in China



Ende März eröffnete Bühler in Wuxi in China ein neues Batterielabor und baut damit seine Stellung in der Produktion von Hochleistungs-Elektrodenpasten aus. Die Nachfrage nach solchen Fabriken steigt in China stark, auch dank den Regierungsplänen, den Automobilssektor zu elektrifizieren.

GK Grünenfelder AG feierte Jubiläum

Von der Hufschmiede zum innovativen Fahrzeugbauer: Die GK Grünenfelder AG feierte am 21. April ihr 70-jähriges Bestehen. Heute bietet die Firma aus Kriessern Kunden in der ganzen Schweiz LKW-Aufbauten, Anhänger und Sattelanhänger für den Gütertransport auf der Strasse an. Zu seinen Kunden gehören Speditionen, Grossverteiler, Gemeinden und nicht zuletzt die Schweizer Armee.

OSTSCHWEIZ DRUCK

Hofstetstrasse 14 • 9300 Wittenbach • ostschweizdruck.ch



**Durch und durch
Ostschweizer.**

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

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

Bewachung und Sicherheit

Verkehrsmileitungen, Überwachungen aller Art, Entlastung der öffentlichen Ordnungskräfte. Verkaufspreis CHF 330'000; Region: Mittelland / Südostschweiz

Metallgewerbe

Fertigung und Einbau mechanischer Teile (Drehen, Fräsen usw.) und Baugruppen. 10 Mitarbeiter; Verkaufspreis CHF 1'104'000; Region: Ostschweiz

Fitnessstudio

Langjährig eingeführt, grosse Stammkundschaft, Standorte an bester Lage, hochrentabel. Verkaufspreis CHF 6'650'000; Region: Grossraum Zürich

Gartenbau

Gartenbau, Gartenpflege, Friedhofspflege auf höchstem Niveau; Verkaufspreis auf Anfrage; Region: Ostschweiz

Bodenleger

Bodenbeläge und Inneneinrichtungen, Planung und Umsetzung aus einer Hand, Verkaufspreis auf Anfrage, Region: Ostschweiz

Mobiles Massagestudio

Mobile Massage am Arbeitsort, wiederkehrende Kunden, seit 30 Jahren erfolgreich, Verkaufspreis auf Anfrage, Region: Grossraum Zürich

KAUF-GESUCHE

Firmen dringend gesucht in folgenden Bereichen:

Recycling und Altstoffverwertung, Umwelttechnik, Kunststofftechnologie (Autozulieferer), Maschinenbau, IT und Software, Elektrotechnik, Elektronik, Gartenbau, Textil, Engineering

Investoren & Private suchen laufend: spannende, Schweizer KMU zum Verkauf

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



«IT St.Gallen rockt!» mit neuem Vorstand

Der Verein IT St.Gallen hat am 27. März 2018 seine vierte ordentliche Mitgliederversammlung durchgeführt. Diesjährige Gastgeberin war die Namics AG, welche ein interessantes Rahmenprogramm bot. Grössere Veränderungen gab es im Vorstand. Zurückgetreten sind Hermann Arnold (VR, Haufe-umantis, Mitgründer und Alt-Präsident des Vereins) und Erik Schmidt (CEO, Zoot International AG, Vize-Präsident des Vereins). Dafür konnten drei Persönlichkeiten neu für die ehrenamtliche Vorstandstätigkeit gewonnen werden: Michèle Mégroz (CEO, CSP AG), Roman Hänggi (Leiter DigitalLab@HSR) und Reto Rutz (Geschäftsführer, valantic CEC Schweiz AG).

Wiedergewählt wurden Isabel Schorer (Leiterin Standortförderung), Jacqueline Gasser-Beck (Head Teaching Innovation Lab, Universität St.Gallen), Martin Pulfer (Head HR, Namics AG), Bruno Grob (Mitgründer von GemDat Informatik AG) und als Präsident Dr. Paul E. Sevinç (CTO und Gründer von Squeng AG). In der Geschäftsführung ist weiterhin Eva De Salvatore tätig.

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



Finanzieller Stresstest der Strategie in KMU

Die finanziellen Folgen der Strategieumsetzung sollten auch in KMU in einer Finanzplanung abgebildet werden. Die heutige Zeit, die stark von Veränderungen geprägt ist, lässt einen zweifeln, ob eine solche Planung zuverlässig und valabel ist. Zufallsbasierte Simulation kann hier Abhilfe schaffen und die Strategie einem finanziellen Stresstest unterziehen.

Die Berechnung von Sensitivitäten und Szenarien sind traditionelle Methoden, wie mit den Unsicherheiten einer Strategieumsetzung in der Finanzplanung umgegangen werden kann. Bei der Sensitivitätsberechnung werden einzelne Werte verändert (z. B. Währung, Zinssätze) und damit die isolierten Wirkungen dieser Planungsgrößen festgestellt. Mit Szenarien hingegen werden mehrere Größen gleichzeitig verändert. Oft werden drei Szenarien festgelegt (Best-, Normal-, Worst Case). Als Ergebnis liegt ein möglicher finanzieller Entwicklungstrichter der Unternehmung vor. Der Vorteil der Methode liegt in der Einfachheit und in der kurzen Realisationszeit. Hingegen sind die so simulierten finanziellen Werte nur das Abbild von einigen wenigen möglichen Entwicklungen. Im Fall der Sensitivitäten fehlt gar der kumulierte Effekt. Werden sehr viele Szenarien definiert, geht wiederum die Übersicht verloren.

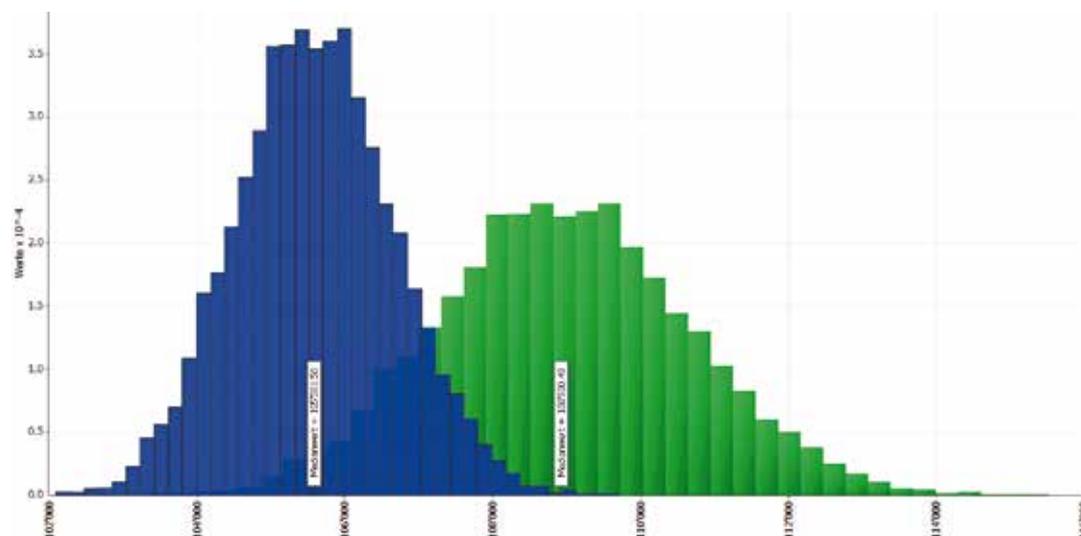
Zufallsbasierte Simulation

Zufallsbasierte Simulation kann hier eine sehr gute Unterstützung bieten. Dabei werden nicht beeinflussbare Planungsgrößen (z. B. Währung, Zins, Teuerung) zufällig simuliert. Dabei werden x-Tau-

send Simulationsrunden durchlaufen, in denen alle relevanten Werte parallel verändert werden. Im Hintergrund hält das Programm die Ergebnisse aller Simulationen fest. Damit steht eine Datenbasis aus Zigtausend Szenarien für die finanzielle Beurteilung der Strategie zur Verfügung. Die aggregierte Auswertung dieser Datenbasis bietet einiges an Entscheidungsunterstützung. Beispiele von Aussagen könnten sein, wie wahrscheinlich eine Insolvenz, eine zusätzlich notwendige Finanzierung, eine angestrebte Rendite (etc.) ist. Auch können für die Strategie finanzielle Risikopfade ermittelt werden. Es lassen sich zudem auch die Simulationen mit eigenen Entscheidungen kombinieren (z. B. festverzinsliche vs. variabel verzinsliche Finanzierung). Die Zigtausenden Ergebnisse der beiden Entscheidungen können ebenfalls verglichen werden.

Beispiel

Die Abbildung zeigt als Beispiel die simulierten Werte des Eigenkapitals im 5. Planjahr einer Finanzplanung mit einer Entscheidung, die zweimal unterschiedlich gefällt wurde. Beide Möglichkeiten sind 10000mal zufällig berechnet worden. Der Startwert



Beispiel - Simulationsergebnisse des Eigenkapitals im 5. Planjahr.



Prof. Andreas Löhner ist Dozent und Berater in Finanzen und Controlling, Corporate Finance am Institut für Unternehmensführung der FHS St. Gallen, Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

des Eigenkapitals lag bei CHF 100 000 (vgl. X-Achse). Die Simulationsergebnisse mit den grünen Balken deuten auf eine (finanziell) bessere Entscheidung hin, da ein höheres Eigenkapital als mit der anderen Entscheidung wahrscheinlich ist. Als Interpretationshilfe ist der Medianwert eingetragen (50% der jeweils simulierten Ergebnisse liegen über oder unter dem Median). Selbstverständlich steht zusätzlich eine Vielzahl von anderen Auswertungen zur Verfügung, die eine detailliertere Analyse ermöglicht.

Wertvoll auf für KMU

Finanzplanungen auf der Ebene der Gesamtunternehmung werden insbesondere in KMU meist in Excel abgebildet. Die Preise für derartige Simulations-Add-ins sind heute auch für kleinere Unternehmen durchaus erschwinglich geworden. Zufallsbasierte Simulationen sind eine wertvolle Entscheidungsunterstützung und erschliessen sich damit auch KMU. Sie zeigen Wahrscheinlichkeiten, Bandbreiten und Handlungsspielräume auf, eröffnen Chancen, machen Risiken sichtbar und isolieren die wichtigsten Einflussfaktoren einer Finanzplanung. Dadurch verschieben sich die Diskussionsinhalte auf relevante Zusammenhänge, womit die Entscheidungsqualität steigt. Dabei darf aber das Bewusstsein nicht verloren gehen, dass selbst diese ausgeklügelte Methode nur ein Modell ist und die Wirklichkeit letztlich auch davon abweichen kann.

Text: Andreas Löhner

Bild/Grafik: zVg

Am 4. St.Galler Forum für Finanzmanagement und Controlling vom 15. Juni 2018 wird in einem Referat die zufallsbasierte Simulation bei Investitionsentscheidungen aufgezeigt. Informationen und Anmeldung unter www.fhsg.ch/forum-finanzen-controlling.

Datenschutz und Demokratie

Viele von uns sind in den letzten Jahren mit ihren Daten sorglos umgegangen. Neue rechtliche Regeln im Bereiche der Unternehmungen zwingen zum Umdenken – in der Wirtschaft eilt es.

von Walter Locher



Dank dem «Facebook-Skandal» ist nun auch einer breiteren Öffentlichkeit bewusst geworden, dass nicht alles, was man digital einfach so machen kann, auch unproblematisch ist. Am 25. Mai tritt die Europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) in Kraft. Sie ist auf alle Akteure, die auf dem Gebiet der Europäischen Union tätig sind, unmittelbar anwendbar. Die Verordnung regelt den Umfang mit allen personenbezogenen Daten, die sich auf identifizierte oder identifizierbare natürliche Personen beziehen – unabhängig davon, wer sie bearbeitet. Damit unterstehen Unternehmen und Privatpersonen auch in der Schweiz der Regelung, wenn sie betroffenen Personen in der Union Waren oder Dienstleistungen anbieten. Ziel der europäischen Regelung ist es, den Datenmissbrauch einzugrenzen und die Kontrollmöglichkeiten betroffener Personen zu erhöhen. Die Betroffenen haben unter anderem ein Recht auf Information, auf Auskunft, auf Berichtigung, auf Löschung («Recht auf Vergessenwerden»), auf Einschränkung der Bearbeitung usw. Verstösse werden als letztes Mittel mit Geldbussen von bis zu 20 Millionen Euro oder bis zu vier Prozent eines weltweiten Jahresumsatzes geahndet.

Die Schweiz als Schengen-Mitglied muss rasch – nach dem Willen der Kommission ebenfalls bis Mai 2018 – eine ergänzende Gesetzgebung erlassen und die neue Richtlinie in ihr nationales Recht umsetzen. Sonst droht neues Ungemach seitens der EU. Wir sind also dank europäischem Druck gefordert, mit dem Datenschutz in den Unternehmungen gerade auch im Zuge der Digitalisierung rasch vorwärts zu machen. Das ist für einmal gut so. Auf Stufe Bund, Kantone und Gemeinden ist parallel aber auch eine Diskussion über das von Technikbesessenen herbeigesehnte E-Voting zu führen. Die täglich aufgedeckten Lücken angeblicher sicherer Systeme sind eine Chance: Sie zeigen nämlich einer breiten Bevölkerung auf, wie wichtig Datensicherheit ist. Solange es keine absolute Sicherheit gegen Datenmissbrauch gibt, darf gerade bei der Abwicklung demokratischer Entscheidungen nichts über das Knie gebrochen werden. Hier ist rasches Handeln falsch.

Walter Locher, St. Gallen, ist Rechtsanwalt, VR-Präsident der DGS Druckgussysteme AG und FDP-Kantonsrat

Rosarote Elefanten

In den letzten drei Jahren haben sich die freistehenden Verkaufsflächen in der Ostschweiz verdoppelt – auch in der Stadt St.Gallen. Statt dass man das Übel an der Wurzel packt, schlägt die Stadt allen Ernstes «Zwischennutzungen» als Lösungsansatz vor. Dafür wäre die Antwort einfach: Attraktivität rauf, Bürokratie runter.

von Stephan Ziegler



Leere Verkaufsflächen dienen niemandem: nicht dem Vermieter, nicht dem Kunden, nicht der Stadt. Das hat sogar die Stadt St.Gallen gemerkt und ein Projekt «Zukunft St.Galler Innenstadt» ins Leben gerufen, mit dem sie am runden Tisch Lösungen gegen das Lädelersterben finden will.

Eine Augenwischerei: Denn solange Regierung und Parlament nicht willens sind, die Ursachen zu bekämpfen, nützen auch Dutzende von Palavern nichts. Besonders dann nicht, wenn als Lösungen ernsthaft Zwischennutzungen der freistehenden Lokale mit Pop-up-Stores und Ähnlichem vorgeschlagen werden. Oder eine digitale Plattform. Oder Informationsstellen an Hotspots.

Die drei Grundübel, die zu beheben St.Gallen in der Hand hat – Onlinehandel, Mietpreise und Einkaufstourismus liegen nicht in unserer Macht –, sind Gewerbe- und Autofeindlichkeit sowie Rappenspalterei: Solange es einfacher ist, ins Shoppingcenter zu fahren als in die City, werden sich die Innenstadtgeschäfte nicht wieder füllen. Solange die Stadt für alles und jedes eine – teure und umständliche – Bewilligung verlangt, schreckt man Unternehmen ab. Und solange man es nicht schafft, die Stadt ordentlich zu präsentieren, macht man keine Werbung für ebendiese. Ein Beispiel: Wer ums Himmels willen kommt auf die Idee, unsere Gassen mit einem Dutzend verschiedener Steinarten pflastern zu lassen, die all

Hennenschiss wieder aufgerissen und dann lieblos zugeteert werden? Sieht von den Beamten wirklich keiner, dass Strassen und Gassen wie in der ehemaligen «DDR» nach Geiz, Lieb- und Phantasielosigkeit schreien?

Solange das St.Galler Stadtparlament also seinen Linkskurs fährt und die Stadtregerung eifrig mitzieht – Stichwort «Parkplatzklau», als die Stadt Dutzende von Parkplätzen aufhob mit dem Versprechen, diese würden durch das Parkhaus Schibenerntor kompensiert, das von ebendieser Stadt dann versenkt wurde –, wird sich an der Innenstadtsituation nichts ändern.

Das rot-grüne Parlament möchte offenbar lieber seine Stadt in Schönheit sterben sehen, als ihr beim Überleben zu helfen. Erst wenn der letzte Steuerfranken für Gleichstellungsexperten, Genderspezialisten, Antidiskriminierungsstellen, Antirassismusprojekte und was weiss ich für einen Mist ausgegeben wurde, werden vielleicht auch unsere Stadtoberen merken, dass man ohne Gewerbe steuertechnisch auf dem Trockenen sitzt.

Konrad Adenauer:

«Alles, was die Sozialisten vom Geld verstehen, ist die Tatsache, dass sie es von anderen haben wollen.»

Gefordert wäre ein Über-den-Schatten-Springen von Regierung und Parlament; ein Einsehen, dass Parkplatzabbau, Paragrafenreiterei und Schmörgeligkeit nicht zu blühenden Innenstädten führen, in denen rosarote Elefanten und herzige Einhörner Ringelreihen tanzen, sondern zu Innenstadträchen, die niemandem dienen.



LEADER 03/2018

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, Barbara Gysi, Sven Bradke, Werner Krüsi, Andreas Löhner, Walter Locher
- 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

Anmeldung
und Details:
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



Matthias Wipf

Patronat



Hauptsponsoren



Medienpartner



WÄHLERISCH SEIN UND DAS LEBEN GENIESSEN.

Wo Sie Schönheit finden, finden Sie auch Ruhe und Gelassenheit. Inmitten der Alltagshektik soll es sich lohnen, sich zurückzuziehen und ein bisschen Zeit zu verschwenden. Vor der Arbeit den Sonnenaufgang geniessen. Über Mittag ein Nickerchen unter dem Lieblingsbaum machen oder abends mit Freunden über das Leben philosophieren.

Unsere Kollektionen tragen das Einzigartige in sich. Es macht uns stolz, Selected Premium Partner von Spitzenmarken wie B&B Italia, Dedon, Tribu, Roda oder Kettal zu sein. Die aussergewöhnliche Handwerkskunst dieser Manufakturen ist schlicht und einfach nicht kopierbar. So wie unsere Outdoor-Beratung. Der nächste Sommer kommt bestimmt. Gönnen Sie sich ein gutes Leben. Sie haben es verdient.



SELECTED
PREMIUM
PARTNER



GAMMA

PERSÖNLICHER WOHNEN

EINRICHTUNGSHAUS GAMMA AG
ST.GALLERSTR. 45 | CH-9500 WIL | TEL. 071 914 88 88
INFO@GAMMA.CH | WWW.GAMMA.CH