



Daten von Mitarbeitenden und Kund:innen geleakt?

Jetzt gegen Cyberattacken schützen:



**THOMANN**  
NUTZFAHRZEUGE

Engagiert für den Berufsnachwuchs –  
als TOP AUSBILDUNGSBETRIEB.



thomann.swiss

# LEADER

leaderdigital.ch

April 3 / 2025

Preis CHF 8.50

22. Jahrgang

MIT SONDERTEIL  
**LEADER Digital Award**

DAS OSTSCHWEIZER UND NÖRDMERGMAGAZIN



Matthias Tischhauser

**One-Stop-Shop  
für Designer weltweit**

Automotive in der Ostschweiz

**Wenn Autohersteller  
husten, hat die  
Ostschweiz Fieber**

Fokus Finanzplatz Ostschweiz

**Unsicherheit als  
Normalzustand**

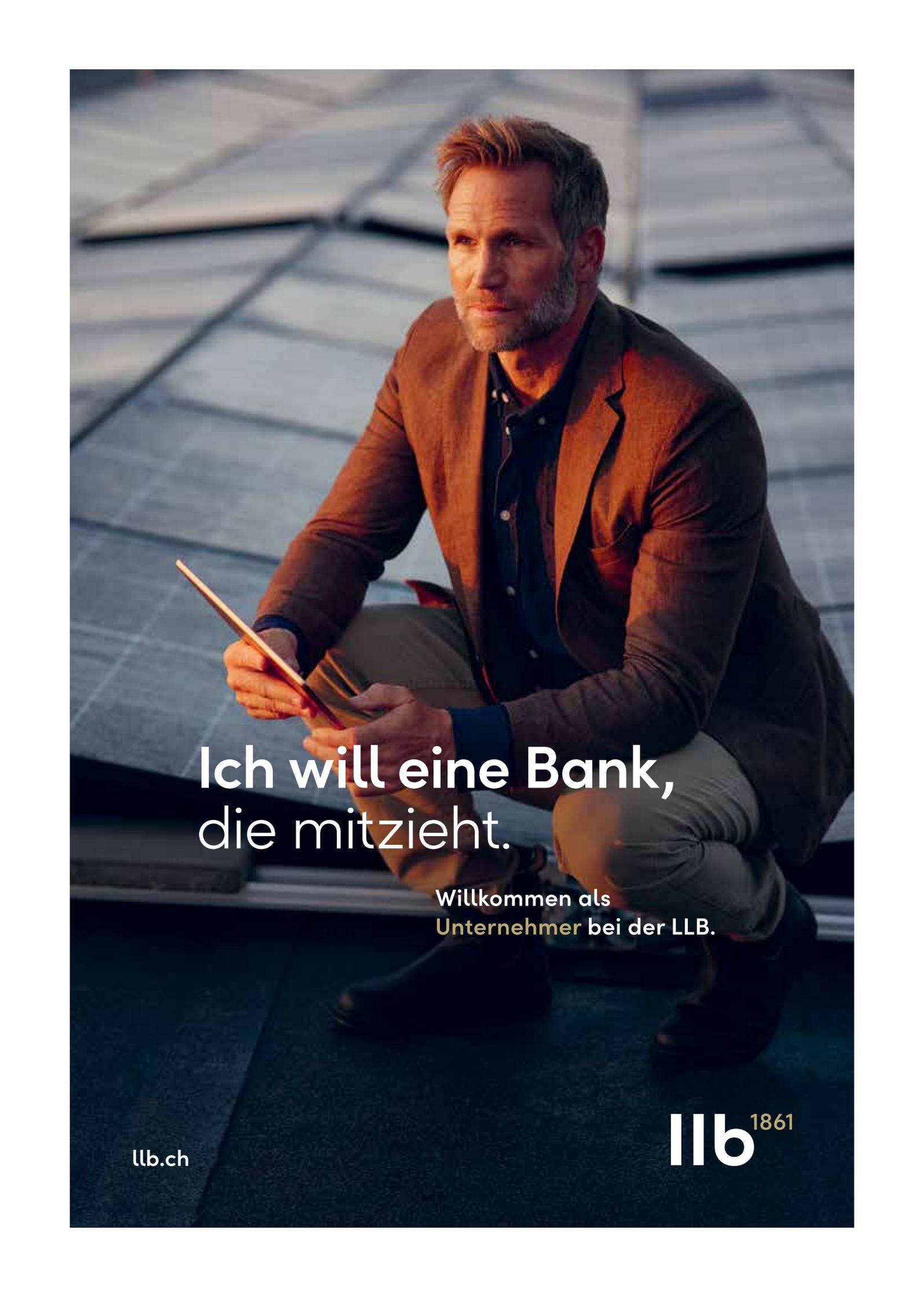
Fokus Appenzellerland

**Stark verwurzelt,  
klug vernetzt**

Geplant für uns.  
Gebaut für Sie.

www.dd-immo.swiss

**D+D**  
IMMOBILIEN



Ich will eine Bank,  
die mitzieht.

Willkommen als  
Unternehmer bei der LLB.

llb.ch

llb<sup>1861</sup>

# Perpetuum mobile

Die Schweiz hat einen neuen Höchststand erreicht: Über neun Millionen Menschen leben heute in unserem Land. Dieses Wachstum wird oft als Zeichen von Prosperität und Attraktivität gewertet. Doch mit Verlaub: Brauchen wir tatsächlich immer mehr Menschen?

Mit jeder zusätzlichen Person steigt der Bedarf an Wohnraum, Verkehrsinfrastruktur, Schulen und Gesundheitsdiensten. Diese Expansion erfordert wiederum mehr Arbeitskräfte, was oft durch weitere Zuwanderung gedeckt wird. So entsteht ein Kreislauf: Mehr Menschen benötigen mehr Infrastruktur, die den Bedarf nach noch mehr Menschen schafft... Ein endloses Wachstum, das unsere Ressourcen und Lebensqualität zunehmend belastet.

Die Konsequenzen sind spürbar: Wohnraum wird knapper, der Verkehr dichter, die Umwelt leidet. Zudem führt der stetige Ausbau der Infrastruktur zu einem höheren Flächenverbrauch, was den Charakter unserer Landschaft verändert.

Sollten wir nicht langsam diesen Kreislauf durchbrechen? Statt auf quantitatives Wachstum könnten wir auf qualitative Entwicklung setzen. Dies bedeutet, die vorhandenen Ressourcen effizienter zu nutzen, Innovationen zu fördern und die Produktivität zu steigern, ohne ständig auf zusätzliche Arbeitskräfte angewiesen zu sein.

Politische Massnahmen sollten darauf abzielen, die Zuwanderung zu steuern und an nachhaltigen Kriterien auszurichten. Gleichzeitig könnten Anreize geschaffen werden, um in Bildung und Technologie zu investieren, damit die einheimische Bevölkerung die benötigten Qualifikationen erwirbt.

Unbegrenzt Wachstum ist meines Erachtens weder möglich noch wünschenswert. Die Schweiz sollte einen Weg finden, der Wohlstand und Lebensqualität erhält, ohne in die Falle des endlosen Wachstums zu tappen. Es liegt in unserer Verantwortung, dieses Perpetuum mobile zu stoppen und eine nachhaltige Zukunft zu gestalten.

Natal Schnetzer, Verleger



Anzeige





**inconet**  
Information Communication Network  
[www.inconet.ch](http://www.inconet.ch)

**ELEKTROTECHNIK**  
**Huber+Monsch**  
Starkstrom | Automation | Telematik | Informatik  
[www.hubermensch.ch](http://www.hubermensch.ch)

**Wir verbinden Menschen  
und Technik.**

**Je besser die  
Beratung, desto  
effizienter die  
Bürotechnik.**

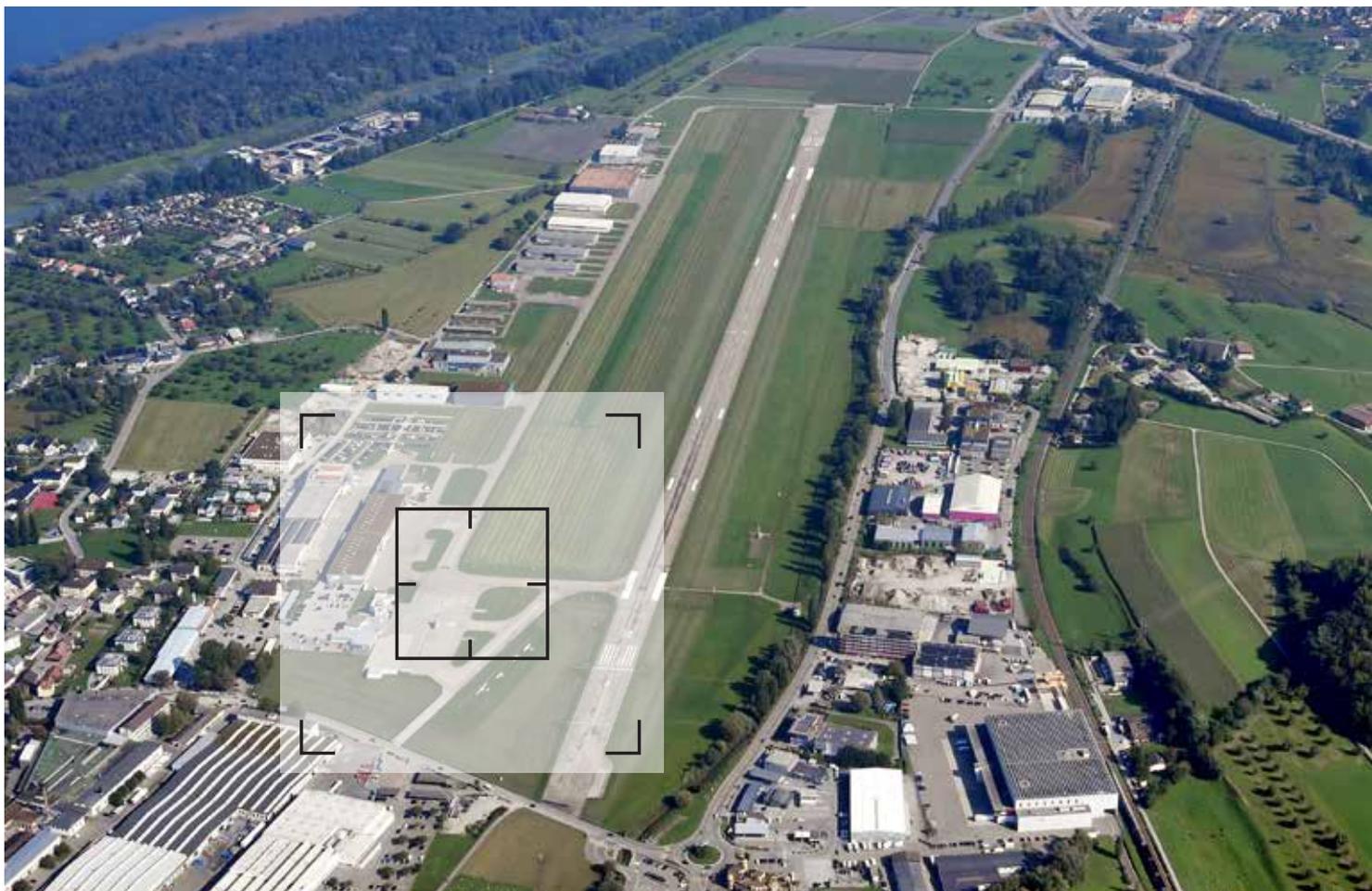
**In der heutigen Geschäftswelt gehört die Fähigkeit sich zu verwandeln zu einem der wichtigsten Faktoren, um den Anschluss an die innovative Zukunft nicht zu verpassen. Unsere Berater wissen, was es braucht, um im Markt flexibel und dynamisch zu bleiben.**

Ein gutes Beispiel ist unsere innovative COFOXBOX, die Sie auf Ihrem Weg zu einem optimierten Workflow begleitet. Ebenso sind unsere Hochleistungs-Drucker ein Paradebeispiel, da sie dem technischen State of the Art entsprechen und einen minimalen Stromverbrauch aufweisen.

Möchten Sie Ihre Unternehmensprozesse effizienter gestalten?  
Wir beraten Sie persönlich.

St. Gallen	071 274 00 80
Zizers	081 307 30 30
Scuol	081 850 23 00

# Flugplatz Altenrhein: Hoffnung auf politisches Bekenntnis



**Sollte die Flugsicherung nicht mehr über die Mineralölsteuer finanziert werden, droht dem regional bedeutenden Standort das finanzielle Aus.**

Der Flugplatz Altenrhein ist weit mehr als ein bequemer Zugangspunkt für Geschäftsreisende und Chartergäste: Für das Rheintal ist er ein wirtschaftlicher Pfeiler – und steht nun unter finanziellem Druck. Hintergrund ist ein Sparprogramm des Bundes, das auch die Finanzierung der Flugsicherung infrage stellt.

Die Kosten dafür trägt derzeit nicht direkt der Bund, sondern sie werden über die Mineralölsteuer gedeckt. Damit wird die Unterdeckung egalisiert, die nach Verrechnung der Anfluggebühren mit den Skyguide-Dienstleistungen entsteht. «Der Luftverkehr finanziert sich somit selbst», sagt Airport-CEO Thomas Krutzler. Diesen Beitrag will Bern jetzt streichen. Für Krutzler ist klar: Es braucht jetzt ein klares Zeichen der Politik, ein Bekenntnis – nicht nur aus dem Kanton St.Gallen, sondern auch von angrenzenden Kantonen, aus Vorarlberg und aus dem Fürstentum Liechtenstein.

Einer, der dieses Bekenntnis bereits abgegeben hat, ist der St.Galler SVP-Nationalrat Michael Götte. Er kritisiert insbesondere die geplante Kürzung der Bundesmittel für Regionalflugplätze – von 30 auf fünf Millionen Franken – obwohl diese Beiträge direkt aus der Mineralölsteuer stammen. In einem Vorstoss im Nationalrat fordert Götte, dass die Finanzierung der Flugsicherung langfristig sichergestellt werde. Gleichzeitig unterstützt er auch entsprechende Initiativen im St.Galler Kantonsrat.

**Text:** Stephan Ziegler  
**Bild:** zVg

# Inhalt

- 10 Spotlight**  
Wichtiges in Kürze
- 12 east# digital**  
Die Ostschweiz 2.0
- 14 Verbandelt**  
Auf einen Kaffee mit Thomas Schirmer
- 17 Vernetzt**  
Im Chat mit Oliver Forrer
- 18 Schwerpunkt Automotive in der Ostschweiz**  
Wenn Autohersteller husten, hat die Ostschweiz Fieber
- 30 Fokus Finanzplatz Ostschweiz**  
Unsicherheit als Normalzustand
- 56 Fokus Appenzellerland**  
Stark verwurzelt, klug vernetzt
- 84 Daniel Gentsch**  
«Wir müssen uns im Standortwettbewerb klar positionieren»
- 88 Gion M. Pedrazzini**  
Weniger Bildschirm, mehr Bildung
- 95 Vorschau LEADER Digital Award**  
Bühne frei für digitale Vorreiter
- 110 Vorschau**  
Bergrennen Hemberg
- 112 Rückblick**  
Immo Dialog Ost, Digital Summit
- 114 Schlusspunkt**  
Mit dem Geld kommt Verantwortung





84



68



72



50

Anzeige

# Mehr als Reinigung. Easy.

Mehr auf [pronto-ag.ch](http://pronto-ag.ch)



## pronto

Wir verstehen mehr  
als Reinigung.

## Alles, was recht ist



Rechtliche  
Risiken von KI

**Künstliche Intelligenz ist in aller Munde. Mit zunehmender Bedeutung nehmen jedoch auch (rechtliche) Unsicherheiten zu.**

KI-Modelle werden mit grossen Datenmengen trainiert, um Muster erkennen zu können. Allerdings verfügen KI-Modelle über kein echtes (Text-)Verständnis, sondern arbeiten mit Wahrscheinlichkeiten (z.B. nach «Die Sonne» kommt wahrscheinlich «scheint»). Es besteht also das Risiko ungenauer oder unzutreffender Ergebnisse. Die KI «halluziniert» – etwa wenn sie zu einer Rechtsfrage einen Gerichtsentcheid angibt, der tatsächlich gar nicht existiert. Risiken bestehen auch im Zusammenhang mit Datenschutz und geistigem Eigentum, insbesondere dem Urheberrecht. Da die Nutzung von KI sowohl beim Input als auch beim Output verschiedene Rechte mehrerer Personen tangieren kann, ist es im Hinblick auf Verantwortung und Haftung im Unternehmen wichtig, die Mitarbeiter entsprechend zu sensibilisieren: Ist die Nutzung von KI nicht ausdrücklich verboten, sind klare Richtlinien für ihren Einsatz unerlässlich. Es muss ein Bewusstsein geschaffen werden für die Funktionsweise von KI, für die Sensibilität der verwendeten Daten und die Rechte Dritter. KI-Outputs dürfen nicht unesehen übernommen, sondern müssen überprüft werden. Das setzt voraus, dass ein Grundverständnis für die jeweiligen Themen vorhanden ist. Die Nutzung sollte zudem auf geeignete Personen beschränkt werden. Schliesslich ist nicht nur die Aufklärung der Mitarbeiter zentral, sondern auch der Erlass klarer Weisungen sowie die Aufsicht durch die Arbeitgeberin.

Michael Kummer, Rechtsanwalt und Notar,  
Stach Rechtsanwälte AG, St.Gallen



## Klartext von Kris: Marx-Murks

**Die Juso wähnt sich im Klassenkampf. Möglicherweise hält sich ihr aus drei Studenten bestehender Vorstand für eine revolutionäre Avantgarde, welche die Arbeiterklasse ins Licht führt. Sie kennen halt die leeren Regale nicht, die das real existierende sozialistische Arbeiter- und Bauern-Idyll auszeichneten. Und auch nicht die Unterdrückung. Woher auch, sie leben ja in der Schweiz und profitieren von dem System, das sie abschaffen wollen.**

So weit, so rot. Im Unterschied zu Staaten unter Hammer und Sichel darf man in der liberalen Schweiz Initiativen starten. Das hat auch die Juso gemacht. Ihre trägt im Titel, dass sie «für eine soziale Klimapolitik» gedacht sei, die «steuerlich gerecht finanziert» werden solle. Der Klimaschutz dient der Juso aber nur als Feigenblatt.

Denn in Wahrheit wollen sie mit ihrer Initiative unser Land einen Schritt näher an ihr ideologisches Sehnsuchtsmodell bringen – das in der realen Welt krachend gescheitert ist.

Denn Wohlstand für alle entsteht niemals durch Wegnehmen und Umverteilen. Er entsteht durch den wirtschaftlichen Erfolg eines jeden Einzelnen. Und dieser ist nur möglich, wenn jeder sich entfalten darf – und es dann aber auch tut und nicht in einer Anspruchshaltung verharret, dass andere die persönliche Entfaltung gefälligst zu bezahlen haben.

Die Juso-Initiative ist mehr als sozialistischer Unfug. Sie ist gefährlich. Denn sie zielt direkt auf grössere traditionelle Schweizer Familienunternehmen.

Sie wissen: Das sind diese Firmen, die über Generationen Verlässlichkeit und Sicherheit für Mitarbeitende und Märkte bieten – ein Anker unserer Volkswirtschaft.

Die Initianten wissen, dass die Vermögenswerte der betreffenden Erblasser im Familienbetrieb gebunden sind. Sie wissen auch, dass diese Firmen dann mindestens teilweise verkauft werden müssten, um die geforderte Steuer zu bezahlen.

Das Ziel der Juso ist also nichts anderes als die Zerschlagung traditioneller Schweizer Familienunternehmen – als ein Schritt auf dem Weg zu ihrem ideologisch verbrämten Ziel.

Deswegen ist die Juso-Initiative ein mottiger Marx-Murks, an Zynismus nur schwer zu überbieten – und gehört versenkt.

Kris Vietze, Nationalrätin TG (FDP)



#### **Loepfe leitet Kessler St.Gallen**

Der Risiko-, Versicherungs- und Vorsorgeberater Kessler hat Manuel Loepfe per 1. April 2025 zum neuen Leiter St.Gallen ernannt. Loepfe ist seit über elf Jahren im Unternehmen tätig; er folgt auf Eva Holenstein, die seit 2019 als Leiterin St.Gallen tätig war.



#### **Huwiler wird WNO-Geschäftsleiter**

Nach sieben prägenden Jahren bei den Technischen Betrieben Wil stellt sich Marco Huwiler beruflich neu auf: Er wird per Juli 2025 Geschäftsleiter der Wärme Netz Ostschweiz AG. Seit 2018 hat Huwiler die Entwicklung der TBW massgeblich mitgeprägt.



#### **Wachter Tanner wird Vorstandsmitglied**

Patrizia Wachter Tanner wurde in den Vorstand der Schweiz. Maklerkammer gewählt. Die Betriebsökonomin FH mit Master in Real Estate Management ist Geschäftsleiterin der Prefera Immobilien AG in Sargans sowie der Alfina Prefera Immobilien AG in Chur.



#### **Paganini tritt zurück**

Nach fünfeinhalb Jahren gibt Nicolò Paganini im August das Präsidium des Schweizer Tourismus-Verbands ab. Während seiner Amtszeit lenkte Paganini den STV durch die Covid-Krise, baute das Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit auf und stärkte seine Einflussnahme im Parlament.



#### **Schoch wird CEO**

Bettina Schoch hat per 1. April als CEO die operative Leitung der Emonitor AG übernommen. Schoch ist seit November 2024 Teil der St.Galler Immobiliensoftware-Dienstleisterin und hat in den vergangenen Monaten zunehmend Führungsaufgaben übernommen.

## Kopf des Monats

#### **Diana Gutjahr, Präsidentin**



**An der Delegiertenversammlung 2025 wurde Nationalrätin Diana Gutjahr zur neuen Präsidentin des Thurgauer Gewerbeverbands gewählt. Sie folgt auf Hansjörg Brunner, der nach langjährigem Engagement mit grossem Dank verabschiedet wurde.**

«In meiner neuen Aufgabe möchte ich den vielen KMUern eine starke Stimme geben, unseren Anliegen Gehör verschaffen und Türöffnerin sein», sagte Gutjahr nach ihrer Wahl. Sie stellt die Gewerbepolitik in den Fokus und wünscht sich, dass Gewerbe Thurgau der grösste Wirtschafts- und Arbeitgeberverband bleibe.

Bei den Nationalratswahlen 2023 erzielte die SVP-Nationalrätin mit 42'993 Stimmen mit rund 7500 Panaschierstimmen wieder das beste Wahlergebnis im Thurgau. Diana Gutjahr ist seit 2019 Präsidentin von metal. suisse, der Dachorganisation der Schweizer Stahl-, Metall- und Fassadenbaubranche, sowie Vorstandsmitglied des Schweiz. Gewerbeverbandes, der Schweiz. Konferenz der Höheren Fachschulen, von Swiss Tennis und von Swiss Label.

Die in Bundesbern bestens bekannte, wirtschafts- und sozialpolitisch sehr aktive Thurgauerin führt mit ihrem Mann die Stahl- und Metallbauunternehmung Ernst Fischer AG in Romanshorn mit rund 80 Angestellten. Nach ihrer Ausbildung zur Kauffrau mit Berufsmatura absolvierte Gutjahr ein FHS-BWL-Studium. Nachdem sie in Beratungs- und Wirtschaftsprüfungsunternehmen Erfahrungen gesammelt hatte, kehrte die neue TGV-Präsidentin ins elterliche Unternehmen zurück. Zusammen mit Mann und Sohn wohnt sie in Amriswil.

# Spotlight

## Fortimo feiert 25. Jubiläum

Die Immobilienentwickler von Fortimo feiern ihr 25-jähriges Bestehen und dürfen über ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2024 berichten. Als Gruppe erwirtschafteten die St.Galler einen Ertrag von 282 Millionen Franken (2023: 194 Millionen). Das Eigenkapital erhöhte sich per 31. Dezember 2024 auf 619 Millionen (572 Millionen), und die im Bestand gehaltenen Liegenschaften sind per Ende 2024 mit 1420 Millionen (1381 Millionen) bilanziert.



## Zwei Ostschweizer Hotels unter den Top 101 der Schweiz

Die Rangliste «Die 101 besten Hotels der Schweiz» hat zwei Ostschweizer Hotels ausgezeichnet: das Einstein St.Gallen («Excellent») und das Grand Resort Bad Ragaz («Outstanding»). Beide Häuser wurden für ihre aussergewöhnliche Qualität und ihren erstklassigen Service gewürdigt.

## Neue Mitglieder im OBT-Verwaltungsrat

An der diesjährigen Generalversammlung der St.Galler OBT AG vom 20. März wurden mit Nathalie Bolliger, Leiterin HR Business Partner, und Christoph Brunner, Mitglied der Geschäftsleitung und Partner, zwei neue Mitglieder in den Verwaltungsrat gewählt.



## Kybunpark wird zu ...?

**Die Thurgauer Kybun-Joya-Gruppe zieht sich per Sommer 2026 als Namenssponsor des Fussballstadions in St.Gallen zurück. Das Stadion, das seit 2016 den Namen «Kybunpark» trägt, wird damit einen neuen Namensträger erhalten. Wem empfiehlt Hans-Willy Brockes ein Engagement?**

Der Nutzen eines Namenssponsorings hängt für den St.Galler Sponsoring-Experten nicht nur von der Sichtbarkeit ab, sondern auch von weichen Faktoren wie Markenwahrnehmung und Imagepassung. Für Brockes ist entscheidend, dass ein Namenssponsoring aktiv gelebt werde. In der Beurteilung unterscheidet er zwischen messbaren Kennzahlen (Alpha-Wert) wie Medienpräsenz oder Besucherfrequenz und emotionalen, weichen Faktoren (Beta-Wert) wie Imagewirkung oder Markenpassung. «Der Beta-Wert entscheidet in der Regel, ob sich ein Namenssponsoring lohnt.»

Für die Nachfolge empfiehlt der Experte, sich bei bestehenden Sponsoren umzusehen und gezielt nach regionalen Marktführern oder innovativen Dienstleistern zu suchen. «Ein «Hidden Champion» oder eine starke Marke aus der Region – das wäre ideal», so Brockes. Als Beispiele nennt er IT-Firmen oder Versicherer: «Helvetia-Park oder Helvetia-Arena – warum nicht?»

Dass sich Fans einen nicht-kommerziellen Namen wünschen, sei verständlich, aber unrealistisch: «Die Klubs brauchen das Geld. Wer auf Naming-Rights verzichtet, muss andere kommerzielle Ressourcen erschliessen – das erhöht den Druck.»

## Blumer Lehmann feiert 150 Jahre

Ende März feierte Blumer Lehmann sein Jubiläum auf dem Erlenhof in Gossau. Mit zwei festlichen Anlässen bedankte sich das Unternehmen bei seinen Kunden, Partnern und Mitarbeitern: Dank deren Engagement kann das Holzbauunternehmen das 150-jährige Bestehen feiern und die lange Firmengeschichte weiterschreiben.



## Zwei Ostschweizerinnen im Finale

Sechs Unternehmerinnen aus Technologie, Finanzen, Medizin und Nachhaltigkeit stehen im Finale der Veuve Clicquot Bold Awards 2025, darunter mit Isabel Bischof von der St.Galler Cohaga AG und Mara Catherine Harvey von der Weinfelder Marty's Smart Way GmbH auch zwei Ostschweizerinnen.

## Miggiano ist «HSG-Gründerin des Jahres»

Die Unternehmerin und HSG-Absolventin Léa Miggiano wurde während des Start Summit zur «HSG-Gründerin des Jahres 2025» gekürt. Mit ihrer Firma Carvolution krepeln sie und ihr Team den Schweizer Automobilmarkt um. Ihr Auto-Abo-Modell bietet Fahrzeuge zu einem monatlichen Fixpreis.

## Cicor wächst zweistellig

Im ersten Quartal 2025 steigert die Cicor-Gruppe aus Bronschhofen den Umsatz um über 22 Prozent auf 131 Millionen Franken und baut ihre paneuropäische Marktposition durch eine neue Partnerschaft mit Mercury aus, einem US-amerikanischen Technologieunternehmen für Luft-/Raumfahrt und Verteidigung.

## Stadler hat über 100 Züge in Italien verkauft

Der italienische Bahnbetreiber Ferrovie della Calabria hat bei Stadler Ende März 2025 drei neue diesel-elektrische Meterspurtriebzüge bestellt. Damit hat Stadler insgesamt über 100 massgeschneiderte Züge in Italien verkauft..

## Acrevis blickt auf erfolgreiche GV 2025 zurück

2513 Aktionäre sowie zahlreiche Gäste liessen sich am 28. März in der Olma-Halle 9 über das Geschäftsjahr 2024 der regional verankerten Bank informieren. Nach dem geschäftlichen Teil genossen alle Teilnehmer ein Essen und geselliges Beisammensein. Die traditionelle GV-Spende kommt heuer dem Verein Compagna Reisebegleitung Schweiz zugute.



## FortyOne und Startfeld investieren in Catchfree

Das Appenzeller Foodtech-Start-up Catchfree erhält 1,2 Millionen Franken aus einer Seed-Finanzierungsrunde. Die FortyOne Group und die Stiftung Startfeld, beide aus St.Gallen, führen die Runde an, flankiert von Branchen- und Privatinvestoren sowie Business Angels. Mit dem Geld startet Catchfree im Frühsommer 2025 mit der Schweizer Markteinführung.



## TSV St.Otmar hat neuen Geschäftsführer

Matthias Schlageter tritt am 1. Juli 2025 die Nachfolge von Noah Haas an. Schlageter ist studierter Sportmanager und arbeitete unter anderem von 2016 bis 2022 als Leiter Ligen beim Schweizerischen Handball-Verband.

## LEADER digital

**Publizieren Sie Ihre Veranstaltung gratis auf [leaderdigital.ch](https://leaderdigital.ch), der grössten Wirtschaftsnews-Plattform der Ostschweiz.**

Sie können Ihre Veranstaltung selbst auf [leaderdigital.ch/news/agenda](https://leaderdigital.ch/news/agenda) eintragen. Damit wird die LEADER-Webseite zum One-Stop-Shop für News, Jobs und Events aus der wirtschaftlichen Ostschweiz. Voraussetzungen für einen Eintrag sind: Veranstaltungsort in der

Ostschweiz (SG, AR, AI, TG, FL), öffentliche Veranstaltung mit noch freien Plätzen, wirtschaftsnahe Themen.



# east#digital

## ALLE DIGITALNEWS DER OSTSCHWEIZ AUF EASTDIGITAL.CH

Der Hub «east#digital» der LEADER-Herausgeberin MetroComm AG begleitet den digitalen Wandel der Ostschweiz – dreimal pro Jahr mit einem Sonderteil im LEADER und mit der Newsplattform [www.eastdigital.ch](http://www.eastdigital.ch)

### Chrisign zieht um

Die Webagentur Chrisign GmbH hat ihre Büroräume nach über 20 Jahren an der Schmidstrasse 9 verlassen und ist neu an der Walkestrasse 11 in Weinfelden zu finden. Der Umzug markiert nicht nur einen Tapetenwechsel, sondern auch ein Update im Corporate Design: Chrisign tritt nun mit einem frischen, modernen Logo auf.

### ÖV-Erkennung macht Lichtsignale in St.Gallen smarter

Das Projekt «ÖV-Linienerkennung» in der Region St.Gallen ist realisiert. Dank der Umrüstung von insgesamt 77 Knoten, an denen der Verkehr mit Lichtsignalanlagen gesteuert wird, kann die Gesamtkapazität ohne zusätzlichen Flächenverbrauch erhöht werden.



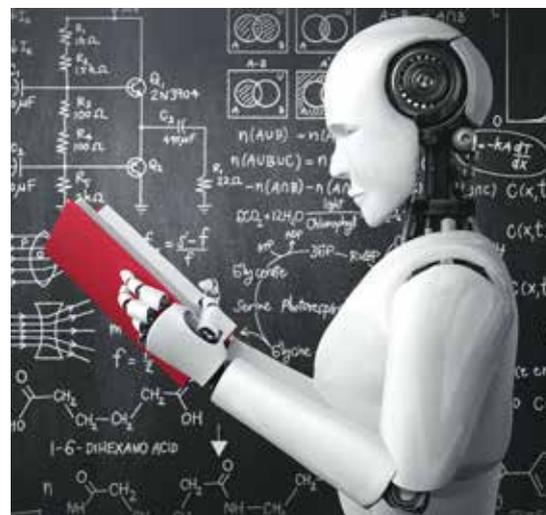
### Bühler und xFarm optimieren Lebensmittelversorgung

Die Bühler Group aus Uzwil und das Tessiner Unternehmen xFarm Technologies haben eine Partnerschaft geschlossen, um die Umweltauswirkungen entlang der gesamten Lebensmittelversorgungskette

zu reduzieren. Durch den Einsatz digitaler Lösungen soll eine präzisere Analyse und Steuerung der Wertschöpfungskette ermöglicht werden.

### Gewerbe Stadt St.Gallen und IT rockt! starten Kooperation

Die digitale Transformation stellt viele KMU vor Herausforderungen. Um diesen Wandel aktiv zu gestalten, bündeln Gewerbe Stadt St.Gallen und das IT-Netzwerk <IT>rockt! ihre Kräfte. Die neue Partnerschaft soll Unternehmen mit Erfa-Gruppen, praxisnahen Workshops, Expertenwissen und gezielten Schulungsangeboten dabei unterstützen, digitale Hürden zu meistern und Chancen optimal zu nutzen.



### KI-Tagung beleuchtet Zukunft der Bildung

Am 21. Mai 2025 findet im Switzerland Innovation Park Ost in St.Gallen die Tagung «KI und Zukunft der Bildung» statt. Experten aus Bildung, Forschung und Praxis diskutieren über die Chancen und Herausforderungen von Künstlicher Intelligenz im Bildungswesen.

## Abacus bleibt auf Wachstumskurs

Die Abacus Research AG bleibt auf Erfolgskurs. Der Schweizer Hersteller von Business- und ERP-Software für KMU steigerte seinen Umsatz im Geschäftsjahr 2024 um 16,3 Prozent. Besonders gefragt ist der Service «Mobile Abos» mit einer Umsatzsteigerung von 30,6 Prozent auf 1'252'000 Abonnenten.



## «Ich ziehe weg, wenn die Initiative nicht entschärft wird»

Im Interview mit der «Sonntagszeitung» spricht Sportradar-CEO Carsten Koerl über seine Bedenken zur Juso-Erb-schaftssteuerinitiative. «Eine Annahme würde dazu führen, dass meine Nachfolger die Firma verkaufen müssten.» Für den Teufener käme das einer Enteignung gleich – sollte es so weit kommen, würde er die Schweiz verlassen.

## Jedsy startet in Deutschland durch

Zwischen der Asklepios Privatlinik Blumenburg in Selent und dem Klinikum Bad Oldesloe kommt neu eine medizinische Drohne zum Einsatz. Sie stammt vom Seveler Unternehmen Jedsy und überwindet auf ihrer Route 60 Kilometer – durch Stadtgebiete und ländliche Regionen.

Bewilligt wurde die Strecke vom deutschen Luftfahrtbundesamt.



## Mehr digitale Talente für die Ostschweiz – Unternehmen sind gefragt

Der Fachkräftemangel in der IT ist allgegenwärtig. Das Digital Talents Program von IT>rockt! bietet Quereinsteigern eine praxisnahe Ausbildung in Kombination mit einem Unternehmenspraktikum. Der Erfolg spricht für sich: Von 20 Absolventen haben 19 eine Festanstellung gefunden. Das Digital Talents Program kombiniert eine fundierte IT-Grundausbildung an der DTP Academy mit einem mehrmonatigen Praktikum in einem Partnerunternehmen. Interessierte Unternehmen können sich direkt an Jasmin Aubry von IT>rockt! wenden und mehr über das Digital Talents Program erfahren.

## Gemdat erhält GVB-Zuschlag

Die Gebäudeversicherung Bern hat Anfang 2024 ihr bisheriges SAP-Archiv durch eine neue Lösung ersetzt. Den Zuschlag erhielt die St.Galler Gemdat AG im Rahmen eines öffentlichen Verfahrens. Die technische Basis bildet das ECM-System «d.velop documents» des deutschen Herstellers d.velop.

## Neue Plattform bietet Orientierung bei digitaler Transformation

Viele Unternehmen wissen, dass sie sich mit digitalen Technologien auseinandersetzen müssen – doch oft fehlen praktische und verständliche Informationen. Die Plattform TechNovice.net, gegründet vom St.Galler Nico Dudli, will hier ansetzen und vor allem KMU in der Ostschweiz den Zugang zu Themen wie KI, Cybersicherheit und dem Wandel der Arbeitswelt erleichtern.





# «Die Berufsbildung ist für das Gewerbe essenziell»

In der Rubrik «Verbandelt» trifft sich der LEADER mit den Geschäftsführern der kleinen und grossen Ostschweizer Wirtschaftsverbände auf einen Kaffee. Heute dabei: Thomas Schirmer, Geschäftsführer des Gewerbeverbands Appenzell Ausserrhoden.

**Grüezi Herr Schirmer, Sie sind seit Anfang 2024 Geschäftsführer des Gewerbeverbands Appenzell Ausserrhoden. Welche Themen haben Sie in dieser Zeit besonders beschäftigt – und was hat Sie vielleicht überrascht?**

In den vergangenen Monaten wurde ich regelmässig mit der Frage konfrontiert, welchen Nutzen der Gewerbeverband Appenzell Ausserrhoden stiftet. Es überrascht mich, dass unsere Mitglieder zu wenig erkennen, wie vielfältig das Engagement unseres Verbandes ist. Ich denke, wir haben hier noch eine Kommunikationsaufgabe zu erfüllen.

**Dabei können wir gerne helfen. Zum Nutzen gehört sicherlich der Einsatz für wettbewerbsfähige Rahmenbedingungen und für die duale Berufsbildung. Gibt es in diesen Bereichen Projekte, die Ihnen besonders am Herzen liegen?**

Die Berufsbildung ist für die Zukunft des Gewerbes essenziell. Ohne qualifizierten Nachwuchs können Betriebe langfristig nicht bestehen – eine Herausforderung, die weit über die Wirtschaft hinausreicht. Deshalb engagieren wir uns intensiv für die Organisation und Durchführung von Veranstaltungen wie der Lehrstellen-Tischmesse, der Plattform Berufsbildung, der Jury des Lehrbetriebs des Jahres und der Freizeitarbeiter-Ausstellung, um junge Talente gezielt zu fördern. Und: Viele Mitglieder sehen sich mit wachsender Bürokratie konfrontiert, die ihren Geschäftsalltag zunehmend erschwert.

Der **Gewerbeverband Appenzell Ausserrhoden** fungiert als Dachorganisation für gewerbliche Betriebe im Kanton und vertritt deren Interessen gegenüber Politik und Verwaltung. Er agiert als zentrale Anlaufstelle für örtliche Gewerbevereine und kantonale Berufsverbände, fördert die Zusammenarbeit mit Wirtschafts- und Arbeitnehmerverbänden und organisiert Mitgliederanlässe sowie Öffentlichkeitsarbeit.



Gewerbeverband Appenzell Ausserrhoden  
9053 Teufen, +41 71 352 43 50  
info@gewerbear.ch, [www.gewerbear.ch](http://www.gewerbear.ch)

Um diese Herausforderungen gezielt anzugehen, haben wir in einer Mitgliederumfrage konkrete Beispiele gesammelt und bringen diese nun aktiv in den Dialog mit den kantonalen Behörden ein.

*«Verbandsarbeit ist auch tägliche Kommunikationsarbeit.»*

**Auch die Digitalisierung stellt viele KMU vor Herausforderungen. Wie unterstützt der Gewerbeverband seine Mitglieder bei der digitalen Transformation?**

Die digitale Transformation betrifft viele KMU, doch ihre Herausforderungen variieren je nach Branche. Der Gewerbeverband setzt dort an, wo branchenübergreifende Themen wie Cyber Security oder der Einsatz künstlicher Intelligenz relevant sind. Besonders KI wird bei der diesjährigen Sommerkonferenz im Mittelpunkt stehen. Wir wollen gemeinsam beleuchten, welche Chancen und Risiken sich daraus ergeben und wie sie unser wirtschaftliches und gesellschaftliches Miteinander prägen.

**Wie beeinflusst Ihre unternehmerische Tätigkeit als Inhaber der Mediaconsale GmbH Ihre Arbeit im Gewerbeverband? Gibt es Synergien?**

Ja, die Aufgaben aus der Marketingberatung und der Verbandsgeschäftsführung haben eine grosse Schnittmenge. Einerseits bei der Konzeption und Organisation der Anlässe: Aufgrund des riesigen Angebots an Veranstaltungen steht jedes Mal die Frage im Zentrum, wie wir den Anspruchsgruppen etwas bieten können, das sie davon überzeugt, ihre rare und wertvolle Zeit zu investieren. Andererseits ist die Verbandsarbeit täglich auch Kommunikationsarbeit.

**Zur Kommunikation gehört auch das Networking. Können Sie einen Event nennen, der für Sie persönlich oder beruflich besonders bereichernd war?**

Für mich war das eindeutig unsere Sommerkonferenz!



Thomas Schirmer: Essenzielle Berufsbildung.

### Und warum?

Sie bietet die Gelegenheit, ein Thema mit mehr Tiefgang zu behandeln und ermöglicht intensive Diskussionen. 2025 führen wir die Sommerkonferenz am 27. August erneut gemeinsam mit unseren Kollegen aus Innerrhoden durch – das Programm verspricht bereits jetzt spannende Inhalte.

*«KI wird bei der dies-jährigen Sommerkonferenz im Mittelpunkt stehen.»*

### Sie sind in Teufen ansässig, einer Gemeinde mit reichem kulturellem Leben. Gibt es lokale Veranstaltungen, an denen Sie besonders gerne teilnehmen?

Auch wenn ich nicht in der Landwirtschaft tätig bin, besuche ich jedes Jahr gerne die Viehschau. Die besondere Atmosphäre auf dem Platz und der Stolz der Bauern, mit dem sie ihre Tiere präsentieren, machen diesen Anlass für mich zu einem besonderen Erlebnis.

### Und was machen Sie, wenn Sie nicht arbeiten oder eine Viehschau besuchen?

Dann bin ich mit meiner Frau oft am Bodensee. Der See ist für uns ein Kraftort, und wir sind zu jeder Jahreszeit fasziniert, wie verschieden er sich präsentiert.

**Text:** Patrick Stämpfli

**Bild:** Marlies Beeler-Thurnheer

# Das Ende der bisherigen Welthandelsordnung?

**Was der 47. US-Präsident am 2. April lostrat, war nicht nur der Versuch, Handelsströme zu beeinflussen, sondern auch ein Angriff auf die geltende Welthandelsordnung.**



Die in Genf ansässige Welthandelsorganisation WTO regelt als Nachfolgerin des GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) seit 1947 den internationalen Handel. Es wurden Prinzipien wie die Meistbegünstigung, die Inländergleichbehandlung und die Nichtdiskriminierung verankert, die zur Senkung von Zöllen, zur Öffnung von Märkten, zu Fairness und zu mehr Wohlstand in der Welt beitrugen.

### Abbau von Handelsschranken

Dies geschah aus der ökonomischen und historischen Erkenntnis, dass die Öffnung von Märkten zu Freihandel, internationaler Arbeitsteilung, optimiertem Ressourceneinsatz, effizienteren Strukturen, allseitigem Wohlstand und zu mehr Frieden führt. Auch Freihandelszonen wie die EFTA und Zollunionen wie die EU sind «Kinder» dieses Rechts. Diese allseits akzeptierten Regeln haben zu einem markanten Abbau von Handelsschranken geführt.

### Untergang der heutigen Welthandelsordnung?

Kurz vor dem «Liberation Day» stellten die USA ihre Zahlungen an die WTO ein. Ein Signal, dass sie sich der WTO mit ihren 166 Mitgliedern und ihren Regeln nicht mehr verbunden fühlen. Wenn diese nun ausser Kraft gesetzt werden sollen und alle Staaten nur mehr bilateral mit den USA verhandeln, wäre dies das Ende der bisherigen Welthandelsordnung.

### Unangemessen und unfair

Die Schweiz ist gut beraten, sich weiterhin auf die allseits anerkannten GATT-/WTO-Regeln zu berufen, im Verbund mit anderen Staaten faire Handelspraxen einzufordern und allenfalls auch Streitbeilegungsverfahren einzuleiten. Wie die USA mit der Schweiz jüngst umgingen, die seit 2024 keine Zölle auf importierte Industrieprodukte mehr erhebt, war unangemessen und unfair. Schauen wir, wie es im Juli aussieht, wenn die 90-tägige «Pause» abläuft.

Dr. rer. publ. HSG Sven Bradke  
Wirtschafts- und Kommunikationsberater,  
Geschäftsführer Mediapolis AG in St.Gallen

# Was ist besser als eine Versicherung, die Bedürfnisse erkennt, bevor sie entstehen?

Wir sind Spezialisten für alle Fragen rund um Versicherungen von Ihrem Unternehmen – egal ob Sach-, Haft- oder Cyberversicherung.

Ob Absicherung Ihrer Mitarbeitenden oder Ihres Unternehmens: Wir finden die passgenauen Lösungen für Ihre Bedürfnisse, unabhängig von Ihrer Branche.

Gerne beraten wir Sie persönlich – nehmen Sie mit uns Kontakt auf:

**Zurich, Generalagentur Alex Pfister AG**  
[zurich.ch/pfister](http://zurich.ch/pfister)

 **ZURICH**<sup>®</sup>





Vernetzen



# «Menschen kaufen Geschichten – nicht nur Produkte»

Im Chat mit Oliver Forrer, Mitgründer und Inhaber der Agentur FORB in St.Gallen.

## Oliver Forrer, war die FORB-Gründung ein lang gehegter Traum oder eine spontane Entscheidung?

Mein heutiger Geschäftspartner Roman Burch und ich haben bei einer Bank mehrere Jahre den Bereich Marketing und Kommunikation verantwortet. Mit einem jungen, 20-köpfigen Team haben wir als Inhouse-Agentur die stark wachsende Marke gepflegt und neue Brands aufgebaut. Eines Tages stellte sich für uns beide die Frage, welche berufliche Herausforderung als Nächstes kommt. So entstand vor bald zehn Jahren die Idee einer etwas anderen Branding- und Kommunikationsagentur. 2016 haben wir FORB gegründet.

## Ihre Dienstleistungen reichen von Content über Design bis zu Digital. Welches Thema begeistert Sie besonders?

Starke Marken starten immer mit dem «Warum»: Menschen kaufen nicht nur Produkte, sie kaufen Geschichten und Werte. Damit eine Marke ihr Potenzial entfalten kann, braucht sie eine klare Identität und ein passendes Brand-Design. Gepaart mit einer smarten Idee, entsteht ein durchgängiges Markenerlebnis, das emotional berührt. Meine Augen leuchten, wenn genau das zusammenkommt.

## Welches Projekt hat Sie zuletzt besonders gefordert?

Wir kommen oft dann ins Spiel, wenn ein Unternehmen vor einer strategischen Weichenstellung steht. Oder wenn es als Arbeitgeberin sichtbar werden will. Am Anfang heisst es immer: eintauchen, zuhören, verstehen. Erst, wenn man die Herausforderung wirklich versteht, kann eine gute Lösung entstehen. Diese Phase ist für mich immer besonders spannend.

## Was sind im Alltag die kleinen Highlights, die Ihnen besonders Freude bereiten?

Wir sind ein Team aus kreativen Designern und Strategen. Wenn wir gemeinsam Ideen ausbrüten, ist das wie Pingpong – jeder bringt etwas ein. In der Umsetzung arbeiten wir oft mit jungen Talenten aus Fotografie oder Film. Zu sehen, wie eine Idee entsteht und dann in der Kommunikation ihre Wirkung entfaltet, macht mir grosse Freude.

## Gibt es Entwicklungen in der Kommunikationsbranche, die Sie besonders spannend finden?

Eine Marke muss heute agiler und flexibler sein als noch vor zehn Jahren. Bei der spannenden Entwicklung der künstlichen Intelligenz stehen wir erst am Anfang. KI macht Prozesse effizienter und steigert die Produktivität. Aber Kreativität, Strategie und Feingefühl bleiben menschlich. Wenn alle KI nutzen, steigt auch die Gefahr der Mittelmässigkeit und Differenzierung schwindet. Gerade darum bleibt die Haltung entscheidend.

## Und was war das Verrückteste oder Kreativste, das Sie bei FORB je umgesetzt haben?

Oft werde ich auf die Standort-Kampagne «Sankt» für St.Gallen angesprochen. Im Kern geht es darum, die Qualitäten der Stadt besser sichtbar zu machen und das Selbstbewusstsein zu stärken. Die Idee trifft offenbar einen Nerv, sie berührt und regt zum Nachdenken an. Die Kampagne läuft nun im sechsten Jahr. Es ist schön, wenn Kreativität etwas bewegt und verändert.

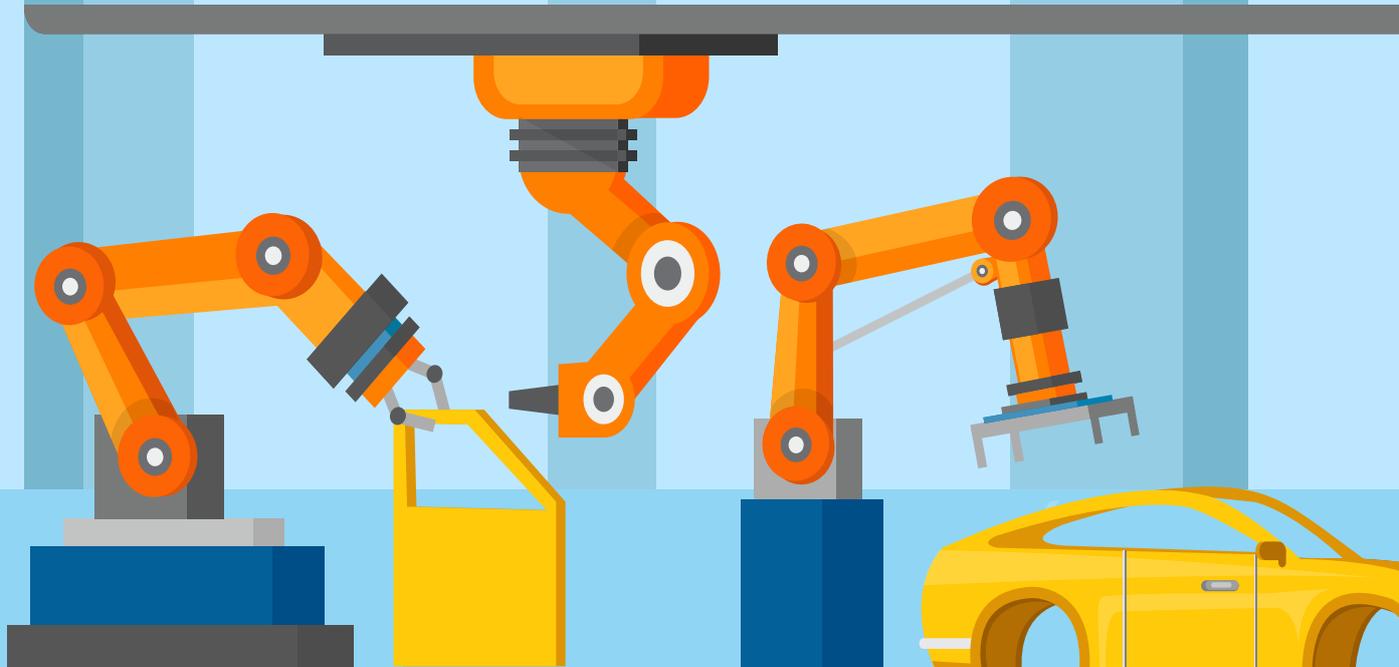
## Wie behalten Sie in stressigen Projekten den Überblick?

Ich verliere auch mal den Überblick – das gehört dazu. Aber wir funktionieren als Team sehr gut. Wir tauschen uns laufend aus, priorisieren gemeinsam und unterstützen einander. Und manchmal hilft einfach eine Portion Humor.

## Welchen Rat geben Sie Unternehmen, die ihre Kommunikation auf ein neues Level heben möchten?

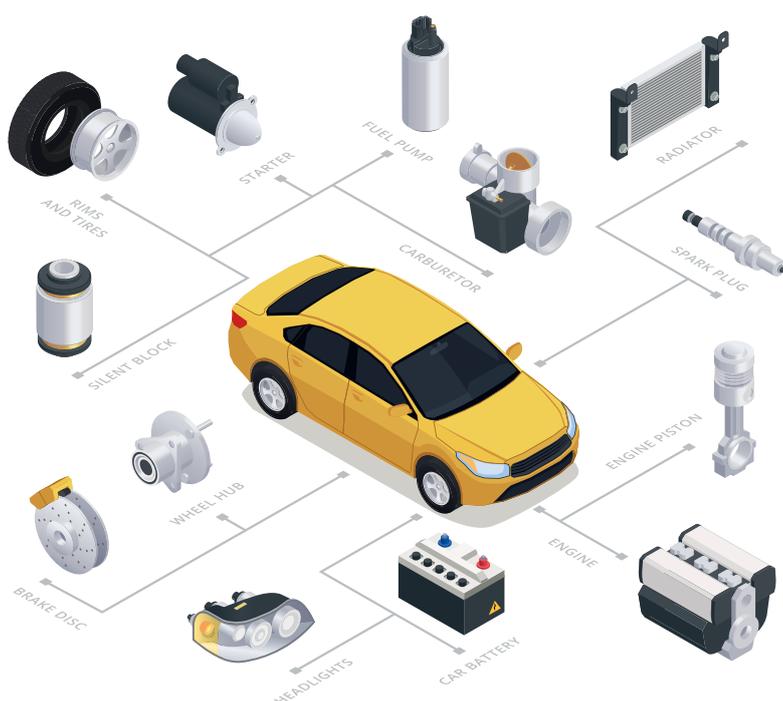
Langfristig erfolgreiche Kommunikation beginnt mit einer klaren Identität. Unternehmen, die wissen, was sie antreibt, welche Werte sie prägen und welchen Nutzen sie stiften, haben den wichtigsten Schritt schon gemacht.

**Text:** Patrick Stämpfli  
**Bilder:** Ladina Bischof, zVg



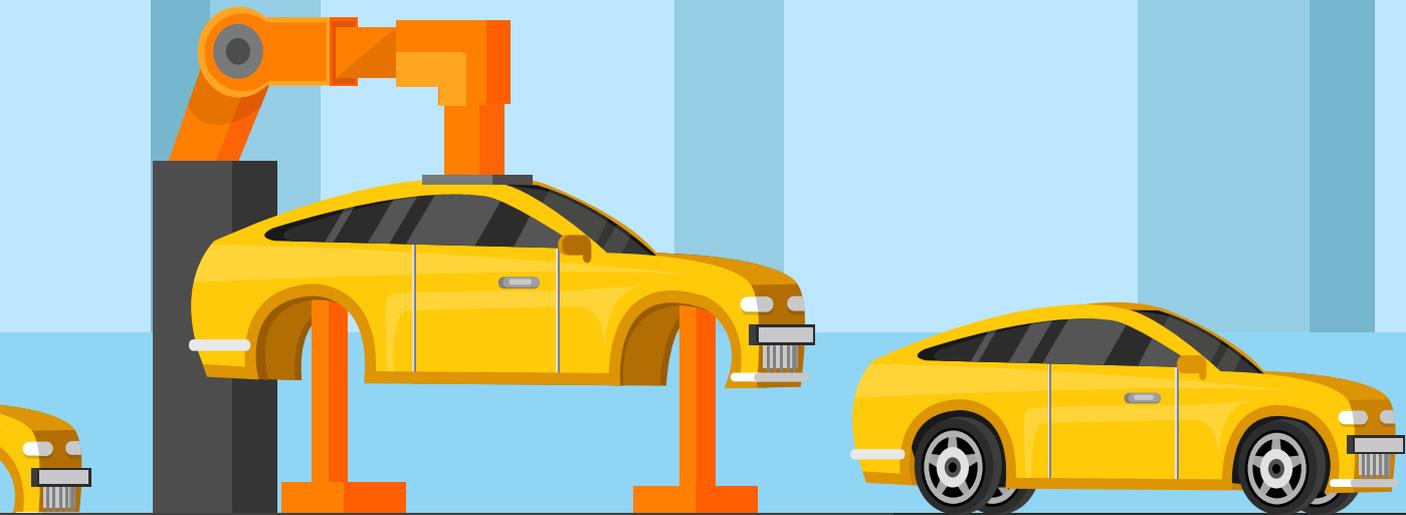
## Wenn Autohersteller husten, hat die Ostschweiz Fieber

Die starke Ostschweizer MEM-Industrie kämpft mit Auftragseinbussen und Verwerfungen auf den globalen Märkten. Besonders herausgefordert sind jene Unternehmen, die Komponenten für Autohersteller fertigen.



Kann man eine Wirtschaftskrise herbeireden? Nun, wenn jemand durch seine nicht ganz unwichtige Funktion die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit genießt, haben bestimmte Aussagen durchaus einen Impact. Wenn also Donald J. Trump laut darüber nachdenkt, welchen Handelspartner er heute mit neuen Zöllen piesacken könnte, dann reagiert die weltweite Wirtschaft nervös. Wenn er dann – wie anfangs April – praktisch die ganze Welt tatsächlich mit abenteuerlich berechneten Strafzöllen überzieht, macht die grosse Verärgerung rasch allgemeiner Ratlosigkeit Platz. Ökonomen scheinen jedenfalls in Washington kein Gehör mehr zu finden.

Die Achterbahnfahrten an den Börsen in aller Welt kann man durchaus dem selbsternannten grössten Präsidenten aller Zeiten anlasten. Für gewisse Trends kann aber nicht einmal der MAGA-Master etwas: Dass in der Automobilindustrie ein tiefgreifender technologischer Wandel für einen beschleunigten Strukturwandel sorgt, hat wenig mit Dekreten aus dem Weissen Haus zu tun. Im Gegenteil: Donald Trump propagiert zwar zwischendurch das Elektroauto seines Buddys Elon Musk, aber seine eigentliche Mission lautet «drill, Baby, drill!» – Trump will forciert nach fossilen Brennstoffen bohren. Klimawandel? Das ist woker Blödsinn aus dem Programm der Demokraten, den Losern also.



### Deutsche Autobauer aus der Spur

Losers sind aktuell auch die stolzen deutschen Autobauer, deren ökonomischer Spurhalteassistent schon länger defekt zu sein scheint. Die Volkswagen AG wird von den Familien Porsche und Piëch gesteuert, doch das Land Niedersachsen ist mit 20 Prozent beteiligt, der Staatsfonds des Emirats Katar mit 17 Prozent. Der gleiche Fonds ist auch beim Formel-1-Team von Audi mit an Bord.

Die Wechselwirkung zwischen deutscher Industrie und deutscher Politik sowie die Mitsprache eines Golf-Emirats sind nicht gerade die idealen Voraussetzungen, um einen radikalen technologischen Wandel zu forcieren – weg vom Verbrennungsmotor, hin zur Elektromobilität. Wozu auch? «Das alte Geschäftsmodell war sehr erfolgreich», erklärt der Direktor des Instituts für Mobilität an der HSG, Andreas Herrmann, im nachfolgenden Interview. Mit der traditionellen Ausrichtung habe die deutsche Industrie lange «enorm viel Geld verdient».

Auch andere renommierte deutsche Marken wie BMW oder Mercedes haben – wie die meisten europäischen Konzerne – Elektromobilität lange als Nische und dann als Mittel zum Zweck betrachtet: Man sollte ja ein paar emissionsfreie Fahrzeuge an den Mann bringen, um den von der EU festgelegten durchschnittlichen CO<sub>2</sub>-Ausstoss der Flotte einigermaßen zu erreichen. Was kaum ein Hersteller schafft: Der CEO von Renault, Luca de Meo, rechnete im französischen Radio vor, dass die europäischen Hersteller deswegen bis zu 15 Milliarden Euro an Bussen zahlen müssten. Das trifft eine Industrie, die ohnehin in der Krise ist und mit Absatzproblemen sowohl bei klassischen Verbrennern wie auch bei Elektrofahrzeugen kämpft, ins Mark.

### Starke Autoindustrie in der Schweiz

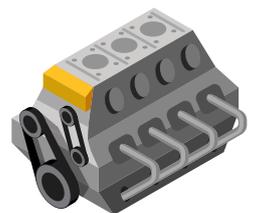
Eine Krise der Autoindustrie trifft auch die Schweiz unmittelbar: Gemäss Branchenverband Swissmem beschäftigt die Automobilzulieferindustrie in der Schweiz 34'000 Mitarbeiter in 574 Unternehmen – eine Zahl, in der vermutlich viele kleinere Unternehmen im Elektronikbereich noch gar nicht erfasst sind.

In der Ostschweiz hat die MEM-Branche, zu der auch die meisten Automobilzulieferer gehören, eine überdurchschnittliche Bedeutung. Und dieser Branche geht es aktuell nicht gut, wie der in Weinfelden ansässige Verband Swissmechanic, der die KMU der MEM-Branche vertritt, meldet: Fast ein Drittel der Betriebe hat Kurzarbeit eingeführt. Die ganze MEM-Branche spüre Herausforderungen, die Automobilzulieferer stünden aber besonders unter Druck, legt Swissmechanic-Präsident Nicola Tettamanti in diesem Schwerpunkt dar.

## *Eine Krise der Autoindustrie trifft auch die Schweiz unmittelbar.*

### Leere Auftragsbücher

«Die schwache Nachfrage aus dem Ausland schlägt sich in den leeren Auftragsbüchern der Ostschweizer Industrie nieder», führt die St.Galler Kantonalbank in ihrem aktuellen Anlegermagazin aus. «Vor allem die wirtschaftliche Schwäche in Deutschland – insbesondere in der wichtigen Automobilindustrie – macht den Ostschweizer Unternehmen zu schaffen.» Der wirtschaftliche Ausblick ist gemäss SGKB-Strategieanalystin Céline Koster mit grossen Unsicherheiten behaftet. «Insbesondere die weitere Entwicklung im Zollbereich und die geopolitische Lage bleiben ein Risikofaktor für die Weltwirtschaft und damit auch für die exportorientierten Ostschweizer Unternehmen.»



**Text:** Philipp Landmark  
**Illustrationen:** Freepik



## «Elektromobilität ist eine ganz andere Kultur»

Der Wandel zur Elektromobilität dauert wohl länger, doch Andreas Herrmann, Direktor des Instituts für Mobilität an der Universität St.Gallen, ist überzeugt: Der Trend ist unumkehrbar.

**Andreas Herrmann, verschläft ein Teil der Automotive-Industrie den technologischen Wandel? Gerade in Deutschland hat die Industrie lange am alten Erfolgsmodell festgehalten, wohl auch durch widersprüchliche Signale des Staats.**

Das alte Geschäftsmodell war eben sehr erfolgreich. Deutschland war Technologieführer, Reputationsführer, Markenführer. Die deutsche Industrie hat enorm viel Geld verdient mit dem klassischen Modell: Verbrennungsmotor und manuelles Fahren.

**Doch jetzt brechen die Märkte weg.**

Der wichtigste Absatzmarkt für deutsche Autos war China. Den chinesischen Unternehmen wiederum war klar, dass sie auf lange Sicht kaum Chancen haben, beim Verbrennungsmotor mit den Europäern mithalten zu können. Darum haben sie die Regeln des Spiels verändert und konsequent auf Elektromobilität gesetzt. Das war wie bei Monopoly, wenn es heisst: «Alle zurück auf Los, wir starten neu!»

**Die deutschen Hersteller – die wichtigsten Kunden der vielen Schweizer Zulieferer – haben nicht ernsthaft mitgespielt.**

Die Deutschen merkten, dass sie bei Elektromobilität nur einen kleinen Antrieb im Fahrzeug verbauen können, mit noch 200 Teilen statt 2000 – damit verdienen sie kein Geld. Die Batterie als Zulieferer-Komponente kommt ohnehin aus Asien, also geht die Wertschöpfung stark zurück, das Geschäftsmodell kommt unter Druck. Daher kam diese grosse Zögerlichkeit, den Wandel mitzugestalten. Gleichzeitig hat China massiv staatliche Gelder in die Entwicklung der Elektromobilität investiert.

**Haben die Europäer China auch unterschätzt?**

Und wie! Um 2010 hörte man noch abschätzige Sprüche. Als hier das erste chinesische Auto auf den Markt kam, haben alle gelacht. Aber seither haben die Chinesen enorme Fortschritte gemacht.

**Die Deutschen spöttelten seinerzeit auch über Tesla, «die können kein Spaltmass» war ein geflügeltes Wort.**

Sie hatten übersehen, dass sich das Augenmerk der Kunden verlagert: auf Digitalisierung, auf Entertainment – und weg vom Spaltmass und traditioneller Ingenieurskunst.

*«Wir dürfen nicht vergessen, dass es weltweit viele Märkte gibt, die nicht reif sind für Elektromobilität.»*

**Viele Schweizer Automobilzulieferer sind Zulieferer nach Deutschland. Gilt hier «mitgegangen, mitgefangen»?**

Ja, das ist so. Gerade wenn man auf den Verbrennungsmotor ausgerichtet ist und etwa Komponenten baut für das Getriebe und den Motor, dann hängt man mit drin. Solche Betriebe können sich selten schnell auf Elektromobilität ausrichten, das ist eine komplett andere Technologie. Es gibt durchaus auch

Ostschweizer Zulieferer, die Komponenten für Elektromobilität bauen, aber das braucht spezielle Fähigkeiten.

**Sind das auch andere Unternehmen, die neu im Bereich Automotive agieren?**

Das sind oft andere Unternehmen. Denn Elektromobilität ist nicht nur ein anderes Produkt, das ist auch eine ganz andere Kultur, weil vieles softwaregetrieben ist. Eine Software-Bude tickt anders als eine Hardware-Schmiede. Dort arbeiten ganz andere Menschen, die ganze Organisation ist anders.

*«Mobilität ist etwas Positives, Mobilität schafft Reichweite, Lebenschancen.»*

**Der Autohersteller muss am Schluss diese Komponenten und diese Welten zusammenfügen. Selbst denken sie aber noch wie Hardware-Schmieden.**

Total. Darum bringen sie eigene Digitalprojekte nicht zum Fliegen. Volkswagen wollte mit dem Tochterunternehmen Cariad eine umfassende Softwareplattform für den ganzen Konzern entwickeln, doch das Vorhaben scheiterte. Jetzt arbeitet VW mit Xpeng aus China und der Amazon-Tochter Rivian zusammen – der Konzern kauft die Software also wieder ein. Cariad macht nur noch kleine Komponenten.

**Ist VW an einem Kulturproblem gescheitert?**

In der Philosophie der chinesischen Hersteller oder auch von Tesla steuert eine Softwareplattform alle Funktionen im Auto. Bei VW gibt es eine Software für den Fensterheber, eine für die Motorensteuerung – eine kommt von Bosch, die andere von ZF. Ein VW Golf ist ein Sammelsurium von rund 150 Software-Modulen von verschiedensten Zulieferern.

**Auf was oder auf wen sollte sich ein Autozulieferer in der Schweiz heute ausrichten? Kommen die Deutschen wieder, oder soll man auf Alternativen setzen?**

Vor wenigen Jahren habe ich gedacht, dass der Wandel zur Elektromobilität viel schneller geht. Wir werden aber sicher einige Jahrzehnte sehen, in denen beide Technologien parallel verwendet werden. Wir dürfen nicht vergessen, dass es weltweit viele Märkte gibt, die nicht reif sind für Elektromobilität. Sogar die EU wird das Verbrennerverbot hinauszögern. Es wird also auch noch Zulieferer für Verbrennungsfahrzeuge brauchen. Aber die Entscheidung für Elektromobilität ist im Grunde gefallen. Die Frage ist nur, wie lange sich der Übergang zieht. Der Markt wächst – selbst in Deutschland, auch die deutschen Hersteller bringen immer mehr E-Modelle raus. Dieser Trend zur Elektromobilität ist nicht umkehrbar.

**Was bedeutet das nun für einen Ostschweizer Zulieferer?**

Vorerst wird einfach das Spektrum der potenziellen Kunden grösser. Die Deutschen oder auch die Franzosen werden zwar an Bedeutung verlieren, aber nicht vom Markt verschwinden. Aber klar ist, dass die Chinesen kommen. Aus dieser Sicht kann es sinnvoll sein, mit chinesischen Firmen zusammenzuarbeiten.

**Die Chinesen sind ein sicherer Wert?**

Manche Unternehmen kämpfen mehr, manche weniger, einzelne Marken werden auch verschwinden – es gibt heute enorm viele Marken in China. Aber die Chinesen werden nicht mehr vom Markt zu eliminieren sein. Sie sind da.

**US-Präsident Donald Trump kündigt in hoher Frequenz neue Zölle an, insbesondere für die Autoindustrie ganz direkt. Bremst das auch Innovationen?**

Wenn es dumm läuft, kann das zu einer Weltwirtschaftskrise führen. Bisher wurde aber kaum etwas so hart umgesetzt, wie Trump es ankündigte. Er ist auch beeindruckend schnell im Zurückrudern. Mit den Zöllen schadet er am Ende der US-Wirtschaft – er schlägt seine eigenen Leute.

**Ein Grund mehr, nach China zu blicken?**

Früher war China die billige Werkbank, dann einfach ein grosser Markt – heute sind die Chinesen in vielen Bereichen Technologieführer. Es gibt Firmen, die sagen: Wir müssen in China präsent sein, um technologisch up to date zu sein.

**Gut eingeführte Marken verlieren an Bedeutung?**

In der Automobilproduktion gibt es einen klaren Trend: Immer mehr Software-Komponenten vernetzen die Fahrzeuge nach aussen, die Wertschöpfung der Hersteller verschiebt sich Richtung Batterie, Steuerung, Infotainment – und weg von der klassischen Mechanik. Wenn bald autonomes Fahren dazukommt, verstärkt sich dieser Trend noch mehr. Die Hardware spielt eine immer kleinere Rolle. Wenn in absehbarer Zeit ein Kunde in ein autonomes Fahrzeug einsteigt, das ihm wahrscheinlich nicht mehr selbst gehört, dann ist es ihm egal, ob da BMW draufsteht. Die Markengeltung dürfte sich dadurch verschieben.

**Diese Entwicklung bringt auch neue Anforderungen für die Zulieferer in der Schweiz.**

Ja, aber als Wirtschaftsstandort Schweiz bleibt uns bei den Löhnen, die wir zahlen, und bei den Kosten, die wir haben, ohnehin gar nichts anderes übrig, als Hightech zu machen.

**Robotaxi von Waymo.**



**Wie schnell kommt das autonome Fahren? Müssen dafür erst die konventionellen Fahrzeuge weichen?**

Wir werden nicht von heute auf morgen eine perfekte Welt gestalten – es wird mehrere Jahrzehnte eine Übergangswelt sein. Der Mischverkehr von Autos, die von Menschenhand gesteuert werden, und Autos, die autonom fahren, wird gerne als Konfliktherd heraufbeschworen. Tatsächlich gibt es solchen Mischverkehr bereits: In San Francisco fahren die rund



Prof. Dr. Andreas Herrmann ist Direktor des Instituts für Mobilität an der Universität St.Gallen.

300 Robotaxis von Waymo komplett autonom. Es ist eindrücklich zu sehen, wie gut das funktioniert. Die Region Oslo will bis 2027 rund 800 autonome Fahrzeuge auf die Strasse bringen – nicht für die City, sondern für eher schwach entwickelte, periphere Regionen, die heute keinen guten Anschluss ans städtische Netz haben. Das Fahrzeug kann man per App rufen, es gibt unterschiedliche Grössen, vom Pkw bis zum Bus für eine Schulklasse.

**Das autonome Fahrzeug muss verlässlich fahren, es muss auf die Strecke trainiert werden, die Signale müssen lesbar sein.**

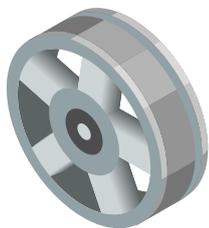
Wenn man die ganze Infrastruktur intelligent machen würde, wäre das aufwendig, und man könnte das nicht skalieren. Alles, was man im Fahrzeug machen kann, kann man skalieren: Geht es in einem Fahrzeug, geht es auch in hundert. Deshalb sind sich alle einig: Die Intelligenz muss ins Fahrzeug. Ich habe in Oslo Testfahrten mit diesen Fahrzeugen miterlebt – das funktioniert tadellos.

**Solche Erkenntnisse nehmen Sie zurück ans Institut für Mobilität an der HSG, das es nun seit fünf Jahren gibt. Für welche Mobilität steht dieses Institut?**

Bevor wir das Institut für Mobilität gegründet haben, hatten wir sehr viel mit der Automobilindustrie zusammengearbeitet. Irgendwann hatten wir das Gefühl, dass diese Industrie sich jetzt einfach bewegen muss. Wir haben eine ineffiziente Mobilität, eine Mobilität, die nicht nachhaltig und auch nicht inklusiv ist. Also sagten wir uns: Wir brauchen einen Wandel. Wir arbeiten nicht mehr direkt mit der Automobilindustrie, sondern wir versuchen, der Industrie Impulse zu geben.

**Dann hat in der HSG auch ein Wandel stattgefunden?**

Früher hatten wir – Torsten Tomczak, Wolfgang Jenewein und ich – vor allem im Bereich Marketing viel mit grossen Automobilkonzernen gearbeitet. Heute forschen wir an einer nachhalti-



gen Mobilität. Wir müssen die Emissionen im Transportsektor reduzieren. Dieser Sektor steigt im Vergleich zu anderen immer noch massiv an. Wir brauchen Effizienz im Sinne von Flächeneffizienz, aber auch Gewichtseffizienz. Heute fahren wir mit einem zwei Tonnen schweren Fahrzeug, um 1,3 Personen – also etwa 120 Kilogramm Mensch – zu transportieren. Das Auto braucht viel Platz, viele Ressourcen.

### Haben wir zu viel Mobilität?

Nein, und ich möchte auch nicht falsch verstanden werden: Wir sind nicht gegen Mobilität. Mobilität ist etwas Positives, Mobilität schafft Reichweite, Lebenschancen. Gerade wenn man die Schweiz anschaut: Viel von unserem Wohlstand hat zu tun mit einer Super-Mobilität. Man kann in St.Gallen leben, sich hier vielleicht sogar ein Haus leisten, und in Zürich arbeiten. Das geht – hin und her ist jeweils eine Stunde. Das ist Teil unseres Reichtums. Gleichzeitig sind wir kein Automobil-Institut – wir forschen ganzheitlich an Mobilität. Das Auto ist nur ein Teil der Lösung.

### Das Ziel ist also, Mobilität effizient zu machen – und nicht etwa, Mobilität abzubauen?

Da wäre ich dagegen. Es kann nicht darum gehen, die Mobilität abzuschaffen. Aber wir brauchen keine Flüge für 25 Franken für den samstäglichen Shopping-Trip nach Mailand. Aus Kundensicht ist das attraktiv, aber es ist ein falsches Signal. Es suggeriert, dass Mobilität nichts kostet – doch die CO<sub>2</sub>-Emissionen sind gewaltig. Solche Flüge muss man höher bepreisen. Aber im Grundsatz dürfen wir Mobilität nicht einschränken. Wir haben eine grosse Chance, um die Mobilität zu verbessern; wir sind dermassen ineffizient, dass wir ein gewaltiges Potenzial heben können.

*«Viel von unserem Wohlstand hat zu tun mit einer Super-Mobilität.»*

### Soll unser Verhalten übers Portemonnaie gesteuert werden?

Mobilität darf auch nicht zu viel kosten. Wenn es zu teuer wird, um mit der Bahn nach Zürich zu fahren, dann wäre die Zahl der Arbeitsplätze, die jemandem in St.Gallen offenstehen, schlagartig eingeschränkt. Mobilität muss im Sinne der Teilhabe an der Gesellschaft für jeden erschwinglich sein. Da geht es um Zugang zum Bildungssystem, um Lebenschancen – da ist Mobilität sehr entscheidend.

### Als Institut organisieren Sie auch einen Kongress in Berlin, den Smart Mobility Summit. Wie wird denn Mobilität smart?

Beispielsweise durch die Verknüpfung der Verkehrsträger. Es gibt Strecken, da sind andere Verkehrsträger besser, effizienter, schneller als ein Auto. Wir müssen die Verkehrsträger noch besser miteinander verzahnen. Es ist oft schwierig, von einem

Verkehrsträger auf einen anderen zu wechseln – es bereitet Mühe und schafft Unsicherheit, darum machen es viele nicht. Da besteht Handlungsbedarf.

### Und wer genau hat Handlungsbedarf – die Gesellschaft, der Staat, die Industrie?

Ganz oben ist es wohl der Staat. Er ist verantwortlich für den Umgang mit unserer Umwelt, mit unseren Lebensgrundlagen, die durch die Mobilität massiv beeinträchtigt werden. Mobilität führt zu einem grossen Flächenverbrauch – wir betonieren einen Drittel einer Stadt mit Verkehrsflächen zu. Wir generieren enorme Emissionsmengen – allein vor diesem Hintergrund meine ich, dass wir anders über Mobilität nachdenken müssen.

### «Wir müssen nachdenken» heisst: Es gibt noch keine Patentlösung.

Über all die Jahre habe ich gelernt, dass es diese eine Lösung nicht gibt. Mobilität hat ja auch viel mit Kultur zu tun. In den USA fahren morgens vor dem Kindergarten 150 SUV vor – aus jedem steigt ein Kind aus. In anderen Ländern haben wir eine nicht-inklusive Mobilität – viele Menschen haben keinen Zugang zu Mobilität, so wie sie heutzutage organisiert ist.

### In der Schweiz wurde gerade ein punktueller Autobahn-Ausbau abgelehnt, während deutlich höhere Kosten für den Bahnausbau unbestritten blieben. Gesamtheitlich betrachtete Mobilitätslösungen scheinen es schwer zu haben.

Wir haben – nicht nur in der Schweiz – ein grundsätzliches Problem, wenn es um die Mobilität geht: Wir haben zwei Lager. Ein ÖV-Lager, das sich an politischen Parteien festmachen lässt, und ein Auto-Lager – auch da hängen bestimmte politische Parteien dran. Darum gibt es immer ein Spiel «Bahn gegen Auto, Auto gegen Bahn». Doch die Lösung muss heissen: Bahn und Auto.

### Immerhin hatte das vermeintliche Autolager nicht gegen den Bahnausbau opponiert.

Es gibt bestimmte Verkehrssituationen, da ist die Bahn viel besser. Wenn man von Zürich nach Bern fahren will, ist die Bahn die beste Wahl – ohne Halt von City zu City, das kann man mit dem Auto nicht schlagen. Wenn ich aber vom Appenzellerland irgendwo hin will, ist es meistens sehr viel effizienter, das Auto zu nehmen – der ÖV kann nichts Vergleichbares leisten. Also müssen wir auf den Hauptachsen die Bahn ausbauen – daneben gibt es aber Bereiche, wo man fürs Auto ausbauen müsste.

### Nach dem Nein drohen der Stadt St.Gallen für ein Jahrzehnt oder mehr 40'000 zusätzliche Autos im Zentrum, während jeweils eine Röhre des Rosenberg隧nells saniert wird.

Das St.Galler Projekt im abgelehnten Ausbauprojekt hatte ich als sinnvoll erachtet. Wenn bestimmte Situationen massive Staus provozieren – die alles andere als ökologisch sind, Menschen behindern und durch Ausweichverkehr die Quartiere belasten –, dann muss man etwas tun. Die ideologische Lagerbildung ist bei der Beurteilung solcher Probleme nicht zielführend.

**Text:** Philipp Landmark

**Bilder:** Leo Boesinger, Freepik



## Arboner Zulieferer baut 130 Stellen ab

Die angespannte Situation in der MEM-Branche und speziell bei Autozulieferern wurde einer breiteren Öffentlichkeit Mitte März schlagartig bewusst, als das Arboner Unternehmen Mubea Präzisionsstahlrohr AG eine Massenentlassung ankündigte.



130 von 280 Stellen sollen im Verlauf des Jahres bei Mubea in Arbon wegfallen, erste Kündigungen wurden bereits ausgesprochen. Das Unternehmen verwies in einer Medienmitteilung auf die «drastischen Einbrüche bei Neuwagenverkäufen» und auf eine «historisch tiefe Auslastung».

Schnelle Besserung erwartet das Unternehmen nicht, es ist im Gegenteil von «negativen Aussichten» die Rede. Ob das Werk in Arbon mittelfristig erhalten werden kann, lassen die

Mubea-Verantwortlichen in der Medienmitteilung deshalb ausdrücklich offen: «Wenn sich die Situation in absehbarer Zeit nicht grundlegend verbessern sollte, dürfte es schwierig werden, die Produktion am Standort aufrechtzuerhalten.»

Das weltweit tätige deutsche Traditionsunternehmen Mubea ist in der Schweiz mit der Mubea Präzisionsstahlrohr AG in Arbon präsent, am ehemaligen Standort in Oberriet, der von Jansen übernommen wurde, gibt es kaum noch Aktivitäten. Zuletzt waren in Arbon 280 Personen tätig, auf der Firmenwebseite ist noch vermerkt, dass diese Tochterfirma in Arbon mit 300 Mitarbeitern 100 Millionen Euro Umsatz erziele. Wenn das Werk in Arbon ganz geschlossen würde, verlöre die Schweiz damit den letzten Hersteller von Präzisionsstahlrohren.

Die Stahlrohre, die unter anderem in Arbon gefertigt werden, ermöglichen den Automobilherstellern eine Leichtbauweise, also eine Gewichtsreduktion. Rohre aus hochfesten Werkstoffen werden beispielsweise für Antriebswellen und Kardanwellen, für Nockenwellen, Steuerungen oder Stabilisatoren verwendet.

**Text:** Philipp Landmark  
**Bilder:** zVg

# Ein Drittel der MEM-Betriebe hat Kurzarbeit eingeführt

Die Krise der Automobilzulieferer steht sinnbildlich für die wirtschaftlichen Herausforderungen der gesamten Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie. Trotzdem sieht Swissmechanic, der Verband der KMU in der MEM-Branche, auch Anlass zur Zuversicht.

Der Verband Swissmechanic mit Hauptsitz in Weinfelden hat schon im Herbst 2024 gemeldet, dass Umsatzeinbrüche und sinkende Margen bei gut einem Drittel der Betriebe zu einem Personalabbau geführt haben. Nun zeigt eine aktuelle Umfrage des Verbands, der schweizweit über 1300 KMU Betriebe der Metall-, Elektro- und Maschinenindustrie (MEM) mit 65'000 Beschäftigten vertritt, dass fast ein Drittel der Betriebe Kurzarbeit eingeführt hat.

Die Einführung von Kurzarbeit betreffe mehrere Sektoren innerhalb der MEM-Branche, sagt der Präsident von Swissmechanic, Nicola R. Tettamanti. Es gebe aber einige Bereiche, die stärker betroffen seien als andere: «Besonders herausgefordert sind Unternehmen, die auf die Automobilzulieferindustrie angewiesen sind – aufgrund der derzeitigen Marktschwankungen und der allgemein angespannten wirtschaftlichen Lage.» Darüber hinaus sieht Swissmechanic auch in anderen Bereichen wie Maschinenbau, Werkzeugbau oder Elektrotechnik Auswirkungen durch die Unsicherheiten in den globalen Lieferketten und durch schwankende Nachfrage.

*«Wir sehen auch viele positive Beispiele von Unternehmen.»*

## Globale Unsicherheiten

Die Auswirkungen seien nicht auf einen einzelnen Sektor begrenzt, sagt Tettamanti: «Die Krise betrifft insgesamt einen breiten Teil der MEM-Branche. Die Stärke der Auswirkungen hängt von der jeweiligen Spezialisierung und der Marktabhängigkeit der Unternehmen ab.» Die Krise der Automobilzulieferer spiele jedoch eine Rolle bei den aktuellen Herausforderungen für viele Unternehmen innerhalb der MEM-Branche.

Die Automobilindustrie steht aufgrund von Lieferkettenproblemen, Veränderungen in der Nachfrage und der Transformation hin zu Elektrofahrzeugen unter Druck. «Diese Veränderungen wirken sich auf Zulieferer aus, die oft mit unvorhersehbaren Aufträgen und schwankenden Produktionsvolumina konfrontiert sind», sagt Nicola Tettamanti. «Gleichzeitig betrifft die momentane Wirtschaftslage jedoch auch viele andere Sektoren innerhalb der MEM-Branche. Unternehmen, die in Bereichen wie Maschinenbau, Elektrotechnik oder der Fertigung von Präzisionswerkzeugen tätig sind, spüren ebenfalls die Folgen von globalen Unsicherheiten, teureren Rohstoffen und steigenden Energiepreisen.»

## Licht und Schatten in der Ostschweiz

In den Ostschweizer Kantonen St.Gallen, Thurgau, Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden beobachtet der Swissmechanic-Präsident eine «sehr gemischte Situation»: Einige Unternehmen hätten relativ gut durch die schwierigen Zeiten navigiert, «vor allem solche, die eine diversifizierte Kundenbasis haben oder in innovativen Bereichen wie Medtech oder Maschinenbau tätig sind».

*«Besonders herausgefordert sind Unternehmen, die auf die Automobilzulieferindustrie angewiesen sind.»*

Allerdings gebe es auch in der Ostschweiz eine Reihe von Betrieben, die mit signifikanten Herausforderungen konfrontiert seien – sei es durch schwankende Auftragslagen oder durch die angespannten globalen Lieferketten. «Auch bei uns haben einige Unternehmen Kurzarbeit eingeführt, um sich an die aktuelle Marktlage anzupassen und die Arbeitsplätze ihrer Mitarbeiter zu sichern», sagt Nicola Tettamanti.

Die aktuelle Situation sei eine Mischung aus Schwierigkeiten und Chancen. Der Verband Swissmechanic unterstütze seine Mitglieder bestmöglich, um durch diese schwierige Phase zu kommen. Eine Phase, in der es durchaus auch Anlass für Zuversicht gibt, wie Tettamanti darlegt: «Wir sehen auch viele positive Beispiele von Unternehmen, die trotz der Schwierigkeiten weiterhin investieren und sich durch Innovationen und neue Geschäftsmodelle im Wettbewerb behaupten.»

Nicola R. Tettamanti ist Präsident des Verbands Swissmechanic mit Sitz in Weinfelden.



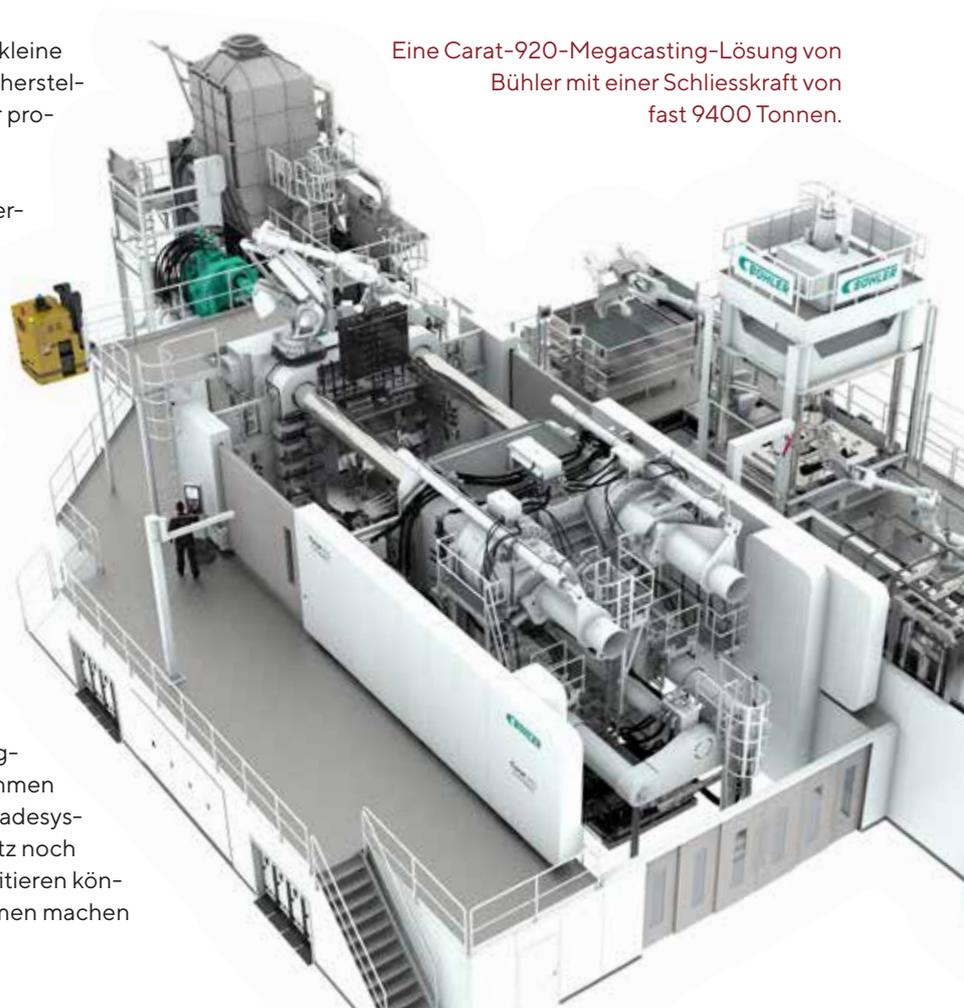
**Text:** Philipp Landmark  
**Bild:** zVg

# Kleine und grosse Zulieferer der Automotive-Branche

Viele Unternehmen in der Ostschweiz sind Autozulieferer – einige Firmen haben sich fast vollständig auf die Automotive-Branche spezialisiert, bei anderen ist es ein Standbein neben anderen.

In der Ostschweiz gibt es zahlreiche grosse und kleine Unternehmen, die Komponenten für Automobilhersteller oder Ausrüstungen für andere Autozulieferer produzieren. Bei grossen Firmen wie Bühler oder Huber+Suhner macht der Automotive-Bereich jeweils nur einen Teil des Portfolios aus – nicht verwunderlich ist es da und dort jener Teil, der das Jahresergebnis 2024 etwas trübte.

Bei der Bühler Group sind verschiedene Automotive-Aktivitäten der Sparte Advanced Materials zugeordnet, die einen Umsatzrückgang von 8,5 Prozent verzeichnete. Wie das Unternehmen mitteilte, resultierte der Rückgang «vor allem aus einer normalisierten Investitionstätigkeit nach einem postpandemischen Aufschwung, verbunden mit den erheblichen Unsicherheiten auf den globalen Automobilmärkten.» Ähnlich klingt es bei Huber+Suhner: Im Segment Transport sank der Nettoumsatz um 7,6 Prozent. Das grössere Teilsegment Bahnen entwickelte sich letztes Jahr allerdings positiv; der Rückgang war «durch die Entwicklung im Teilsegment Automotive begründet», wie das Unternehmen mitteilt. Insbesondere das Geschäft mit Schnellladesystemen für die Elektromobilität habe beim Umsatz noch nicht von der sich erholenden Auftragslage profitieren können. Auch das Geschäft mit Fahrassistenzsystemen machen langsamer als erwartet Fortschritte.



Eine Carat-920-Megacasting-Lösung von Bühler mit einer Schliesskraft von fast 9400 Tonnen.



Die Bühler Group mit Sitz in Uzwil ist auch Automobilzulieferer.

Das Herisauer Unternehmen hat es sich nach eigenem Bekunden zum Ziel gesetzt, die Entwicklung des Automobilsektors «durch unsere Spitzenkompetenz in der Hochgeschwindigkeits-Datenübertragung und unsere grosse Erfahrung in der automobilen Stromverteilung voranzutreiben.»

### Trend zu Megacasting

Die Bühler Group ist bekannter für ihre Aktivitäten für die Nahrungsmittelindustrie, täglich essen zwei Milliarden Menschen Produkte, die aus einer Bühler-Maschine kamen. Aber immerhin eine Milliarde Menschen nutzt täglich ein Fahrzeug, das irgendwo Bühler-Technologie enthält. Manchmal auch dort, wo man es nicht erwartet: Die immer grösser werdenden Glasflächen bei Autos sind inzwischen Hightech-Produkte, die optische und funktionelle Dünnschichtbeschichtungen enthalten. Mit Leybold Optics findet sich ein führender Anbieter von Vakuumtechnologie für solche Dünnschichtbeschichtungen unter dem Dach von Bühler.

Der Uzwilser Technologiekonzern entwickelt zudem effiziente Methoden für die Herstellung von Lithium-Ionen-Batterien, Bühler ist auch eine Partnerschaft mit dem chinesischen Batteriehersteller Lishen eingegangen. Vor wenigen Tagen hat Bühler einen Grossauftrag zur Lieferung von Anlagen für die Produktion von Lithium-Eisenphosphat-Batterien in einem Werk bei Neapel erhalten.

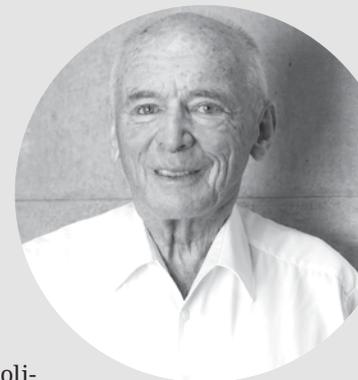
Im traditionellen Autobau bestehen die Chassis aus vielen einzelnen Teilen, die aufwendig miteinander verbunden werden müssen. Um effizienter zu werden, geht der Trend seit einigen Jahren klar in Richtung sehr viel grösserer, dafür radikal weniger Einzelteile. Allerdings muss man diese komplexen grösseren Teile auch erst einmal herstellen können. Bühler bietet für Schlüssel-Lieferanten und auch für die Automobilhersteller selbst immer grössere Druckgiessmaschinen an, weshalb sich unterdessen der Begriff Megacasting für diese Technologie etabliert hat.



Aus Herisau beliefert Huber+Suhner auch die Automobilindustrie.

## Neutralität mit Rückgrat

**Das Festhalten an einer Neutralität mit möglichst wenig relativierenden Adjektiven hat durchaus eine konservative und allenfalls auch rückwärtsgewandte Komponente. Allerdings nicht nur.**



Eine sorgfältige und längerfristig angelegte Analyse weltpolitischer und geostrategischer Entwicklungen und möglicher Blockbildungen ergibt ein differenziertes Bild: Bewaffnete Neutralität mit offenen Optionen der Kooperation im Falle eines Angriffs hat Zukunft – und ist alles andere als ein «Auslaufmodell».

Es werden künftig weltweit nicht stets die «guten», freiheitsliebenden Nationen vereint den «bösen» totalitären Kollektivisten gegenüberstehen, sondern neue Blöcke, die unterschiedliche, auch rohstoffbedingte und rein merkantilistische nationale Interessen vertreten und Ambitionen auf eine Weltherrschaft oder mindestens auf eine kontinentale Dominanz verfolgen.

Angesichts solcher Perspektiven ist eine konsequente und gegen innen und aussen verlässlich festgehaltene Neutralität alles andere als ein Rückzug ins konservative «Schneckenhaus». Sie ist eine bewährte, sehr weise und langfristig taugliche Option kleinerer, mittlerer und auch grosser Nationalstaaten, die möglichst eigenständig überleben wollen, indem sie sich weigern, sich als sicherheitspolitische Kolonie an ein grosses Bündnis anzulehnen.

Die auf Neutralität basierende universelle Offenheit ist nicht nur in der Aussenhandelspolitik, sondern auch in der Sicherheitspolitik eine freiheitliche, zukunftssträchtige Option.

Robert Nef,  
Publizist, St.Gallen



Die DGS Druckguss Systeme AG mit Sitz in St.Gallen ist als ehemalige Versuchsgiesserei aus der Bühler Group herausgewachsen und ist heute ein eigenständiges internationales Unternehmen. Die Produkte der DGS gehen heute zum überwiegenden Teil an die Autoindustrie.



Ein Langstreckenradarsensor von Huber+Suhner, der in Kombination mit weiteren Technologien hochautomatisiertes Fahren ermöglicht.

**Tücken der Leichtbauweise**

Autozulieferer trifft man auch dort, wo man es nicht auf den ersten Blick vermutet. Die als Bauausrüster bekannte Sika Group beispielsweise hat in Romanshorn und Arbon Niederlassungen der Sika Automotive AG. Das Unternehmen bietet Klebe-, Dämpfungs-, Dichtungs- und Verstärkungslösungen für die Branche an. Bei der Entwicklung neuer Elektrofahrzeuge ist die Gewichtsreduzierung ein grosses Thema. Sika bietet dazu Akustiklösungen an, um Geräuschprobleme, die bei der Leichtbauweise entstehen können, zu vermeiden.

Die APM Technica AG aus Heerbrugg bietet Dienstleistungen in Materialwissenschaften an und hat sich mit Klebe- und Oberflächentechnologien einen Namen gemacht. Neben vielen anderen Branchen nutzt auch die Automobilindustrie gerne diese Kompetenzen.

**Gefragte Metallbearbeiter**

Das Familienunternehmen Baumann Federn AG mit Sitz in Ermenswil stellt mit weltweit 1400 Mitarbeitern Federn,

Stanz- und Biegeteile her, die einerseits an Kunden im Bereich Automotive, andererseits auch an die Medtech-Branche gehen.

Die Kellenberger Switzerland AG in Goldach beliefert mit unterschiedlichsten Schleifmaschinen für den Werkzeug- und Formenbau wie auch die präzise Bearbeitung von Werkstücken unter anderem die Automobilindustrie.

Als Spezialist für hochkomplexe Metallformteile ist auch die Oskar Rüegg AG in Jona Lieferant der Automotive-Branche. Gestanztes Metall wird beispielsweise zu Wärmeschutzblechen oder Kühlkörpern geformt. 2023 wurde die Oskar Rüegg Holding AG vom deutschen Unternehmen Wöhrle übernommen.

**Text:** Philipp Landmark  
**Bilder:** zVg

Anzeige

# 20 Jahre Mut zur Zukunft

Mittwoch, 25. Juni 2025  
um 13.30 Uhr  
Spoerry-Halle, Vaduz

**Jetzt anmelden!**  
[www.undernehmertag.li](http://www.undernehmertag.li)

S.D. Erbprinz Alois von und zu Liechtenstein

Yvonne Bettkober

Patrick Vith

Fabian Frick

Karl Müller jun.

Karl Müller sen.

**TRÄGER**

REGIERUNG  
DES FÜRSTENTUMS LIECHTENSTEIN

**HAUPTPARTNER**

EY Building a better working world | VP BANK | ZURICH

**MEDIENPARTNER**

LEADER | Wirtschaft regional

## Die linke Seite



## «Bruchts nöd»

**Eines ist klar: Eine derartige Ausdehnung der Ladenöffnungszeiten im Kanton St.Gallen brauchen wir nicht. Sie entspricht weder den Bedürfnissen der Kundschaft noch dem Detailhandel und schon gar nicht dem Verkaufspersonal.**

Der Kantonsrat hat eine völlig überrassene, ultraliberale Ausweitung der Ladenöffnungszeiten beschlossen, ohne jegliche Schutzmassnahmen für diejenigen, die bis spät abends und das auch am Samstag in den Läden stehen müssen. Aufgehen kann es auch wirtschaftlich nicht: Die Leute haben auch bei längeren Öffnungszeiten nicht mehr Geld zum Ausgeben. Darum lehnt auch der Gewerbeverband diese Vorlage ab. Viele Menschen, selbst mittelständische Familien, müssen jeden Franken umdrehen und sind mit hohen Mieten und stetig steigenden Krankenkassenprämien schon stark belastet.

Der Kantonsrat hat das Fuder massiv überladen und möchte die Ladenöffnungszeiten schon fast ganz aufheben. Montag bis Samstag sollen die Geschäfte von 5 bis 22 Uhr geöffnet sein können. Das hat massive Konsequenzen für die Angestellten. Sie sollen längere Mittagspause machen, um am Abend dann bis spät, womöglich allein im Laden zu arbeiten. Die überlange Mittagspause nützt ihnen gar nichts, vor allem dann nicht, wenn der Weg nach Hause und zurück viel Zeit in Anspruch nimmt. Am Abend kommen sie erst nach 22 Uhr aus dem Laden, um dann weniger als sieben Stunden später schon wieder auf der Matte stehen zu müssen.

Die jetzt schon anstrengenden Arbeitsbedingungen werden noch härter und das Wochenende mit der Familie verkürzt sich wegen der Samstagabend-Schichten noch zusätzlich. Betroffen von den überlangen Öffnungszeiten ist nicht nur das Personal im Verkauf und seine Angehörigen. Auch das Reinigungspersonal und Zulieferer müssen am frühen Morgen anfangen und/oder bis spät in der Nacht arbeiten.

Am 18. Mai stimmen wir zum vierten Mal über die Ladenöffnungszeiten ab. Bereits dreimal hat das Volk eine Ausdehnung klar abgelehnt und soll das auch jetzt tun. Denn diese überrassene Liberalisierung «bruchts nöd».

Barbara Gysi, Nationalrätin SG (SP)

## Die rechte Seite



## Fragwürdige Doppelmoral

**Im Kanton St.Gallen stimmen wir wieder einmal über die Ladenöffnungszeiten ab. Geht es nach der Mehrheit des Kantonsparlaments, dann können künftig die Ladenlokale von Montag bis Samstag bis 22 Uhr offenbleiben.**

Ziel dieser Reform ist es, dem St.Galler Detailhandel vergleichbar lange Spiesse zu geben wie den Mitbewerbern in den Nachbarkantonen und im benachbarten Ausland. In den Kantonen Zürich, den beiden Appenzell, Glarus und Graubünden beispielsweise gibt es keine Vorschriften zu Ladenöffnungszeiten. Die Ratslinke hat das Ratsreferendum ergriffen. Begründet wurde dieses wie gewohnt mit den Interessen des Verkaufspersonals. Eine mehr als fragwürdige Doppelmoral, denn bereits heute gelten im Kanton St.Gallen für ausgesuchte Detailhändler längere Öffnungszeiten. Vorausgesetzt, sie sind Mieter der SBB und betreiben ihr Geschäft innerhalb eines Bahnhofs. Und dies nicht etwa mit dem Segen irgendwelcher Turbokapitalisten. Vielmehr ist es die öffentliche Hand, die sich in eigener Sache über lokale Ladenöffnungszeiten hinwegsetzt. Ich kann mich auch nicht erinnern, dass Barbara Gysi in ihrer Zeit als Präsidentin des Gewerkschaftsbundes des Kantons St.Gallen jemals eine Demonstration gegen die überlangen Öffnungszeiten der Ladengeschäfte im Bahnhof organisiert hat. Wenn zwei im Einzelhandel das Gleiche tun, dann ist es halt aus linker Sicht noch lange nicht dasselbe.

Angesprochen ist damit eine Problematik, die weit über die Frage der Ladenöffnungszeiten hinausgeht: Die SBB gehört mit 3500 Gebäuden und 3800 Grundstücken zu den drei grössten Immobilienunternehmen der Schweiz. Der Flughafen Kloten ist nicht nur Verkehrsinfrastruktur, sondern seit Eröffnung von «The Circle» im Jahre 2020 auch das grösste Einkaufszentrum der Schweiz.

Die SBB funktioniert wie der gesamte Service Public als Staat im Staat. Mit eigenen Gesetzen und in direkter Konkurrenz zur privaten Wirtschaft. In diesem unfairen Wettbewerb liegt der Hund begraben. So auch in der Frage der Ladenöffnungszeiten. Daher stimme ich der Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten zu!

Michael Götte, Nationalrat SG (SVP)



# Unsicherheit als Normalzustand

In einer Zeit zunehmender geopolitischer Verwerfungen wird die Frage nach der Zinsentwicklung für Unternehmen, Investoren und Private immer relevanter. Der LEADER hat sich mit drei Koryphäen aus dem Ostschweizer Bankwesen unterhalten: Fredy Hasenmaile von Raiffeisen Schweiz, Walter Ernst von Hypo Vorarlberg St.Gallen und René Zwicky von LLB Schweiz. Die Experten teilen die Überzeugung, dass nur fundierte Analysen, Diversifikation und Besonnenheit durch diese strube Zeit führen.

Die Zinssenkung der Nationalbank im März 2025 war ein Signal – aber kein Schock. «Die SNB-Zinssenkungen haben die Zinsen am kurzen Ende der Zinskurve gesenkt und damit zu einer Versteilung beigetragen», sagt Fredy Hasenmaile. Sollte der Franken weiter erstarren, die Inflation tiefer ausfallen als erwartet oder sich die Konjunktur merklich abkühlen, rechnet er mit weiteren Senkungen – möglicherweise bis nahe null. Auch René Zwicky zeigt sich wenig überrascht vom Entscheid: «Der Leitzins liegt inzwischen bei 0,25 Prozent. Das macht Saron-Hypotheken günstiger, ist aber für Sparer natürlich unvorteilhaft.»

Entscheidend werde sein, wie sich die Inflation entwickelt. Sollte sie weiter sinken, seien zusätzliche Schritte der SNB zu erwarten. Für Walter Ernst von der Hypo Vorarlberg ist es zwar aus Unternehmenssicht positiv, dass die Senkung um 25 Basispunkte Investitionen begünstigt; er warnt aber gleichzeitig vor möglichen Übertreibungen am Immobilienmarkt. «Für Unternehmer und Bauinvestoren bedeutet das weiterhin Zugang zu ›billigem‹ Geld.»

*«Für Unternehmer und Bauinvestoren bedeutet das weiterhin Zugang zu ›billigem‹ Geld.»*

#### **Lieber Saron- als Festhypothek?**

Auch bei der Frage, ob aktuell eher Saron- oder Festhypotheken zu bevorzugen sind, herrscht weitgehende Einigkeit – allerdings mit Nuancen: Zwicky sieht klare Vorteile beim Saron-Modell: «In den kommenden zwölf Monaten sind steigende Leitzinsen kaum zu erwarten. Das spricht für Saron-Hypotheken.» Und Hasenmaile rät zur Vorsicht bei Festhypotheken: «Angesichts der Unsicherheit und der neuen US-Zollpolitik rechnen wir mit leicht sinkenden Kapitalmarktzinsen. Wer kann, sollte den Abschluss einer Festhypothek noch etwas aufschieben.» Ernst empfiehlt eine auf die individuelle Ausgangslage abgestimmte Aufteilung: «Wer über hohe Überschüsse verfügt, sollte eine grössere Saron-Tranche halten. Für den fixierten Teil warten wir gemeinsam Tiefpunkte ab – die Swapsätze schwanken derzeit stark.»

Die geopolitische Grosswetterlage sorgt für Nervosität an den Märkten. Insbesondere die steigenden Rüstungsausgaben werfen Fragen auf. Fredy Hasenmaile sieht darin durchaus zinssteigernde Effekte: «Höhere Staatsausgaben in Europa führen zu erhöhter Kapitalnachfrage und damit

tendenziell zu steigenden Zinsen – auch wenn der Effekt in der Schweiz durch die globale Verflechtung abgeschwächt ist.» René Zwicky sieht es ähnlich: «Solange Rüstungsausgaben in die USA fliessen, bleibt der Einfluss auf Europa gering. Relevanter ist der deutsche Infrastrukturfonds – der könnte die Konjunktur in Deutschland stützen, was auch Schweizer Unternehmen hilft.» Walter Ernst sieht primär die wirtschaftspolitische Unsicherheit als problematisch. «Emotional berührt uns das Thema alle, ökonomisch ist der Effekt relativ klein. Viel relevanter sind die US-Zollpolitik und die Haltung der Fed.»

*«Länger laufende Festzinsverträge sind für KMU mit kleinem Spielraum sinnvoll.»*

#### **Die Mischung macht's**

Ein Handelskonflikt zwischen den USA und China oder der EU wäre laut Zwicky inflationär – «gleichzeitig könnte sich die Wirtschaft abschwächen. Derzeit sind die Auswirkungen schwer abschätzbar». Hasenmaile spricht gar von einer erratischen US-Politik, die Investitionen hemme und letztlich die Kapitalnachfrage schwäche – was wiederum auf die Zinsen drücke. Ernst stellt die entscheidende Frage: «Wie stark lässt sich die Fed künftig politisch beeinflussen?» Denn davon hänge ab, ob Inflation gezielt bekämpft oder zugelassen werde.

Für Unternehmen bedeutet das: Unsicherheit bleibt der Normalzustand. Ernst rät deshalb zu einer strukturierten Liquiditätsplanung: «Welche Mittel sind unverzichtbar? Diese sollten langfristig fixiert werden. Alles darüber hinaus kann flexibler gestaltet werden – aber mit Liquiditätsreserve.» Zwicky betont, dass die Schweiz trotz allem ein stabiler Markt sei: «Unsere Kurven sind stabiler als im Ausland – Zinsvolatilität ist hier kein zentrales Problem.» Und Hasenmaile ruft zu mehr strategischer Breite auf: «Diversifikation ist entscheidend. Unternehmen sollten ihre Finanzierungsquellen streuen und ihre Strategien auf mehrere Szenarien ausrichten.»

#### **Reserven nicht vergessen**

Kleine und mittlere Unternehmen – das Rückgrat der Schweizer Wirtschaft – sind besonders gefordert. Fredy Hasenmaile empfiehlt ihnen eine bewusste Laufzeitenstrategie: «Länger



René Zwicky, CEO LLB Schweiz, Uznach.

Fredy Hasenmaile, Chefökonom,  
Raiffeisen Schweiz.Walter Ernst, Niederlassungsleiter  
Hypo Vorarlberg, St.Gallen.

laufende Festzinsverträge sind für KMU mit kleinem Spielraum sinnvoll. Dazu eine Staffelung der Laufzeiten und gegebenenfalls Absicherungen über Zinsswaps.» Auch René Zwicky sieht Festkredite als sinnvolle Lösung, «abgestimmt auf die individuellen Ausgangslagen und Bedürfnisse». Und Walter Ernst weist mit Recht auf die Bedeutung von Reserven hin – nicht nur als Festgeld, sondern auch in Form von Aktien oder Gold. «Diversifikation, wie sie die SNB selbst vormacht, kann auch für KMU sinnvoll sein.»

Zum Schluss werfen alle drei Experten einen Blick in die Zukunft – wohl wissend, dass Prognosen immer mit Unsicherheiten behaftet sind. Zwicky geht davon aus, dass die Zinsen auf längere Sicht wieder leicht steigen werden, «hauptsächlich wegen der steigenden Staatsausgaben in Europa. Das wird sich auch auf die Schweiz auswirken». Hasenmaile sieht die Schweiz in einer komfortableren Position: «Die Inflation ist unter Kontrolle, das Vertrauen in die Nationalbank gross. Wir gehen davon aus, dass das aktuell tiefe Zinsniveau länger bestehen bleibt.» Ernst mahnt zu Realismus: «Zinsveränderungen kommen oft schnell und überraschend. Unternehmen sollten auch das Unwahrscheinliche mitdenken – aktuell sehen wir aber keine grossen Anstiege.»

**«In den kommenden zwölf Monaten sind steigende Leitzinsen kaum zu erwarten.»**

#### **Nicht nur Kreditgeber, sondern Sparringspartner**

Neben dem Fachlichen zeigt sich im Gespräch mit den drei Bankexperten auch ein gemeinsames Bewusstsein für Verantwortung – nicht nur gegenüber Kunden, sondern auch gegenüber dem Standort Schweiz. «Unsere Aufgabe ist es, Orientierung zu geben – nicht mit Patentrezepten, sondern

mit nachvollziehbaren Empfehlungen», sagt Fredy Hasenmaile. «Es geht darum, Kunden die nötige Sicherheit zu geben, um auch in unübersichtlichen Zeiten ruhig und planvoll handeln zu können», sieht das René Zwicky ähnlich. Und Walter Ernst schliesst: «Banken sind nicht nur Kreditgeber, sondern Sparringspartner. Wir müssen zuhören, mitdenken und manchmal auch unbequeme Fragen stellen.»

**«Diversifikation ist entscheidend.»**

Eine Lehre aus den letzten Jahren ist, dass ökonomische Entwicklungen kaum mehr losgelöst von gesellschaftlichen und politischen Spannungen betrachtet werden können. «Was früher als klassische Konjunkturphase betrachtet wurde, ist heute von multiplen Einflussfaktoren durchdrungen – von Lieferketten bis geopolitische Blockbildungen», sagt Hasenmaile. Zwicky ergänzt: «Umso wichtiger wird eine klare, langfristige Strategie – auch wenn man diese laufend anpassen muss.» Dem pflichtet Ernst bei: «Wir dürfen nicht nur reagieren, sondern müssen vorausdenken. Wer das beherzigt, wird auch in stürmischen Zeiten Kurs halten.»

Wer sich also heute solide aufstellt, kann auch in einem unsicheren Zinsumfeld mit Stabilität und Weitblick punkten. Die Aussagen von Hasenmaile, Ernst und Zwicky zeigen, dass differenzierte Strategien gefragt sind – und Zukunftsorientierung mehr bedeutet als kurzfristige Zinsspekulation. Es geht um Substanz, Planung und Vertrauen – drei Begriffe, die in einem veränderten wirtschaftlichen Umfeld mehr zählen denn je.

**Text:** Stephan Ziegler  
**Bilder:** Pixabay, zVg

# Hypotheken im Jahr 2025: Wer jetzt clever vergleicht, spart ein kleines Vermögen

Der Traum vom Eigenheim lebt – doch wer ihn 2025 verwirklichen will, steht vor neuen Herausforderungen. Zwar sinken die Zinsen wieder, doch das Umfeld bleibt unsicher. Wer jetzt eine Hypothek abschliessen will, sollte seine Optionen genau prüfen. Der richtige Vergleich spart schnell zehntausende Franken.

Die Zinssätze sind heute so individuell wie die Anbieter selbst. Ob Hausbank, Versicherung oder Pensionskasse – jedes Institut kalkuliert anders. Eigenkapital, Bonität und interne Strategien beeinflussen die Konditionen stark. Gleichzeitig sorgen strengere Vorgaben wie Basel III dafür, dass Banken Hypotheken selektiver vergeben. Die Zeiten standardisierter Angebote sind vorbei. Wer blind der Hausbank vertraut, verzichtet oft auf bessere Konditionen und zahlt am Ende drauf.

## **HYPOHAUS – Die beste Lösung für Hypothekenkunden**

Als unabhängige Hypothekenboutique aus St.Gallen verbindet HYPOHAUS persönliche Beratung mit fundierter Erfahrung aus dem Private Banking. Das Ziel: Lösungen, die wirklich zum Leben der Kundinnen und Kunden passen.

HYPOHAUS greift auf ein Netzwerk von über 70 Kreditgebern zurück. Für jede Situation wird die passende Finanzierung gefunden – ob für den Eigenheimkauf oder eine Refinanzierung. Der gesamte Prozess wird persönlich begleitet: von der Erstberatung über den Zinsvergleich bis zur Vertragsverhandlung. So sparen Kundinnen und Kunden nicht nur Zeit, sondern profitieren auch von besseren Konditionen.

## **Fazit**

Wer heute finanziert, sollte nichts dem Zufall überlassen. HYPOHAUS sorgt dafür, dass der Weg zur Traumimmobilie nicht nur möglich – sondern auch bezahlbar bleibt.

 **HYPOHAUS**

Hauptsitz

### **HYPOHAUS AG**

Webergasse 5  
9000 St.Gallen  
+41 71 228 20 80

[www.hypohaus.ch](http://www.hypohaus.ch)  
[kontakt@hypohaus.ch](mailto:kontakt@hypohaus.ch)



Fabio Isler und Claudio Näf

# Innovationen umsetzen: Erfahrungen aus der Praxis für KMU

Die strategischen Herausforderungen für KMU im aktuellen Marktumfeld sind enorm: internationale Konkurrenz, ungünstige Währungsentwicklungen, disruptive Technologien und Fachkräftemangel sind nur einige davon. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, sind Unternehmen stärker denn je gefordert, Innovationen systematisch zu entwickeln – ohne dabei das laufende Geschäft zu vernachlässigen. Ein Balanceakt.

Neue Technologien, datenbasierte Services und innovative Geschäftsmodelle verändern nicht nur Produkte und Dienstleistungen, sondern auch die Art, wie Geschäfte gemacht werden. Laut der «KMU-Tag-Studie 2024» löst diese rasante Entwicklung, verbunden mit dem Fachkräftemangel, bei fast 50 % der KMU-Führungskräfte ein Gefühl der Machtlosigkeit aus. Einerseits ist klar, Innovation ist unverzichtbar, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Andererseits fehlen in vielen Unternehmen die Ressourcen und die erforderlichen Kompetenzen, um Innovationsvorhaben parallel zum Tagesgeschäft voranzutreiben. Auch wenn die Anforderungen an Innovationen stets im Wandel sind, bleibt eine strukturierte und konsequente Vorgehensweise aus unserer Sicht der Schlüssel zum Erfolg:

## 1. Strategische Voraussetzung schaffen

Eine tragfähige Innovationsstrategie, abgeleitet aus der Unternehmensstrategie, definiert konkrete Ziele, Handlungsfelder und Prioritäten. Sie schafft Orientierung und bildet die Grundlage für gezieltes, koordiniertes Handeln.

## 2. Die richtigen Vorhaben evaluieren

Erfolgreiche Innovation beginnt mit der strukturierten Identifikation und Ausarbeitung von Opportunitäten – beispielsweise aus Megatrends, Marktbeobachtung, Technologieradar, Kundenfeedback oder SWOT-Analyse. Ziel ist es, frühzeitig zu erkennen, welches strategische und kommerzielle Potenzial eine Opportunität mittelfristig bietet.

Die vielversprechendsten Opportunitäten werden anschliessend zu Business Cases weiterentwickelt, in denen möglichst präzise beschrieben wird, welche Lösung entwickelt werden soll und welche Wirkung damit im Markt erzielt werden kann. Zudem werden Machbarkeit, Ressourcenbedarf und Risiken beleuchtet sowie ein detaillierter Umsetzungsplan aufgezeigt. Der Business Case dient als Entscheidungsgrundlage für ein faktenbasiertes «Go/No-Go».

### Erfolgsfaktoren in der Evaluationsphase

- *Klare Verantwortlichkeiten* für die Beschaffung und Aufbereitung relevanter Informationen – es ist definiert, wer welche Inhalte in welcher Form beisteuert.
- *Einbindung von Kooperationspartnern* dort, wo kritische Kompetenzen fehlen.
- *Verbindliche Anforderungen* an die Ausarbeitung von Opportunitäten und Business Cases schaffen die Grundlage für fundierte Entscheidungen.
- *Geeignete, klar definierte Bewertungskriterien* (z. B. als Checkliste «Go/No-Go») unterstützen die gezielte Auswahl der erfolgversprechendsten Vorhaben.

Je besser die Informations- und Planungsqualität in dieser Phase, desto effizienter können die ausgewählten Projekte anschliessend umgesetzt werden.

### 3. Die richtigen Vorhaben effizient umsetzen

Auch wenn sich die meisten Unternehmen bei der Umsetzung von Innovationsprojekten auf gut strukturierte Entwicklungsprozesse und zunehmend auf den Einsatz agiler Projektmethoden verlassen, bleibt die Wirkung gemessen als Time-to-Money in der Praxis oft hinter den Erwartungen zurück, denn häufig sind folgende Phänomene zu beobachten:

- *Unrealistische Planungen, Zielvorgaben und Termine* erzeugen Hektik, Qualitätseinbussen und letztlich Frustration bei allen Beteiligten – und in der Folge unbefriedigende Resultate.
- *Schlüsselpersonen – oder auch Betriebsanlagen – sind überlastet und werden zum Engpass*, weil sie

Josef Rusch, Exec. MBA HSG und Rico Thüler, Dipl. Ing. ETH, von HSP Consulting beleuchten aus ihrer langjährigen Praxiserfahrung, wie KMU ihre Innovationskraft freisetzen können, um für die Zukunft gerüstet zu sein.



sowohl im Tagesgeschäft als auch in vielversprechenden Innovationsprojekten wichtige Rollen einnehmen.

- *Zu viele parallel laufende Projekte* behindern zügige Projektfortschritte und senken den Output des Innovationsprozesses spürbar.
- *Das Tagesgeschäft mit bestehenden Kunden und Produkten hat Vorrang*, wodurch auch wichtige Vorhaben an Aufmerksamkeit verlieren – oder ganz «versanden».

#### Erfolgsfaktoren in der Umsetzungsphase

- *Schlanke, agile Entwicklungsprozesse* mit klar definierten Ergebnissen an Entscheidungspunkten (Meilensteine/Gates) schaffen den strukturellen Rahmen.
- *Klare Rollen und Verantwortlichkeiten* im Projektteam ermöglichen eine zielgerichtete und effiziente Zusammenarbeit.
- *Kriterienbasierte Bewertung* (z. B. als Checkliste «Go/No-Go») bildet die Grundlage zur Beurteilung von Umsetzungsqualität und Projektfortschritt.
- *Projektspezifische Lenkungsausschüsse* – bei wichtigen Projekten die Geschäftsleitung – entscheiden über Fortführung oder Abbruch.
- *Konsequentes Monitoring* sorgt für Transparenz bei der Umsetzung der Massnahmen und Einhaltung von Terminen und unterstützt zudem die mittelfristige Geschäftsplanung.
- *Relevante KPIs* machen Innovationswirkung messbar, den ursprünglich errechneten Business Case überprüfbar und liefern die Basis für weitere Optimierungen.

#### Der Balanceakt zwischen Innovationskraft und bestehendem Geschäft

Für Inhaber und CEO von KMU liegt eine der grössten Herausforderungen darin, das laufende Geschäft möglichst wirksam mit zukunftsgerichteter Innovation zu verbinden. Das erfolgreiche Zusammenspiel beider Welten erfordert die Schaffung eines Gleichgewichtes zwischen operativer Exzellenz und strategischer Erneuerung – gesteuert durch klare Prioritäten, realistisch abgestimmte Ressourcen und konsequent umgesetzte Entscheide.

*Wer Innovation als strategische Führungsaufgabe versteht, legt den Grundstein für nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit und mittelfristigen Erfolg.*

**HSP Consulting AG** Die persönliche Unternehmensberatung in St.Gallen mit einem Team von sieben Partner/innen: Strategie, Innovation, Marketing, Digitalisierung, Nachfolge, Pensionskasse. Betreuung von ERFA-Gruppen.



**HSP Consulting AG**  
 Splügenstrasse 9  
 CH-9008 St.Gallen  
 Telefon +41 71 243 04 60  
[hsp-con.ch](http://hsp-con.ch)



Eduardo Noser und Alessandro Sgro:

**Aufmerksamkeit  
und Verständnis.**

# Ganzheitliche Finanzberatung als Erfolgsmodell

Banken, Vermögensverwalter, Treuhandunternehmen oder Versicherungen: Der Ostschweizer Finanzplatz ist hart umkämpft. Wie schafft man es, sich in einem wettbewerbsintensiven Umfeld gegenüber den Mitbewerbern zu differenzieren? Durch Ganzheitlichkeit, persönliche Nähe und ein einzigartiges Handwerk sind Eduardo Noser und Alessandro Sgro, Partner der St.Galler Finanzboutique Cronberg AG, überzeugt.

**Eduardo Noser und Alessandro Sgro, wie definieren Sie bei der Cronberg AG eine ganzheitliche Betreuung in finanziellen Angelegenheiten, und welche Vorteile bietet dieser Ansatz Ihren Kunden?**

**Noser:** Eine ganzheitliche Betreuung bedeutet für uns, dass wir nicht nur einzelne finanzielle Aspekte isoliert betrachten, sondern alle relevanten Themen – wie Vermögensverwaltung, Steuern, Vorsorge oder rechtliche Fragen – miteinander vernetzt analysieren. Wir denken nicht in kurzfristigen Lösungen, sondern begleiten unsere Kunden über Generationen hinweg.

**Sgro:** Das schafft Kontinuität, Vertrauen und vor allem Klarheit in komplexen finanziellen Fragen und Lebenslagen. Unsere Kunden schätzen, dass sie mit einem Ansprechpartner alle zentralen Themen abdecken können. Das reduziert Komplexität, spart Zeit und führt zu besseren Entscheidungen, weil alle Informationen zusammenfliessen und wir das grosse Ganze gemeinsam im Blick behalten.

*«Unsere Kunden schätzen, dass sie mit einem Ansprechpartner alle zentralen Themen abdecken können.»*

**Inwiefern trägt denn die Integration von Vermögensverwaltung und Treuhand zu einer umfassenderen Betreuung Ihrer Kunden bei?**

**Sgro:** Das ist einer unserer USPs und zentraler Bestandteil unseres Leistungsversprechens. Die Verbindung zwischen Vermögensverwaltung und Treuhand erlaubt uns genau die ganzheitliche und vertiefte Analyse und Beratung. Hier heben wir uns schweizweit von unseren Mitbewerbern ab.

**Noser:** Denken Sie etwa an ein Familienunternehmen: Hier spielen persönliche Vermögensfragen, betriebswirtschaftliche Aspekte und steuerliche Themen gleichzeitig eine Rolle. Wir koordinieren diese Disziplinen unter einem Dach. Von diesen Erfahrungen profitieren auch Privatpersonen ohne eigene Firma.

**Und welchen Herausforderungen begegnen Sie bei der Umsetzung einer ganzheitlichen Betreuung?**

**Sgro:** Die grösste Herausforderung liegt meist darin, die Komplexität der unterschiedlichen Fragen zu reduzieren. Die Kunden schätzen es, wenn wir ihnen einfache und transparente Lösungen aufzeigen können. Das erfordert Offenheit, Vertrauen und präzise Kommunikation.

**Noser:** Ja, die Nähe zu den Kunden und der Austausch im Team ist für uns als unabhängiger Finanzdienstleister zentral.

**Sgro:** Wir konkurrieren mit über 130 Banken, 1500 unabhängigen Vermögensverwaltern und mehr als 16'000 Treuhandunternehmen. Das verlangt nach klarer Differenzierung. Diese erreichen wir durch vertrauensvolle Nähe und unser einzigartiges Handwerk. Die Kombination aus Treuhand, Vermögensverwaltung und Family-Office-Erfahrung bietet uns eine einzigartige Grundlage.

**Gut, aber wie stellen Sie sicher, dass Ihre Kunden von der Synergie zwischen Vermögensverwaltung und Treuhand profitieren?**

**Sgro:** Da hilft viel interne Kommunikation, einfache, aber strukturierte Prozesse und eine offene, lösungsorientierte Kultur.

**Können Sie ein Beispiel nennen, bei dem die Kombination von Vermögensverwaltung und Treuhand zu einer optimierten Lösung für einen Kunden geführt hat?**

**Noser:** Da gibt es viele. Der Impuls kann von beiden Seiten kommen: Erkennt man in der Steuererklärung ungenutzte Liquidität, sprechen wir das an. Braucht ein Vermögensverwaltungskunde Expertise für eine Firmengründung oder ein Immobilienprojekt, bringt sich die Treuhand ein. Auch im Bereich frühzeitiger Vorsorge bestehen regelmässig Schnittstellen.

**Dann beeinflusst die ganzheitliche Betreuung sicher auch die langfristige finanzielle Planung und Sicherheit Ihrer Kunden.**

**Sgro:** Ja, denn nur eine ganzheitliche Betreuung hilft, Vermögen über Generationen zu erhalten und gezielt für Projekte einzusetzen. Es geht nicht nur um Rendite, sondern um Sinn, Struktur und Verantwortung im Umgang mit Vermögen und Zielen.



### Welche Rolle spielt dabei die individuelle Finanzplanung und wie integrieren Sie diese in Ihre Dienstleistungen?

**Sgro:** Sie ist das ideale Instrument, um eine transparente und umfassende Auslegeordnung zu schaffen. Das fördert das Verständnis der finanziellen Situation und schafft Planungssicherheit. Wir analysieren Lebensziele, Verpflichtungen, Vermögen sowie Risiken und Chancen und entwickeln darauf ein flexibel anpassbares Konzept. Eine individuelle Finanzplanung ist das Fundament, das Struktur und Orientierung schafft.

*«Wir konkurrieren mit 130 Banken, 1500 unabhängigen Vermögensverwaltern und 16'000 Treuhandunternehmen.»*

### Wie gewährleisten Sie die Unabhängigkeit Ihrer Beratung, insbesondere wenn es um die Empfehlung von Finanzprodukten geht?

**Sgro:** Wir empfehlen keine Produkte, sondern massgeschneiderte Lösungen. Beim Portfolioaufbau setzen wir als aktive Asset Manager auf breite Diversifikation mit Einzeltiteln, ergänzt durch kostengünstige Drittfonds. Unsere eigenen Fonds dienen ausschliesslich dazu, auch kleinere Vermögen breit zu investieren.

**Noser:** Die Cronberg AG ist unabhängig und inhabergeführt. Wir sind mit eigenem Vermögen im Unternehmen und in unseren Anlagelösungen investiert. Unsere Beratung orientiert sich ausschliesslich am Kundeninteresse – nicht an Verkaufszielen oder Produktbindungen.

### Das tönt nach schönem Marketing!

**Noser:** Auf den ersten Blick vielleicht. In der Positionierung helfen unser Erfahrungsschatz, unsere Herkunft als Family Office und dass wir bereits über drei Jahrzehnte viele Unternehmen, Familien und Privatpersonen ganzheitlich und über Generationen hinweg begleiten durften.

### Schreckt der Begriff Family Office nicht viele ab?

**Noser:** Das kommt vor. Sobald wir aber zeigen, wie wir arbeiten, wird der Mehrwert dieser Herkunft klar. Von dieser Erfahrung profitieren alle unsere Kunden. Im Dschungel der Finanzdienstleister wollen wir uns durch Nähe, starke Beziehungen und sauberes Handwerk abheben.

**Sgro:** In der Vermögensverwaltung haben wir eine Vorgehensweise entwickelt, die sich von der Masse abhebt und für einen robusten, konstanten Vermögensaufbau sorgt.

### Wie passen Sie Ihre Dienstleistungen den Lebenssituationen Ihrer Kunden an?

**Sgro:** Durch kontinuierlichen Dialog. Unsere Kunden durchlaufen verschiedene Lebensphasen – etwa Unternehmensverkauf, Erbschaft oder Projektplanung. Unsere Dienstleistungen sind entsprechend flexibel. Das erfordert viel Aufmerksamkeit, Verständnis und echte Nähe.

*«Nur eine ganzheitliche Betreuung hilft, Vermögen über Generationen zu erhalten.»*

### Und welche zukünftigen Entwicklungen sehen Sie im Bereich der ganzheitlichen finanziellen Betreuung?

**Noser:** Zwei Trends zeichnen sich ab: Mehr Nachfrage nach persönlicher Beratung in einer digitalisierten Welt und wachsender Bedarf an generationenübergreifenden Lösungen. Vermögen wird komplexer, die Ansprüche steigen – wir sind darauf vorbereitet.

**Sgro:** Deshalb investieren wir in Team, Technologie und Netzwerk. Unser Ziel bleibt: persönlich, unabhängig und ganzheitlich für unsere Kunden da zu sein – heute und morgen.

**Text:** Stephan Ziegler

**Bilder:** Marlies Beeler-Thurnheer



Edy Tanner, Regionenleiter Ostschweiz, Vontobel



Thomas Bischoff, Head Private Markets Partnerships, Vontobel

# Die Demokratisierung der Privatmärkte

Infrastrukturanlagen ermöglichen Investitionen in Wasserkraft.

Die Demokratisierung der Privatmärkte ist ein aktuelles Phänomen, das die Anlagelandschaft verändert. Privatmarktanlagen galten lange als exklusive Anlage für institutionelle Investoren. Hohe Mindestbeträge und lange Laufzeiten machten den Zugang für Privatanleger schwierig. Doch durch neue Wege und regulatorische Entwicklungen öffnen sich diese Märkte zunehmend auch für ein breiteres Publikum.

Wichtig ist dabei zu verstehen, dass die Privatmärkte nicht nur aus Private Equity bestehen. Vielmehr umfasst dieser Bereich auch Infrastruktur, Kredit und Immobilien. Infrastrukturinvestitionen bieten beispielsweise stabile Erträge durch langfristige Projekte wie erneuerbare Energien oder Transportnetze. Kreditstrategien ermöglichen den Zugang zu alternativen Finanzierungen ausserhalb des klassischen Bankensystems.

*«Einer der grössten Vorteile von Evergreen-Fonds ist ihre monatliche oder vierteljährliche Liquidität.»*

## Evergreen-Fonds als neue Möglichkeit für Privatanleger

Diese Entwicklung verändert die Produktlandschaft. Für Privatanleger bedeutet dies neue Chancen, da klassische Fonds (illiquide Feeder-Fonds und Dachfonds) an Bedeutung verlieren und flexiblere Alternativen entstehen. Diese Fonds bieten Privatanlegern die Möglichkeit, mit geringeren Mindestbeträgen und ohne feste Laufzeiten in den Privatmarkt zu investieren.

Evergreen-Fonds sind auch aus Kostensicht attraktiv, da im Vergleich zu illiquiden Feeder-Fonds und Dachfonds die Kosten nur auf einer Ebene anfallen. Anleger können regelmässig in Evergreen-Fonds investieren und ihre Anteile in bestimmten Intervallen wieder verkaufen. Die Zeichnung erfolgt unkompliziert über eine ISIN-Nummer («International Securities Identification Number»), was den administrativen Aufwand reduziert.

Einer der grössten Vorteile von Evergreen-Fonds ist ihre monatliche oder vierteljährliche Liquidität. Gleichzeitig stellt dies jedoch auch eine der grössten Herausforderungen dar, da Evergreen-Fonds typischerweise in Vermögenswerte investieren, die nicht ohne Weiteres kurzfristig veräussert werden können. Daher ist ein effektives Liquiditätsmanagement bei Evergreen-Fonds von entscheidender Bedeutung, um umfangreiche Rücknahmeanträge von Anlegern zu erfüllen und das Risiko einer temporären Aussetzung von Rücknahmen zu minimieren.

Angesichts der starken Zunahme neuer Evergreen-Fonds ist eine sorgfältige Auswahl sowohl herausfordernd als auch entscheidend, da die Konditionen der Produkte stark variieren und die Performance-Unterschiede bei Privatmarktanlagen beträchtlich sein können. Daher kann die Unterstützung eines erfahrenen Experten hilfreich sein, um die passende Lösung für individuelle Anlageziele zu finden.



## Vontobel

Bohl 17, CH-9004 St.Gallen  
T +41 58 283 42 61  
st.gallen@vontobel.com

**Text:** Edy Tanner und Thomas Bischoff  
**Bild:** zVg

# Nachfolge ganzheitlich planen

Tausende von Klein- und Mittelunternehmen (KMU) in der Schweiz stehen in den nächsten Jahren vor der Frage, wer die Nachfolge der Unternehmerin oder des Unternehmers übernimmt. Diesen Prozess ganzheitlich zu planen und frühzeitig anzugehen ist eine wichtige unternehmerische Aufgabe, bei der die Hypo Vorarlberg in St.Gallen unterstützen kann.



Wir in der Hypo in St.Gallen haben uns einem ganzheitlichen Beratungsansatz verschrieben: Wir betreuen unsere Kundinnen und Kunden aus einer Hand, d.h. durch eine zentrale Ansprechperson – und zwar unabhängig davon, ob es um Vermögen oder Kredit oder um das Unternehmen oder privat geht. Das setzt voraus, dass wir unsere Beraterinnen und Berater ganzheitlich aus- und weiterbilden und natürlich auch alle Prozesse auf eine durchgängige Beratung unserer Kundinnen und Kunden ausgerichtet sind.

Viele unserer Klienten haben einen Auslandsbezug, in aller Regel nach Deutschland und/oder nach Österreich. Daher haben wir unsere ganzheitliche Beratung grenzüberschreitend ausgerichtet, was für zusätzliche Komplexität sorgt. Die wahrscheinlich wichtigste Disziplin in der ganzheitlichen Beratung von Unternehmern ist die Nachfolgeplanung.

## Jedes achte Unternehmen muss Nachfolge bald lösen

Gemäss einer aktuellen Studie von Dun & Bradstreet vom März 2025 werden während der nächsten fünf Jahre in der Schweiz rund 90'000 KMU-Unternehmen und damit mindestens eine halbe Million Arbeitsplätze von der Nachfolgefrage betroffen sein. Bis 2024 stieg diese Zahl fortlaufend an, in der Spitze auf über 100'000 Unternehmen, nun ist sie erstmals wieder leicht gefallen. D.h. etwa jedes achte Unternehmen wird in den nächsten Jahren eine Nachfolgelösung finden müssen. Gemäss der Studie werden etwa ein Drittel der betroffenen Unternehmen nicht in die nächste Generation übertragen werden können und bei rund 15 Prozent der Unternehmen ohne aktiven Nachfolgeprozess hat der Unternehmer bzw. die Unternehmerin die Altersgrenze von 60 Jahren bereits überschritten. Regional am stärksten betroffen ist die Nordwestschweiz, auf Platz zwei folgt aber bereits die Ostschweiz.

Wie bedeutsam Klein- und Mittelunternehmen (KMU) in der Schweiz sind, begreift man mit Blick auf die aktuellen Zahlen des Bundesamtes für Statistik schnell: 99,7 Prozent aller Unternehmen in der Schweiz sind KMU, haben also maximal 249 Mitarbeitende. Sie beschäftigen 68 Prozent der Erwerbsbevölkerung und 60 Prozent des Bruttoinlandsprodukts der Schweiz werden in diesen Betrieben erwirtschaftet. In Deutschland und Österreich ist die Zahl mit 99,6 Prozent KMU ähnlich, aber in Deutschland arbeiten rund 10 Prozent weniger Menschen in KMU als in der Schweiz. Der Unterschied resultiert daraus, dass KMU in der Schweiz grösser sind als in Deutschland, insbesondere jene Betriebe mit mehr als 50 Mitarbeitenden. Österreich ist der Schweiz ähnlicher als Deutschland, weist aber insbesondere sehr viele kleine Unternehmen bis 10 Mitarbeitende auf.

**Viele Expertinnen und Experten für Nachfolgeplanung**

Die noch recht junge Disziplin der Nachfolgeberatung ist in der Schweiz im Vergleich zu Deutschland und Österreich deshalb am stärksten ausgeprägt. Es gibt erhebliche strukturelle Unterschiede zwischen den drei Ländern. Deutschland zeichnet sich durch eine stark institutionalisierte Beratungsstruktur mit den Industrie-, Handels- und Handwerkskammern als zentrale Anlaufstellen aus. In Österreich ist das Angebot konzentrierter mit einigen wenigen spezialisierten Anbietern, während die Schweiz über ein dichtes Netzwerk von Experten verfügt, bei dem Banken – im Gegensatz zu den beiden Nachbarländern – eine tragende Rolle spielen. Unterschiede werden auch quantitativ sichtbar. In Deutschland existiert ein grosses Netzwerk mit mindestens 100 erfassten Fachberatern allein auf einer Plattform. In Österreich gibt es eine viel kleinere, aber dafür spezialisierte Anzahl von Beratern. In der Schweiz finden sich 214 explizit mit Nachfolge-Expertise gelistete Beraterinnen und Berater. Auch die Spezialisierungsgrade sind in allen drei Ländern unterschiedlich. In Deutschland ist eine starke Spezialisierung nach Rechtsgebieten wie Steuerrecht, Gesellschaftsrecht oder Erbrecht zu beobachten. In Österreich liegt der Fokus auf ganzheitlichen Beratungsansätzen für KMU und in der Schweiz finden sich eine stärkere Branchenspezialisierung und ein Fokus auf eine diskrete Prozessbegleitung.

Eine Unternehmensnachfolge dauert durchschnittlich vier Jahre bis zur Übergabe, wobei mit einem Jahr Vorlauf kalkuliert werden sollte – zur Optimierung der Unternehmensstruktur und Aufbereitung der Unterlagen, um die Firma auch

angemessen präsentieren zu können. Es bestehen erhebliche Unterschiede je nach Art der Übergabe. Die schnellste Form der Unternehmensübertragung ist hierbei eine M&A-Transaktion oder die Liquidation, die langwierigste eine familieninterne Übertragung.

**Verlust von Know-how vermeiden**

Eine fehlende und zu spät erfolgte Nachfolgelösung führt zu einem Verlust von Know-how, Arbeitsplätzen und Steuersubstrat. Eine Unternehmensnachfolge erfolgt meist sequenziell, d.h. sie startet mit der Nachfolge-Suche in der eigenen Familie und endet nicht selten mit einem Verkauf des Unternehmens. Sie ist hoch komplex, da neben rechtlichen und prozessualen Themen viele Emotionen mit im Spiel sind. Die Vernetzung aller Fragestellungen aus den verschiedenen Perspektiven ist die Aufgabe der Beratungspersonen, die den Nachfolgeprozess begleiten. Die Komplexität des Prozesses nimmt im Ablauf zu, da sie in einem dynamischen Umfeld stattfindet, in dem sich die Variablen fortlaufend ändern. Der Unternehmer hat in der Regel Mühe loszulassen, ist sehr stark in seiner Rolle gefangen, während die übernehmende Person sich insbesondere bei der familieninternen Nachfolge und bei der Übergabe ans eigene Management in Geduld üben muss.

In den nächsten Ausgaben möchten wir die spannende Thematik «Nachfolgeplanung» noch weiter aus verschiedenen Blickwinkeln für Sie beleuchten.

*Ihr Walter Ernst*

**UNTERNEHMER-  
GEIST KENNT  
SCHLISSLICH  
AUCH KEINE  
GRENZEN.**

**WER VIEL VORHAT,  
KOMMT ZU UNS.**

Sind wir in der Schweiz? Noch in Österreich? Oder schon in Deutschland? Mitten auf dem Bodensee sind Grenzen nicht spürbar. Und genau so fühlen sich Bankgeschäfte mit der Hypo Vorarlberg an: Ausgezeichnete Beratung und schnelle Entscheidungen sind bei uns länderübergreifend Standard.

Hypo Vorarlberg Bank AG, Bregenz,  
Zweigniederlassung St. Gallen, Bankgasse 1,  
T +41 71 228 85 00, [www.hypobank.ch](http://www.hypobank.ch)



Arbon, Bodensee



# Vertrauen hat kein Preisschild

Neue Kundenbedürfnisse, technologische Entwicklungen, geopolitische Unsicherheiten und wirtschaftliche Herausforderungen prägen das heutige Private Banking. Doch gerade in der Ostschweiz zeigt sich: Wer langfristig denkt, lokale Verankerung mit globaler Kompetenz kombiniert und persönliche Beziehungen pflegt, bleibt gefragt. Vier Experten zeigen, warum Private Banking auch zwischen Alpstein und Bodensee Zukunft hat.

«Die Ostschweiz ist ein unterschätzter, aber bedeutender Standort», sagt Christoph Wettstein von Reichmuth & Co. «Bereits im 19. Jahrhundert war die Region international geprägt – heute sind es Familienunternehmen, die langfristig denken und Verantwortung übernehmen.» Auch Michael Eicher von der LGT bestätigt: «Die Region zieht viele vermögende Privatpersonen an. Persönliche, langfristige Beziehungen stehen hier im Zentrum.» Und Daniel Kummer von der Thurgauer Kantonalbank ergänzt: «Unsere Kunden sind bodenständig, eher langfristig orientiert und legen grossen Wert auf Vertrauen und Nähe.»

Diese regionale Verwurzelung prägt auch die Art der Beratung. Antonio Piccolo von Reichmuth & Co sagt: «Kunden und Berater begegnen sich auf Augenhöhe, oft mit ähnlichen Werten.» Michael Eicher hebt die Wichtigkeit von Kontinuität hervor: «In der Ostschweiz ist es entscheidend, dass die Kundenbeziehung über Jahre hinweg getragen wird.» Und Daniel Kummer sieht das Private Banking als «Partnerschaft, oft über Generationen hinweg».

*«In der Ostschweiz steht das individuelle Gespräch im Vordergrund.»*

## Individualität vor Internationalität

Wie aber unterscheidet sich der Ansatz in der Ostschweiz von dem in den grossen Finanzzentren? «Zürich und Genf sind international ausgerichtet, oft stark standardisiert», sagt Chris-

toph Wettstein. «Hier in der Ostschweiz steht das individuelle Gespräch im Vordergrund.» Das bestätigt auch Daniel Kummer: «Unsere Kunden erwarten keine Finanzprodukte von der Stange, sondern eine massgeschneiderte Betreuung.» Die Nähe zur Kundschaft sei ein echter Vorteil. «Wir kennen unsere Kunden und sie kennen uns – das schafft Vertrauen und ermöglicht eine nachhaltige Zusammenarbeit.»

Einigkeit herrscht auch bei der Frage, für wen Private Banking sinnvoll ist. Michael Eicher sagt: «Grundsätzlich kann jeder bei uns investieren – sinnvoll wird es ab einem substanziellen Anlagevolumen.» Das ist auch bei der TKB so. Gemäss Daniel Kummer bewege sich der Einstiegspunkt aber in der Regel zwischen 250'000 und 500'000 Franken Vermögen. Reichmuth & Co geht bewusst einen anderen Weg: «Wir setzen keine Mindestgrenze», sagt Antonio Piccolo. «Wichtiger ist die individuelle Ausgangslage.» Auch kleinere Vermögen könnten mit der richtigen Strategie sinnvoll angelegt werden – entscheidend sei die langfristige Perspektive.

Die Auswahl des passenden Partners sei letztlich Vertrauenssache, sind sich alle einig. «Ein seriöser Private-Banking-Partner ist persönlich, unabhängig, transparent – und denkt vom Kunden her», so Christoph Wettstein. Michael Eicher hebt die Übereinstimmung zwischen Kunden und Bank hervor: «Bei uns können Kunden analog zur Strategie der Fürstnfamilie von Liechtenstein investieren.» Und Daniel Kummer rät, auf Beratungskompetenz, Erfahrung, Gebührenstruktur und Betreuungsmodell zu achten – «und natürlich darauf, ob man sich ernst genommen fühlt».

## Typische Fehler: Emotionen und Klumpenrisiken

Ein weiteres Thema: typische Fehler bei der Vermögensverwaltung. «Viele Kunden investieren zu emotional», sagt



Antonio Piccolo,  
Reichmuth & Co, St.Gallen.



Daniel Kummer,  
Thurgauer Kantonalbank.



Christoph Wettstein,  
Reichmuth & Co, St.Gallen.

Michael Eicher. «Der Herdentrieb und die Angst vor Verlusten führen zu überhasteten Entscheidungen.» Antonio Piccolo ergänzt: «Oft fehlt die Zeit für eine ganzheitliche Planung – gerade bei Unternehmern.» Daniel Kummer sieht die Ursache häufig in mangelnder Diversifikation: «Klumpenrisiken sind anfällig für Schwankungsrisiken. Und daher gilt das alte Börsen-Sprichwort «Nicht alle Eier in einen Korb legen.»» Dazu komme eine gewisse Trägheit im Portfolio: «Manche Anlagen werden schlicht zu lange gehalten, obwohl sie nicht mehr zur Strategie passen.»

Nachhaltigkeit und alternative Investments spielen in allen drei Häusern eine wachsende Rolle. «Nachhaltige Anlagen sind heute Standard», sagt Daniel Kummer. «Wir fragen unsere Kunden systematisch nach ihren Präferenzen.» Reichmuth & Co bietet gezielte Infrastrukturinvestitionen an – etwa in Güterwagen oder Solaranlagen. «Diese Investitionen sind verständlich strukturiert, realwirtschaftlich sinnvoll und bieten stabile Erträge», sagt Antonio Piccolo. LGT wiederum bietet über die Fürstenstrategie Zugang zu exklusiven Anlageklassen. «Wir investieren mit Weitblick – auch im Sinne künftiger Generationen», sagt Michael Eicher. Neben klassischen ESG-Instrumenten gibt es bei LGT auch wirkungsorientierte Modelle: «Impact-Investing ist ein wachsendes Thema.»

*«Private Banking ist dann erfolgreich, wenn es die Menschen versteht – nicht nur ihre Finanzen.»*

### Planung wichtiger als Timing

Und wie wirkt sich die aktuelle (Tief-)Zinssituation aus? «Obligationen in Schweizer Franken sind wenig attraktiv», sagt Christoph Wettstein. «Dividendenstarke Aktien und alternative Anlagen rücken in den Fokus.» Auch Michael Eicher beobachtet eine «wachsende Suche nach Alternativen zu klassischen Zinsanlagen». Und bei der TKB bleibt die Anlagestrategie entscheidend: «Zinsniveaus ändern sich – das disziplinierte Verfolgen einer klaren und langfristigen Anlagestrategie ist wichtiger, als das kurzfristige Reagieren auf Marktveränderungen», findet Daniel Kummer.

Die Nähe zu Deutschland, Österreich und Liechtenstein ist ein weiterer Vorteil der Region. «Die Lage im Vierländereck erweitert unser Einzugsgebiet», sagt Michael Eicher. Auch Reichmuth & Co betreut über ihre Tochtergesellschaft gezielt Kunden aus Deutschland. Die TKB beobachtet ebenso seit Jahren eine steigende Nachfrage aus dem süddeutschen Raum. «Die Stabilität der Schweiz und die Reputation des Finanzplatzes spielen eine wichtige Rolle – gerade im internationalen Vergleich», sagt Daniel Kummer. Und: Für viele ausländische Kunden sei die Schweizer Beratungskultur ein Pluspunkt.

Was die Zukunft betrifft, sehen alle drei Banken Herausforderungen – aber auch Chancen. «Die Digitalisierung verändert die Branche, keine Frage», sagt Daniel Kummer. «Doch die persönliche Beratung bleibt zentral.» Reichmuth & Co setzt bewusst auf eine Balance: «Digitale Tools dort, wo sie nützen – persönlicher Austausch, wo er nötig ist.» Michael Eicher sieht in künstlicher Intelligenz grosses Potenzial – «aber sie wird nie das persönliche Vertrauen ersetzen.»



## KOSTENLOSE SEMINARE FÜR MEHR FINANZWISSEN

Profitieren Sie vom Fachwissen unserer Experten und Expertinnen. Sie erhalten hilfreiche Tipps während 90 Minuten. Die Seminare finden in kleinen Gruppen im ganzen Kanton oder online statt.

### SEMINARE FÜR PRIVATPERSONEN

**Fit für Anlagen**  
Das 1 × 1 des Anlegens kennenlernen

**Anlegen mit Fonds**  
Wichtige Fakten, Vor- und Nachteile

**Praktische Steuertipps**  
Steuern sparen und optimieren

**Pension vorbereiten**  
Vorsorgeücken schliessen

**Ehe- und Erbrecht**  
Nahtlos geregelt ohne Streitigkeiten

**Sinnvoll sanieren**  
Praxistipps zum Kosten- und Energiesparen

**Online-Sicherheit**  
Sicher im Internet bewegen

### SEMINARE FÜR KMU

**Gründung**  
Von der Idee zum Geschäftserfolg

**Betriebsoptimierung und Solarpotenzial**  
Energieeffizienz im KMU

**Finanzierung Landwirtschaft**  
Möglichkeiten verständlich erklärt

**Nachfolgeregelung**  
Zukunft sichern, Nachfolge regeln

### SEMINAR FÜR SCHULEN & SCHÜLER/INNEN

**Money-Minds**  
Finanzfit für die Zukunft



Melden Sie sich jetzt an – wir freuen uns auf Sie!

[tkb.ch/seminar](http://tkb.ch/seminar)



C R O N  B E R G

Davidstrasse 38 | 9000 St.Gallen | +41 71 447 10 10 | [www.cronbergasset.ch](http://www.cronbergasset.ch)

## Ganzheitlichkeit als Erfolgsmodell im Vermögensaufbau



Mehr über die  
Erfolgsfaktoren im  
Vermögensaufbau

Eduardo Noser, CEO

«In einer unsicheren Zeit zeigt  
sich der Wert einer ganzheitlichen  
und persönlichen Begleitung.»



OSTSCHWEIZ DRUCK

# Druck ist unsere Passion

[ostschweizdruck.ch](http://ostschweizdruck.ch)

Die LGT investiert deshalb gezielt in digitale Lösungen, ohne dabei das Menschliche aus dem Blick zu verlieren. «Technologie ist ein Werkzeug – der Mensch bleibt das Zentrum.»

### Impulsgeber und Sparringspartner

Nicht zuletzt verändert sich auch die Kundschaft. «Jüngere Generationen haben andere Vorstellungen von Vermögensverwaltung», sagt Antonio Piccolo. «Transparenz, Nachhaltigkeit und Sinn spielen eine grössere Rolle.» Daniel Kummer ergänzt: «Kunden sind heute oft viel besser informiert als früher und erwarten eine offene Diskussion auf Augenhöhe.» Die Banken reagieren mit Informationsangeboten, persönlichen Coachings und neuen Formaten. «Es geht um Selbstbestimmung – und darum, Verantwortung für das eigene Vermögen zu übernehmen», sagt Michael Eicher.

Auch die Rolle der Banken selbst wandelt sich. «Wir sind nicht mehr nur Verwalter von Vermögen, sondern auch Impulsgeber und Sparringspartner», sagt Christoph Wettstein. Diese Entwicklung verlange neue Kompetenzen – nicht nur im Bereich Finanzen, sondern auch in Kommunikation, Psychologie und Technologie. «Private Banker müssen heute vielschichtige Persönlichkeiten sein – fachlich kompetent, aber auch empathisch und vorausschauend.»

## «Die Region zieht viele vermögende Privatpersonen an.»

Ein weiterer Aspekt ist die Nachfolgeplanung in Familienunternehmen, ein zentrales Thema für viele Ostschweizer Kunden. «Gerade in Familienbetrieben ist die frühzeitige Übergabe ein komplexer Prozess», sagt Daniel Kummer. «Dabei braucht es Fingerspitzengefühl, Erfahrung – und eine professionelle Beratung; auch bei Anlage-themen.» Michael Eicher ergänzt: «Wenn Unternehmer frühzeitig planen, lassen sich viele Konflikte vermeiden – und gleichzeitig Werte sichern.»

Private Banking ist also gerade in der Ostschweiz mehr als nur Vermögensverwaltung. Es ist eine Haltung – geprägt von Nähe, Nachhaltigkeit und Vertrauen. Oder, wie es Antonio Piccolo formuliert: «Private Banking ist dann erfolgreich, wenn es die Menschen versteht – nicht nur ihre Finanzen.»

Michael Eicher,  
LGT St.Gallen.



Text: Stephan Ziegler  
Bilder: zVg

# So schnell geht die Welt nicht unter

**Im letzten LEADER fehlte meine Kolumne. Zum ersten Mal seit 20 Jahren. Ich hatte – es ist so simpel wie dumm – den Abgabetermin verpasst. Deswegen ging die Welt nicht unter. Donald Trump versucht, den immensen Schulden im Land mit der Einführung von Wahnsinnszöllen Herr zu werden. Das ist ebenfalls so simpel wie dumm. Auch deswegen geht die Welt nicht unter.**



Zuerst zur Kolumne: Dass ich Anrufe, Mails und Briefe von Leuten bekam, die den Text vermissten, hat mir durchaus Freude gemacht. Man stellt fest, dass das, was man schreibt, auch gelesen wird. Zu Donald Trump und den akrobatischen Kalkulationen rund um die US-Zolltarife: Dass er Schreiben, Anrufe und Besuche von Politikern aus der ganzen Welt bekam, hat ihm Freude gemacht. Er stellt fest, dass das, was er tut, Reaktionen auslöst. Was ich beim nervösen Getue der Medien in den letzten Wochen vermisst habe, sind Zahlen und Fakten. Die Schweiz exportierte im letzten Jahr Waren im Wert von 52,7 Milliarden Franken in die USA. Das macht pro Kopf der amerikanischen Bevölkerung 152 Franken.

Umgekehrt importierten wir Waren im Wert von 14,1 Milliarden Franken aus den USA – pro Schweizer Einwohner also 1562 Franken. Die Schweiz importiert pro Kopf gerechnet zehnmal so viel aus den USA wie die USA aus der Schweiz.

Das kann man aus der Schweizer Zollstatistik lesen. Die Amerikaner stellen eine etwas andere Rechnung auf. Aus deren Sicht – und in amerikanischen Dollars gerechnet – sah es letztes Jahr so aus: Importe aus der Schweiz 63,4 Milliarden, Exporte in die Schweiz 25 Milliarden. Mit anderen Worten: Pro Kopf gerechnet importierten die Amerikaner Waren für 183 Dollar aus der Schweiz. Jeder Schweizer kaufte hingegen Waren für 2766 Dollar aus den USA ein. Gemäss US-Berechnungen beträgt der Faktor somit nicht nur 10, sondern sogar 15. Das müssen wir Präsident Trump und seinen Leuten immer wieder unter die Nase reiben.

Und auch, dass wir mit rund 300 Milliarden Direktinvestitionen in den USA bereits heute die Nummer sechs aller Länder der Welt sind. Ein grosser Teil davon kommt aus der Ostschweiz.

Roland Rino Büchel, Nationalrat SG (SVP)

Andrea Barbon:

**Dialog  
intensivieren.**

# Warum die Ostschweiz mehr Mut zum FinTech braucht

Die Finanztechnologiebranche entwickelt sich dynamisch. Während der Schweizer FinTech-Sektor laut der IFZ-FinTech-Study 2025 eine Marktsättigung erreicht hat, wächst Liechtenstein, insbesondere im Bereich Distributed-Ledger-Technology. HSG-Professor Andrea Barbon weiss, welche Rolle die Ostschweiz in diesem Umfeld spielt.

Laut Andrea Barbon, Assistenzprofessor am Center for Financial Services Innovation der Universität St.Gallen, nimmt die Ostschweiz eine eigenständige Position ein: «Obwohl der Schweizer FinTech-Markt stagniert und Liechtenstein derzeit stärker wächst, bietet die Ostschweiz klare Spezialisierungschancen. Die enge Verzahnung von akademischen Institutionen, Unternehmen und regionalen Behörden macht sie als Standort für innovative Nischenprodukte besonders attraktiv.»

## Liechtenstein wächst – kann die Ostschweiz mithalten?

Liechtenstein nimmt im DLT-Bereich eine führende Rolle ein. Dies liegt an regulatorischer Klarheit, staatlicher Unterstützung und einer offenen Haltung gegenüber neuen Finanztechnologien. «Diese Faktoren ziehen internationale Unternehmen an, die regulatorische Sicherheit und Zugang zum europäischen Markt suchen», so Barbon.

Für die Ostschweiz ergeben sich daraus relevante Spillover-Effekte. «Durch die geografische Nähe und wirtschaftliche Verflechtung könnten erhebliche Synergien entstehen. Besonders in den Bereichen RegTech und Compliance-Lösungen könnte die Ostschweiz von Know-how-Transfer und Kooperationen profitieren», sagt Barbon.

*«Die Ostschweiz punktet mit Spezialisierung und enger Vernetzung.»*

## Zwischen Chancen und Hürden: FinTech in der Ostschweiz

Laut fintechmap.ch gibt es im Kanton St.Gallen derzeit sechs FinTech-Unternehmen, darunter die bekannten Bexio und Kaspar&. Der Thurgau beherbergt vier weitere FinTech-Firmen, während in Appenzell Innerrhoden und Appenzell Ausserrhoden jeweils nur ein Unternehmen ansässig ist. Trotz dieser Präsenz bleibt die Ostschweiz hinter den etablierten FinTech-Hubs Zürich und Zug zurück. «Die grössten Stärken der Region liegen in der engen Vernetzung lokaler Akteure, niedrigeren Betriebskosten und dem Zugang zu akademischen Talenten», bricht der HSG-Professor eine Lanze für die Ostschweiz.

Dennoch bestehen Herausforderungen: «Der begrenzte Zugang zu Risikokapital, wenige etablierte Kooperationen mit Grossunternehmen und eine geringere internationale Sichtbarkeit erschweren die Entwicklung neuer FinTech-Initiativen.» Diese Faktoren machen gezielte Massnahmen erforderlich, um die Wettbewerbsfähigkeit der Region zu stärken.

*«Ohne mehr Finanzierung bleibt die Ostschweiz im FinTech-Schatten von Zürich und Zug.»*

## Förderstrategie und Positionierung fehlen

St.Gallen nimmt als regionaler FinTech-Hub eine Vorreiterrolle ein, doch eine stärkere Vernetzung zwischen den Standorten könnte das Wachstum weiter fördern. Eine gemeinsame Strategie zur Förderung von FinTech-Start-ups und eine klare Positionierung der Region im nationalen und internationalen Vergleich wären entscheidende Schritte in diese Richtung. «Diese Technologie ermöglicht es, Finanzprodukte direkt in nicht-finanzielle Anwendungen zu integrieren und damit gezielt Branchen wie Handel, Produktion und KMU zu bedienen», streicht Barbon Vorteile heraus.

Künstliche Intelligenz spielt dabei eine zunehmende Rolle. «KI kann die Effizienz steigern, Finanzdienstleistungen personalisieren und regulatorische Anforderungen automatisieren – alles Bereiche, in denen die Ostschweiz ideal positioniert ist», so Andrea Barbon.

## Universitäten als FinTech-Katalysatoren

Die Universität St.Gallen und weitere Bildungsinstitutionen sind essenzielle Treiber für die FinTech-Entwicklung in der Ostschweiz. «Die HSG fungiert als Inkubator für innovative Ideen, talentierte Fachkräfte und neue Unternehmensgründungen», sagt Barbon.

Durch spezialisierte Lehrprogramme, Forschungsschwerpunkte im Bereich FinTech und enge Kooperationen mit Unternehmen entstehen fruchtbare Synergien. Programme wie das HSG-Startup-Lab oder das Institut für Wirtschaftsinformatik helfen, praxisnahe Lösungen zu entwickeln und Start-

Andrea Barbon ist Assistenzprofessor am Center for Financial Services Innovation der Universität St.Gallen.

### Folgende FinTech-Unternehmen sind in der Ostschweiz ansässig:

4cash.exchange – 4bridges GmbH (SG) Die Plattform ermöglicht den Handel mit Kryptowährungen sowie die Nutzung von FIAT für Abhebungen und Rechnungszahlungen.

Acatis Service GmbH (AR) Das Unternehmen berät private und institutionelle Kunden zu Investmentfonds und bietet eine wertorientierte Vermögensverwaltung.

Bexio AG (SG) Die cloudbasierte Software vereint CRM, Buchhaltung und Rechnungsstellung für KMU und erleichtert die Geschäftsverwaltung mit Bankanbindung.

Celer Asset Management AG (TG) Das Celer-Modell nutzt datengetriebene Anlagestrategien, um risikooptimierte Erträge für eine systematische Vermögensverwaltung zu erzielen.

Crowdli AG (TG) Die Crowdfunding-Plattform ermöglicht gemeinschaftliche Investitionen in Immobilien.

Divizend Suisse GmbH (TG) Die Software automatisiert die Rückforderung ausländischer Quellensteuern auf Dividenden und erleichtert Anlegern sowie Finanzdienstleistern den Prozess.

Finpact AG (SG) Die Finanzexperten entwickeln moderne Investmentlösungen für die Generation 50+, die auf Kapitalgewinne, Erbschaften und Ersparnisse ausgerichtet sind.

Immocando – Nordrand AG (AI) Die Plattform erleichtert den Handel mit Anlageimmobilien für Investoren und Immobiliendienstleister.

Kaspar& AG (SG) Die App ermöglicht automatisiertes Sparen und Investieren mit jeder Kartenzahlung und kombiniert Gamification mit Finanzbildung.

ups beim Markteintritt zu unterstützen. «Um das volle Potenzial auszuschöpfen, sollte der Dialog zwischen Wissenschaft und Wirtschaft aber weiter intensiviert werden», rät der HSG-Professor.

### «Mehr Förderung und Vernetzung stärken die Ostschweizer FinTech-Szene.»

#### Nische mit Nachholpotenzial

Die Ostschweiz steht im Spannungsfeld zwischen etablierten FinTech-Zentren und neuen Wachstumsmärkten. Während Liechtenstein mit regulatorischen Vorteilen punktet und Zürich bessere Finanzierungsmöglichkeiten bietet, kann die Ostschweiz durch ihre Nähe zur Forschung, günstige Rahmenbedingungen und technologische Spezialisierung aufholen.

Ob sich die Region als bedeutender FinTech-Hub etablieren kann, hängt von der Weiterentwicklung ihrer Stärken und gezielten Massnahmen ab. Ein regionales FinTech-Cluster, gezielte Förderprogramme und eine stärkere Vernetzung mit Investoren könnten dazu beitragen, das volle Potenzial der Ostschweiz zu entfalten. Klar ist: Die Chancen sind da – nun gilt es, sie zu nutzen.

**Text:** Patrick Stämpfli

**Bilder:** Philipp Baer

# Globale Expertise mit regionaler Verankerung



Warum St.Gallen für Julius Bär eine gute Adresse ist.

**Sie sind 2024 als Niederlassungsleiter zu Julius Bär in St.Gallen gestossen. Wie erleben Sie die Bank?**

Als eine sehr unternehmerisch geprägte und gleichzeitig persönliche Bank, bei der die Kundinnen und Kunden immer im Mittelpunkt stehen.

**Mit dem Hauptsitz in Zürich blickt Julius Bär auf eine über 130-jährige Geschichte zurück. Welchen Stellenwert hat der Standort in der Ostschweiz?**

Die Ostschweiz mit ihrem wirtschaftsstarken und dynamischen Umfeld im Dreiländereck spielt für Julius Bär eine bedeutende Rolle im Netzwerk der zwölf Standorte im Heimmarkt Schweiz.

**St.Gallen weist eine hohe Bankendichte mit angestammten und auch neuen Instituten auf. Wie positioniert sich Julius Bär in diesem Umfeld?**

In St.Gallen gibt es in der Tat eine grosse Anzahl verschiedener Finanzinstitute. Wir haben Respekt vor jedem Mitbewerber. Und wenn auch andere Banken die Ostschweiz entdeckt haben, ist das für Julius Bär eine Bestätigung, dass St.Gallen für das Private Banking eine gute Adresse ist. Ein Alleinstellungsmerkmal unseres Hauses ist die offene Plattform. Wir haben kein institutionelles Geschäft und bieten den Kundinnen und Kunden die für ihre Bedürfnisse besten Produkte auf dem Markt an.

**Welche Kundschaft sprechen Sie hier an? Und was können Sie als traditionsreiche Privatbank bieten?**

Wir wenden uns an vermögende Privatpersonen, Unternehmerinnen und Unternehmer, aber auch an Family Offices oder Stiftungen. Dank unseren Wurzeln als Familienunternehmen wissen wir, was langfristige Beziehungen wert sind und welche Herausforderungen und Chancen die Vermehrung, der Schutz und die Weitergabe von Vermögen bereithalten. Wir sind bestrebt, flexibel und individuell auf die Kundenbedürfnisse einzugehen und möglichst massgeschneiderte Lösungen anzubieten.

Seit vergangenem Jahr leitet Reto Calonder die Niederlassung von Julius Bär in St.Gallen. Zuvor war er für die UBS im Wealth Management in der Ostschweiz tätig.

**Das Umfeld für Investoren bleibt anspruchsvoll. Was brauchen Kundinnen und Kunden heutzutage?**

Die Komplexität hat zweifellos zugenommen, und unsere Kundinnen und Kunden suchen in diesem herausfordernden Umfeld nach Orientierung. Unser Ziel ist es, gemeinsam mit ihnen eine Strategie zu entwickeln und diese diszipliniert umzusetzen. In der Finanzindustrie gibt es heute sehr viele Standardlösungen, die leicht zugänglich sind. Doch oft fehlt dabei das Entscheidende – die Einbettung in einen durchdachten Gesamtkontext. Genau hier bieten wir Mehrwert, indem wir nicht nur die individuellen Ziele unserer Kundinnen und Kunden berücksichtigen, sondern auch die familiäre oder unternehmerische Situation.

**Julius Bär ist seit nahezu 17 Jahren in St.Gallen ansässig. Wie äussert sich die Verbundenheit Ihres Hauses mit der Stadt und der Region?**

Wir fühlen uns der Ostschweiz zugehörig und setzen bewusst auf regionale Verankerung. So besteht unser zehnköpfiges Team in St.Gallen ausschliesslich aus Mitarbeitenden aus der Gegend, die den lokalen Markt, die Mentalität und die Bedürfnisse unserer Kundschaft ganz genau kennen. Als international tätige Privatbank bieten wir die Vorteile der Kombination von globaler Expertise und regionaler Verankerung.

ZUHAUSE,  
WO SIE SIND.

Seit 2008 an der Bahnhofstrasse 7 in St. Gallen. Unser 10-köpfiges Team freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme. Ihr verlässlicher Partner: Persönlich. Individuell. Umfassend.



**Julius Bär**  
WEALTH MANAGEMENT

Rosmarie Obermayer-Marra, Geschäftsführerin  
des Kaufmännischen Verbands Ostschweiz.



# Karrieren im Finanzwesen: Bildung zwischen Praxis und Akademie

Welche Ausbildung führt am besten zu einer erfolgreichen Laufbahn im Finanzwesen? Fünf Ostschweizer Bildungsexperten – Zeno Adams/HSG, Pascal Egloff/OST, Mirko Galasso/BVS, Thierry Kurtzemann/Akademie St.Gallen und Rosmarie Obermayer-Marra/KV Ostschweiz – geben Einblick in Wege, Kompetenzen und Perspektiven für die nächste Generation von Finanzprofis.

Rosmarie Obermayer-Marra, Geschäftsführerin des Kaufmännischen Verbands Ostschweiz, sieht in der Lehre einen starken Pfeiler: «Sie bietet jungen Menschen einen praxisnahen Zugang zur Finanzwelt und erlaubt es, früh Verantwortung zu übernehmen.» Gleichzeitig steige die Bedeutung akademischer Abschlüsse – gerade bei komplexeren Fach- oder Führungsfunktionen. Ihr Fazit: «Alle Wege haben ihre Berechtigung. Entscheidend ist die Bereitschaft zur kontinuierlichen Weiterbildung und Anpassung an ein dynamisches Umfeld.»

*«Karriere ist kein Sprint, sondern ein anspruchsvoller Langstreckenlauf.»*

«Die klassische Lehre ist nach wie vor ein bewährter Einstieg ins Bankwesen», ist auch Mirko Galasso, Geschäftsführer der BVS St.Gallen, überzeugt. Junge Menschen erhielten dadurch von Anfang an praktische Erfahrung und könnten sich berufsbegleitend weiterentwickeln – sei es über eine Höhere Fachschule, einen Fachausweis oder ein späteres Studium. «Es gibt keinen eindeutig besseren Weg. Entscheidend sind die individuellen Ziele und das eigene Engagement.»

Auch für Thierry Kurtzemann, Schulleiter der Akademie St.Gallen, ist die Lehre mit anschliessender Weiterbildung ein sinnvoller Weg: «Man wächst mit den Herausforderungen und sammelt Praxiserfahrung on the job. Die Höhere Fachschule mit Vertiefung in Banking & Finance etwa bietet eine gute Grundlage für die Übernahme anspruchsvoller Fach- oder Führungsaufgaben – praxisnah, aber akademisch fundiert.»

Und Pascal Egloff, Leiter des Kompetenzzentrums Banking & Finance an der OST, sagt: «Ich habe selbst nach der Lehre an einer Fachhochschule und später an der Universität studiert. Der duale Bildungsweg erlaubt eine sehr praxisnahe

Entwicklung – und diese Erfahrung prägt einen nachhaltig. Wer beide Welten kennt, kann theoretisches Wissen gezielt in die Praxis übertragen.»

Zeno Adams, Programmleiter des Masters in Banking and Finance (MBF) an der HSG, beobachtet eine andere Tendenz: «Der Grossteil unserer Studenten im MBF-Programm kommt mit einem wirtschaftswissenschaftlichen Bachelor – nur wenige haben eine klassische Banklehre gemacht.» Gleichwohl erkennt er die Bedeutung alternativer Einstiegswege an.

## **Kompetenzen von heute: strukturieren, beraten, handeln**

Die Anforderungen im Finanzwesen verändern sich rasch – nicht nur durch technologische Entwicklungen, sondern auch durch neue Kundenerwartungen. Thierry Kurtzemann sieht im Beratungsalltag klare Anforderungen: «Sozialkompetenz, regulatorisches Wissen und ein gewisses Verkaufsflair sind unerlässlich – besonders im Retail- und Firmenkundengeschäft, das die Ostschweiz stark prägt.»

«Ja, heute braucht es eine gute Balance aus Fachwissen, technologischer Kompetenz und sozialen Fähigkeiten», bestätigt Mirko Galasso. Kunden müssten verständlich beraten, Daten fundiert analysiert und moderne Tools souverän genutzt werden. Auch Rosmarie Obermayer-Marra unterstreicht: «Ein tiefes Verständnis für Finanzprodukte ist ebenso wichtig wie Kommunikationsstärke und Kundenorientierung. Vertrauen und Verlässlichkeit sind zentrale Werte in der Kundenbeziehung.»

Mirko Galasso, Geschäftsführer der BVS St.Gallen.



Zeno Adams differenziert je nach Position: «Im Investment Banking müssen die Bewertungsmodelle sitzen, im Trading sind fundierte Kenntnisse Pflicht. Aber viele Stellen – etwa im Wealth Management oder im Vertrieb – sind klassische People's Jobs. Da zählen Fingerspitzengefühl, Souveränität und Authentizität.» Pascal Egloff sieht die grösste Herausforderung in der systematischen Problemlösung: «Unsere wichtigste Kompetenz ist es, komplexe Fragen zu strukturieren, mutig anzugehen und Schritt für Schritt umzusetzen. Genau das trainieren wir in der Ausbildung – praxisnah, methodisch und reflektiert.»

**Berufswege sind individuell – Weiterbildung ist universell**  
Einigkeit herrscht bei der Bedeutung kontinuierlicher Weiterbildung. «Die Kombination aus generalistischer Grundausbildung und gezielter Spezialisierung funktioniert hervorragend», so Galasso. Er empfiehlt insbesondere die HF Wirtschaft, ergänzt durch Fachausweise oder Zertifikate in Digital Finance.



Thierry Kurtzemann,  
Schulleiter der Akademie  
St.Gallen.

Kurtzemann nennt den Fachausweis Finanzplanung als attraktive Option: «Dieser baut stark auf Beratungskompetenz im Umgang mit privaten Kunden auf – ein klarer Mehrwert für Banken, Versicherungen und Finanzgesellschaften.» Auch Egloff sagt: «Ich empfehle einen stufenweisen Aufbau mit CAS-Programmen – ob spezifisch, etwa im Corporate Banking, oder strategisch, wie unser CAS in zukunftsorientiertem Bankmanagement. Oft ergeben sich neue Perspektiven im Austausch mit anderen Studierenden – dieser Aspekt wird häufig unterschätzt.»

Adams beobachtet, dass rund zehn Prozent seiner Masterstudenten den CFA oder CAIA absolvieren. «Diese Zertifikate geniessen in der Finanzindustrie durchaus Anerkennung, insbesondere im Investment- und Asset Management.» Obermayer-Marra sieht in internationalen Abschlüssen wie dem CFA oder einem MBA eine «wertvolle Ergänzung – kein Muss, aber ein starkes Plus». Entscheidend sei, dass diese Diplome auf Berufserfahrung aufbauen und nicht isoliert betrachtet werden.

## «Wer bereit ist, sich einzu- arbeiten, hat gute Chancen.»

### Digitalisierung, Regulierung – und lebenslanges Lernen

Mit der Digitalisierung verändert sich nicht nur das Arbeitsumfeld, sondern auch das Lernen selbst. Zeno Adams drückt es so aus: «Die Wissensvermittlung ist heute nicht mehr exklusiv. Es gibt viele hochwertige Online-Ressourcen. Was unser Studium einzigartig macht, ist das gemeinsame Lernen mit klugen, motivierten Menschen.» Thierry Kurtzemann ergänzt: «Neue Technologien fordern auch die Ausbilder. Lerninhalte müssen aktuell, relevant und zielgruppengerecht aufbereitet werden. Doch trotz aller Digitalisierung bleibt der Mensch im Zentrum.»

Pascal Egloff sieht einen Trend zurück zur Präsenzlehre: «Der direkte Austausch ist durch kein Online-Tool zu ersetzen. Gerade im Banking ist Vertrauen zentral – und das beginnt im persönlichen Gespräch.» Und Mirko Galasso fasst es so zusammen: «Microlearning, E-Learning und modulare Formate werden wichtiger – doch sie ersetzen nicht die klassische Basis.» Rosmarie Obermayer-Marra geht mit ihm einig: «Die Zukunft ist hybrid und flexibel. Wer diese Veränderungen als Chance begreift, wird sich erfolgreich entwickeln.»

### Quereinstiege und neue Karrieremuster

Immer häufiger finden auch Quereinsteiger ihren Weg in die Finanzbranche. «Wir beobachten einen steigenden Bedarf an strukturierten Weiterbildungen für Personen, die nicht klassisch im Banking gestartet sind», sagt Egloff. Diese Entwicklung erfordere Offenheit auf beiden Seiten – bei Unternehmen wie bei den Interessenten.

Zeno Adams, Programmleiter des Masters  
in Banking and Finance (MBF) an der HSG.





Pascal Egloff, Leiter des Kompetenzzentrums Banking & Finance an der OST.

Auch Kurtzemann hat positive Erfahrungen gemacht: «Quereinsteiger bringen oft wertvolle Perspektiven mit, müssen aber gezielt aufgebaut werden. Dafür braucht es flexible Bildungsformate und begleitende Praxisphasen.» Obermayer-Marra sieht in solchen Karrieren ein Zukunftsmodell: «Die Grenzen zwischen Branchen verschwimmen. Wer bereit ist, sich einzuarbeiten, hat gute Chancen – vor allem mit den richtigen Weiterbildungen.»

*«Ein tiefes Verständnis für Finanzprodukte ist ebenso wichtig wie Kommunikationsstärke und Kundenorientierung.»*

#### **Vielfalt der Wege – Gemeinsamkeit im Anspruch**

So unterschiedlich die Bildungswege auch sind, in einem sind sich alle fünf Experten einig: Die Anforderungen in der Finanzwelt steigen – fachlich, technologisch und menschlich. Wer langfristig erfolgreich sein will, braucht solides Grundwissen, Neugier, Anpassungsfähigkeit und die Bereitschaft, immer weiterzulernen.

«Es gibt nicht den einen richtigen Weg», sagt Galasso. «Aber es gibt viele gute – und wir begleiten unsere Lernenden auf genau diesem Weg.» Egloff ergänzt: «Karriere ist kein Sprint, sondern ein anspruchsvoller Langstreckenlauf – und Bildung ist das beste Training dafür.»

**Text:** Stephan Ziegler

**Bilder:** Marlies Beeler-Thurnheer, zVg

## Schuldenkonto in Unternehmerfamilien

«Ich habe dir immer den Rücken freigehalten!», «Ohne meinen Verzicht wärst du heute gar nicht Chef!» oder «Ich habe auf mein Studium verzichtet, damit der Betrieb überlebt!» – kennen Sie diese Momente, wenn am Familientisch plötzlich emotionale Schulden eingefordert werden, insbesondere wenn Nachfolgefragen oder grosse strategische Entscheidungen anstehen?



In Unternehmerfamilien existiert neben der offiziellen Buchhaltung eine zweite, unsichtbare Bilanz: das emotionale Schuldenkonto. Je länger es verborgen bleibt, desto explosiver wird es. Auf diesen unsichtbaren Konten werden Opfer, Gefälligkeiten und Bevorzugungen als emotionale Währung gespeichert. Im Gegenzug erwartet man Vertrauen, Anerkennung und Gerechtigkeit – wertvoller als jeder Franken. Wie Zinseszinsen wachsen diese emotionalen Schulden über Jahre exponentiell, statt sich abzubauen. Geschäftszahlen kommunizieren wir offen, doch die emotionalen Konten bleiben verborgen. Genau hier entstehen oft die schwerwiegendsten Familienkonflikte, besonders wenn eine Unternehmensnachfolge ansteht. Was kein Treuhänder Ihnen sagen wird: Ein nicht ausgeglichenes «emotionales Konto» kann Ihr Unternehmen schneller gefährden als jede Wirtschaftskrise.

#### **Wie lassen sich emotionale Konten besser managen?**

**1. Transparenz schaffen:** Formulieren Sie klare Vereinbarungen in einer Familienverfassung, die Erwartungen, Rollen und Verpflichtungen deutlich macht. **2. Schweigen ist Gift:** Bringen Sie emotionale «Schulden» aktiv zur Sprache – nicht spontan beim Sonntagsessen, sondern regelmässig und strukturiert im Familienrat. **3. Muster durchbrechen:** Erkennen Sie familiäre Dynamiken, die ins Unternehmen überschwappen. Wer im Verwaltungsrat noch gegen die bevorzugte Schwester rebellierte, muss dieses Muster erkennen und auflösen. **4. Professionelle Unterstützung einholen:** Ein neutraler Dritter hilft, das familieninterne Schuldenkonto zu bilanzieren, ohne dass jemand sein Gesicht verliert. Und: Investieren Sie bewusst in die wertvollste Währung überhaupt: Anerkennung, Wertschätzung und Dankbarkeit. Denn anders als Schulden wächst sie, je mehr Sie davon ausgeben.

Dr. oec Stefan Schneider, Partner bei der Continuum AG Für weitere starke Worte siehe [www.continuum.ch](http://www.continuum.ch).



Wer Anlagesilber physisch besitzt, ist unabhängig von digitalen Systemen oder Finanzinstitutionen.

## Silber wird knapp

In letzter Zeit sorgte vor allem die Rekordjagd beim Goldpreis für Gesprächsstoff. Allerdings, auch der Preis von Silber ist stark im Steigen begriffen. Dabei zieht Silber nicht einfach, wie viele meinen, mit Gold mit, viel wichtiger ist, dass sich ein Defizit bei der Silberverfügbarkeit bemerkbar macht. Es wird also in der Tendenz mehr Silber gebraucht, als verfügbar ist.

Schon von 2021 bis 2024 gab es ein Silberdefizit. Derzeit können die oberirdischen Silberbestände dieses Defizit immer noch ausgleichen. Daten des Silberinstituts zeigen, dass der Nachschub von Silber von Jahr zu Jahr zurückgeht, weil jedes Jahr weniger neues Silber auf den Markt kommt. Dies, obwohl die Menge an Recycling-Silber zunimmt. Da gleichzeitig die Nachfrage nach Silber Jahr für Jahr steigt, stellt sich die Frage, wie lange es noch genug Silber hat.

Dass Silber bereits heute sehr knapp verfügbar ist, zeigt sich am Beispiel von Südkorea, wo es einen Verkaufsstopp von Silberbarren gegeben hat. Zuerst war die Nachfrage nach Goldbarren explodiert, und nachdem diese nicht mehr verkauft werden konnten, wollten die Leute auf Silber umsteigen. Das hat dazu geführt, dass von einigen Banken auch der Verkauf von Silberbarren gestoppt wurde.

### Hohe industrielle Nachfrage nach Silber

Mehrere Faktoren haben in letzter Zeit zu einem Anstieg des Silberpreises geführt. Ein wesentlicher Treiber ist die steigende industrielle Nachfrage. Silber spielt eine entscheidende Rolle in verschiedenen Industriezweigen, insbesondere in der Elektronik, Photovoltaik und Medizintechnik.

Die Elektronikindustrie nutzt Silber aufgrund seiner hervorragenden Leitfähigkeit in zahlreichen Geräten wie Smartphones, Tablets und Laptops. In der Photovoltaik wird Silberpaste in etwa 90 Prozent aller Silizium-Solarzellen verwendet, um die Effizienz der Energieumwandlung zu erhöhen. Zudem nutzt die Automobilindustrie Silber in verschiedenen Komponenten, insbesondere in Elektrofahrzeugen. Auch die Zunahme von KI-Rechenzentren fördert den Bedarf nach elektronischen Bauteilen, in denen Silber enthalten ist. Hinzu kommt, dass Silber auch in der Rüstungsindustrie benötigt wird.

*«Silber erlebt gerade eine Renaissance.»*

Auch politische Entwicklungen können zu einem Anstieg des Silberpreises führen. In Erwartung der Einführung von US-Zöllen ist es vermutlich zu Hamsterkäufen gekommen, um noch zu einem tieferen Preis Silber zu ergattern, bevor



In verschiedenen Industriezweigen wird Silber in einzelnen Komponenten verwendet, so auch bei Elektro-Autos.



Christian Brenner, CEO von philoro SCHWEIZ, verzeichnet derzeit ein hohes Interesse an Silber seitens institutioneller Kunden und bei Kleinsparern.

die Preise steigen. «Die Nachfrage nach Silber ist seitens institutioneller Kunden und bei Kleinsparern in letzter Zeit explosionsartig angestiegen», sagt Christian Brenner, CEO des Edelmetallhandelsunternehmens philoro SCHWEIZ. «Silber erlebt gerade eine Renaissance», so Brenner.

**«Steigende industrielle Nachfrage bei sinkendem Angebot stärkt den Silberpreis.»**

**Aktuell ähnlich hohe Rendite wie Gold**

Silber hat in letzter Zeit ähnlich gut performt wie Gold. Anfang April lag der Silberpreis bei 29, 94 Franken pro Feinunze (Stand: 2. April 2025). In den vorausgehenden zwölf Monaten gab es eine gewisse Volatilität, die die komplexen Marktbedingungen widerspiegelt, die den Silberpreis beeinflussen. Die Rendite im Jahresrückblick beträgt 25,7 Prozent. Seit dem Jahr 2000 hat Silber eine durchschnittliche Performance von 4,8 Prozent erreicht. Die höchste Performance hatte Silber im Jahr 2010 mit 65,3 Prozent Preisanstieg. Das zeigt, wie gross das Potenzial von Silber ist. «Die steigende industrielle Nachfrage bei sinkendem Angebot deutet auf

einen langfristig steigenden Silberpreis hin», sagt Christian Brenner von philoro. «Es gilt, das Momentum von Silber jetzt zu nutzen», so Brenner.

**Silber ideal zur Diversifikation des Sparkapitals**

Silber hat sich über Jahrhunderte als wertbeständiges Edelmetall etabliert und bietet eine attraktive Möglichkeit zur Diversifikation des Sparkapitals. Anlageberater und Vermögensverwalter empfehlen, rund 10 Prozent des Anlagevermögens in Edelmetalle zu investieren. In erster Linie denkt man da an Gold, doch auch Silber ist eine gute Option, zum Beispiel zur Beimischung. Silber bietet gegenüber Gold einige entscheidende Vorteile für Anleger. Einer der grössten Unterschiede liegt im Preis. Silber ist deutlich günstiger als Gold, was den Einstieg in den Edelmetallmarkt auch für kleinere Anleger erleichtert. Der Erwerb von Edelmetallen in Form von Münzen und Barren ermöglicht es Anlegern, physische Vermögenswerte zu besitzen, die unabhängig von digitalen Systemen oder Finanzinstitutionen existieren.

**Jetzt von Silver-Sale bei philoro profitieren**

Bei philoro läuft im April ein Silver-Sale. Mehrere Silber-Produkte sind in Aktion. Sichern Sie sich exklusive Rabatte auf ausgewählte Silber-Produkte von renommierten LBMA-zertifizierten Herstellern. Investieren Sie jetzt in eine glänzende Zukunft. Silber bietet nicht nur langfristiges Potenzial, sondern auch attraktive Einstiegspreise. Nutzen Sie die Gelegenheit und profitieren Sie von unserem exklusiven Silver-Sale! Kommen Sie in unserer Filiale in Wittenbach vorbei oder bestellen Sie bequem von zu Hause aus auf [philoro.ch](http://philoro.ch).



**philoro SCHWEIZ AG**  
 St.Gallerstrasse 7  
 CH-9300 Wittenbach  
 Telefon: +41 71 229 09 99  
[info@philoro.ch](mailto:info@philoro.ch), [www.philoro.ch](http://www.philoro.ch)

**Öffnungszeiten**

Montag – Donnerstag 9:30 h – 18:00 h  
 Freitag 9:30 h – 16:00 h  
 Samstag 10:00 h – 15:00 h

# Stark verwurzelt, klug vernetzt

Zwischen Tourismushoch, Innovationsdruck, Fachkräftemangel und Strukturwandel bewegt sich das Appenzellerland in einem Spannungsfeld, in dessen Zentrum das Zusammenspiel von Tradition und Moderne steht. Wie steht es aktuell um den Wirtschaftsraum Appenzellerland? Drei Experten ordnen die Lage ein: Markus Bänziger, Direktor der IHK St.Gallen-Appenzell, Benjamin Fuchs, Präsident der Handels- und Industriekammer Appenzell (HIKA), und Bruno Eisenhut, Geschäftsführer der Industrie AR.

Die Industrie im Appenzellerland gehört nach wie vor zu den tragenden Säulen der regionalen Wirtschaft. Markus Bänziger hebt hervor, dass das Appenzellerland über zahlreiche «industrielle Perlen» verfüge, die in ihren Nischen weltweit führend seien. Dazu zählen etwa Sefar, KUK, Huber+Suhner, Metrohm oder Knöpfel. Sie alle produzieren hochspezialisierte Komponenten, die unter anderem in der Automobilindustrie, der Medizintechnik oder gar in der Raumfahrt Anwendung finden. Bänziger ist überzeugt: «Diese und viele weitere Unternehmen schaffen echten Mehrwert mit Innovation und Präzision – eine Grundvoraussetzung, um im aktuellen Umfeld bestehen zu können.»

Auch Bruno Eisenhut verweist auf diese Stärken. Neben den international bekannten Unternehmen nennt er kleinere Betriebe wie Rico Sicherheitstechnik oder Varioprint, die sich durch Innovationskraft und Resilienz auszeichnen. Allerdings gebe es auch Hürden: Die knappen Landressourcen und der fehlende Autobahnanschluss schränken die Entwicklungsmöglichkeiten ein. Der Bedarf an einer leistungsfähigen Verkehrsanbindung sei deshalb unbestritten, sagt auch Benjamin Fuchs.



Markus Bänziger, Direktor  
IHK St.Gallen-Appenzell.

## Landwirtschaft als identitätsstiftender Faktor

Obwohl der Anteil der Beschäftigten in der Landwirtschaft nur noch bei rund vier Prozent liegt, bleibt sie für das Appenzellerland identitätsstiftend: Sie prägt das Landschaftsbild, beeinflusst das gesellschaftliche Leben und trägt wesentlich zum Image der Region bei. Die enge Verbindung zwischen Landwirtschaft, Tourismus und regionaler Kultur ist ein Alleinstellungsmerkmal. Bruno Eisenhut unterstreicht denn auch die gute Zusammenarbeit zwischen den Wirtschaftsverbänden und dem Bauernverband.

«Gemeinsam mit dem Bauern-, dem Tourismus- und dem Gewerbeverband arbeiten wir beispielsweise an einem verstärkten Standortmarketing.»

«Das Appenzellerland steht exemplarisch für die Stärken der Ostschweiz. Es zeichnet sich durch einen vielfältigen Lebensraum und eine starke industrielle Basis aus», so Markus Bänziger. Die Region verbinde eine durch Weltoffenheit, Zukunftsglauben und Veränderungsbereitschaft charakterisierte Haltung mit einem Lebensraum, der eine grössere Vielfalt zulässt als die Dichte städtischer Zentren.

### Der lange Schatten des fehlenden Autobahnzubringers

Seit der Pandemie erlebt der Tourismus im Appenzellerland einen markanten Aufschwung. Für Benjamin Fuchs ist allerdings klar, dass es um ein qualitatives, nachhaltiges Wachstum gehen muss. «Wir wollen den einzigartigen Charakter unserer Landschaft bewahren», sagt er. Und Bruno Eisenhut lobt in diesem Zusammenhang die kurzen Wege und den offenen Austausch im Appenzellerland, was eine zielgerichtete Zusammenarbeit ermögliche.

Eine zentrale Rolle spiele dabei die Erschliessung: Nur mit einer verbesserten Verkehrsanbindung – sowohl für den motorisierten Individualverkehr als auch für den öffentlichen Verkehr – könne man Staus und unnötigen Suchverkehr vermeiden und gleichzeitig die Attraktivität für Gäste und Einheimische steigern.

Trotzdem wartet die Region seit Jahrzehnten auf die Autobahnzubringer Appenzellerland (zur Entlastung der Achse Appenzell-Herisau-Gossau) und Liebegg (zur Entlastung der Achse Appenzell-Teufen-St.Gallen). Bruno Eisenhut sagt es so: «Diese werden schmerzlich vermisst, um eine fristgerechte Logistik sicherzustellen, aber auch um für Fachkräfte gut erreichbar zu sein und somit attraktiv als Arbeitgeber zu bleiben.» Und Markus Bänziger nennt die Projekte gar «Schlüsselvorhaben für die Mobilität der gesamten Region». Denn ohne leistungsfähige Verbindung zum nationalen Verkehrsnetz stauen sich Individual- und Güterverkehr durch die Nadelöhre St.Gallen und Gossau. «Tägliche Staus, Wartezeiten und enge Strassenverhältnisse für Lastwagen und Velofahrer müssen dringend verbessert werden», fordert auch Benjamin Fuchs.

Die fehlende Infrastruktur behindere nicht nur den wirtschaftlichen Alltag, sondern auch die weitere Entwicklung. Das Nein zum STEP im vergangenen Jahr habe die Perspektiven zusätzlich eingetrübt. «Die Ostschweiz droht verkehrstechnisch abgehängt zu werden», bilanziert Bänziger. Umso bedeutender sei der kantonsübergreifende Einsatz für eine zukunftsgerichtete Mobilitätsinfrastruktur, der sich immer stärker formiert.



Bruno Eisenhut, Geschäftsführer Industrie AR.

### Fachkräftemangel: Die demografische Welle rollt

Ob in der Industrie, im Baugewerbe oder in der Pflege – der Fachkräftemangel trifft das Appenzellerland mit voller Wucht. Zwar habe sich die Lage laut Markus Bänziger durch die konjunkturelle Abkühlung leicht entspannt, doch die demografischen Trends seien eindeutig: In der Ostschweiz erreichen seit 2019 mehr Menschen das Pensionsalter, als ins Erwerbsleben eintreten. Die Lücke wird weiter wachsen. «Ausserhoden und Innerhoden erwartet im Vergleich zur Gesamtschweiz eine noch grössere Lücke, denn schon heute ist der Anteil der Personen im AHV-Alter im Verhältnis zur erwerbsfähigen Bevölkerung mit einem Drittel besonders hoch», warnt der IHK-Direktor.

Um dem entgegenzuwirken, müssen Unternehmen aktiv werden. Bänziger sieht vier zentrale Hebel: Attraktive Anstellungsbedingungen, Investitionen in die Ausbildung, Förderung von Weiterbildungen und Produktivitätssteigerungen. Hinzu kommen politische Massnahmen: eine flexiblere Gesetzgebung, bessere Einbindung von älteren Arbeitnehmern, mehr Mobilität und ein Fokus auf arbeitsmarktorientierte Zuwanderung.

Benjamin Fuchs und Bruno Eisenhut teilen diese Einschätzungen. Fuchs ergänzt, dass auch hier die regionale Verankerung vieler Betriebe ein Vorteil sei – sie denken langfristig und investieren gezielt in ihre Zukunft.

*«Es braucht mehr Arbeitgeber, die sich etwa für den Kantonsrat zur Verfügung stellen.»*

### Investitionsbereitschaft trotz Herausforderungen

Im Bereich Dienstleistungen zeigen sich unterschiedliche Entwicklungen: Während der private Konsum derzeit stützend wirkt – Detailhandel, Finanz- und Versicherungsdienstleister berichten von stabilen Lagen –, hatte das Gastgewerbe unter einem verregneten Sommer zu leiden. Dennoch blickt man optimistisch in die Zukunft. Für Benjamin Fuchs steht fest, dass auch der Detailhandel von einer besseren Erschliessung profitieren würde. Die Hauptgasse in Appenzell sei ein Beispiel dafür, wie innovative Unternehmer und eine gute Mischung an Geschäften ein attraktives Zentrum schaffen können.

Industrie, Landwirtschaft, Gewerbe und Tourismus wollen künftig stärker kooperieren – etwa im Standortmarketing, bei der Digitalisierung oder bei Förderprojekten. Diese horizontale Vernetzung soll helfen, das Appenzellerland als Wirtschafts- und Lebensraum ganzheitlich weiterzuentwickeln, so Bruno Eisenhut. Er windet in diesem Zusammenhang der Regierung ein Kränzchen: «Sehr wertvoll ist die Grösse von Ausserrhoden. Diese lässt eine unkomplizierte Zusammenarbeit unter den Verbänden und mit den Behörden zu. Bei ordentlichen Austausch sind die Wege genauso kurz wie bei ausserordentlichen. Dies zeigt sich etwa darin, dass sich der Ausserrhoder Regierungsrat jährlich Zeit für einen Austausch mit den Wirtschaftsverbänden nimmt.»

### *«Industrie, Landwirtschaft, Gewerbe und Tourismus wollen künftig stärker kooperieren.»*

Obwohl viele KMU im Appenzellerland solide aufgestellt sind, zeigen sich punktuell auch Finanzierungsengpässe. Laut IHK-Umfragen bewegen sich diese allerdings im erwartbaren Rahmen. «Mehr als ein Drittel der Unternehmen plant für 2025 eine Ausweitung der Investitionstätigkeit», sagt Bänziger. Sorgen bereitet aber die neue Eigenmittelverordnung, die Bauprojekte und Grundstückkäufe erschwert.

Fuchs sieht dennoch gute Möglichkeiten, Innovationen durch INOS-Projekte oder die Neue Regionalpolitik zu fördern. Jahr für Jahr könnten so spannende Projekte unterstützt werden.



Benjamin Fuchs, Präsident Handels- und Industriekammer Appenzell (HIKA).

### Wie sieht die Zukunft aus?

Was braucht es, damit das Appenzellerland ein lebenswerter, wirtschaftlich gesunder Standort bleibt? Einigkeit herrscht bei den Gesprächspartnern über die wichtigsten Erfolgsfaktoren: Fachkompetenz, Innovationskraft und Unternehmertum. Gleichzeitig müsse die Politik aber für zeitgemässe Rahmenbedingungen sorgen – von der Verkehrsinfrastruktur über die Bildung bis hin zur Versorgung mit Dienstleistungen.

Markus Bänziger fasst es so zusammen: «Die Politik muss die Gemeinden, ja den Kanton attraktiver machen als Wohnort, insbesondere für junge Menschen und Familien. Dafür braucht es eine neuzeitliche Infrastruktur für Verkehr, Schule, Freizeitangebote aber auch eine hochstehende Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen von leistungsfähigen

Gewerbe- und Detailhandelsbetrieben.» Und Benjamin

Fuchs hebt die Wichtigkeit der Ortsplanung hervor:

Sie müsse Wachstum ermöglichen, ohne den Charakter der Landschaft zu verlieren. Bruno Eisenhut fordert abschliessend ein verstärktes politisches Engagement aus der Wirtschaft. «Es braucht mehr Arbeitgeber, die sich etwa für den Kantonsrat zur Verfügung stellen.

**Text:** Stephan Ziegler

**Bilder:** zVg, Pixabay



# Effizienz unter einem Dach – der neue Hauptsitz der CHRIS sports AG

In Eschlikon hat die CHRIS sports AG ihren neuen Hauptsitz bezogen. Ein Gebäude, das optisch überzeugt und sich ganz der Funktionalität unterordnet. Entwickelt wurde es nach dem Prinzip *form follows function* – geplant und realisiert durch die Generalplaner der W+P Weber und Partner AG aus Wil.

Der Neubau in Eschlikon vereint erstmals Verwaltung, Zentrallager und Showroom des Unternehmens unter einem Dach. Auf über 21'000 m<sup>2</sup> – etwa drei Fussballfelder – entstand ein Ort, an dem Wege kürzer, Prozesse klarer und Zusammenarbeit effizienter wird. «Form follows function war auch hier der Leitgedanke bei der Umsetzung», sagt Domenik Ruf, Mitglied der Geschäftsleitung von W+P. «Wir haben nicht einfach ein Gebäude geplant – wir haben Abläufe studiert, Waren- und Personenströme analysiert und erst dann die passende Hülle entwickelt. Das Resultat ist ein Raum, der sich an den Menschen und der Logistik orientiert – nicht umgekehrt.»

## Architektur folgt der Funktion

Mit einem Volumen von über 83'000 m<sup>3</sup>, 192 Tonnen Bewehrungsstahl und mehr als 21'000 m<sup>3</sup> bewegtem Erdreich beeindruckt der Neubau auch technisch. Doch Zahlen allein zählen nicht – entscheidend ist, was dahintersteht: Jeder Kubikmeter Raum, jede Struktur, jede Verbindung im Gebäude folgt einem klaren Ziel – die internen Abläufe der CHRIS sports AG maximal zu unterstützen. Und so ist das Gebäude keine klassische Gewerbebau-Hülle, sondern eine hochpräzise Antwort auf die Anforderungen moderner Logistik. Wareneingang, Lagerzonen,

Kommissionierung, Versand – alles ist auf Effizienz und reibungslose Abläufe hin geplant. In einer Welt, in der Lieferketten auf Tempo und Genauigkeit angewiesen sind, wird Architektur zum Wettbewerbsfaktor – von Innen heraus entwickelt.

## Heute bereit – morgen skalierbar

Und nun steht die CHRIS sports AG nach rund 20 Monaten Bauzeit vor dem Ziel: Der Umzug läuft auf Hochtouren. Die Abläufe sind getestet, die Logistik hochgefahren, die Regale werden eingeräumt. Rund 100 Mitarbeitende ziehen laufend in das moderne Gebäude ein. «Für uns ist der neue Hauptsitz ein Statement für Effizienz und Zukunftsfähigkeit. W+P hat uns in diesem Prozess partnerschaftlich und mit grossem Wissen für unsere Abläufe begleitet», sagt Christian Bättig, Gründer der CHRIS sports AG. Das Projekt beweist, dass sich durchdachte Logistiklösungen, architektonische Klarheit und unternehmerische Weitsicht in einem einzigen Bau vereinen lassen.

## W+P Weber und Partner AG

Titlisstrasse 9, CH-9500 Wil, T +41 71 929 90 40  
www.wpag.ch



Matthias Tischhauser:

**Anreize statt Verbote.**

# Wie ein Familienunternehmen aus Bühler zum One-Stop-Shop für Designer weltweit wurde

Mit vier Divisionen – Teppichböden, Stoffe, Textilien für den Transportbereich sowie textile Sportbodenbeläge – entwickelt und produziert Tisca Textilien für Kunden auf der ganzen Welt. Matthias Tischhauser, Delegierter des Verwaltungsrates, der das Unternehmen gemeinsam mit seinen Brüdern Andreas und Nick leitet, kennt die aktuellen Herausforderungen – und Chancen.

Was 1940 durch Anton Tischhauser sen. als Kleinstbetrieb gegründet wurde, ist heute ein weltweit tätiger Komplettanbieter mit rund 400 Mitarbeitern: Die Tisca-Gruppe mit Hauptsitz in Bühler bleibt auch in dritter Generation ein unabhängiges, familiengeführtes Unternehmen.

«Wir entwerfen, entwickeln und produzieren hochqualitative Textilien für die Gestaltung von Lebensräumen im Innen- und Aussenbereich unter einem Dach. Hergestellt in der Schweiz», fasst Matthias Tischhauser die DNA des Unternehmens zusammen. «Dazu gehören alle Arten von Teppichen, Sportbelägen, Sauberlaufzonen, Möbelstoffen, Dekorstoffen und Gardinen in sorgfältig abgestimmten Dessins und Farben. Zudem produzieren wir einbaufertige Produkte, etwa dampfplissierte Vorhänge oder konfektionierte Teppiche.»

*«Aktuell sehr erfolgreich unterwegs sind die Appenzeller in der Luftfahrt, im Schienenfahrzeug- und im Sportbereich.»*

## Living, Commercial, Mobility & Sports

Die Mission des Unternehmens? Mit Textilien Räume zu gestalten. «Allen Errungenschaften moderner Technologien zum Trotz – um sich in einem Raum wohlfühlen, braucht es Teppiche, und es braucht Stoffe und Vorhänge. Textilien steuern die Luftfeuchtigkeit, sie entziehen der Luft Staub und Bakterien, sie dämpfen den Lärm, isolieren, sind angenehm zu berühren und mit ihren Farben und Strukturen geben sie Räumen ihr Gesicht – wo wir wohnen und wo wir arbeiten», bricht Tischhauser eine Lanze für die Materialien aus verflochtenen Fasern.

Mit dieser Ausrichtung gehört Tisca zu den bedeutendsten Anbietern von Transport-, Objekt-, Sport- und Wohntextilien. Die Kundengruppen sind entsprechend vielseitig: «Als KomplettHersteller produzieren wir kundenspezifisch hergestellte Produkte genau nach Vorgabe», so Matthias Tischhauser. Die vier Märkte heissen: Living (Heimbereich und Garten), Commercial (Büro, öffentliche Gebäude, Hotels, Gastro, Shops, Gesundheitswesen), Mobility (Flugzeug, Zug, Bus,

Schiff) und Sports (Fussball, Tennis, Golf, Multisport). Geliefert wird weltweit – von Australien über den Nahen Osten bis nach Nord- und Südamerika. «Und natürlich auch in Europa.»

Ein entscheidender Wettbewerbsfaktor ist die breit aufgestellte Struktur: «Wir sind weltweit das einzige Unternehmen, das ein derart vielfältiges Sortiment an textilen Bodenbelägen, Sitzbezugsstoffen, Vorhängen und konfektionierten Produkten unter einem Dach entwirft, entwickelt und produziert – ohne Untervergabe an Subunternehmer», sagt Tischhauser. «Das macht uns zum perfekten One-Stop-Shop für unsere Kunden, Designfirmen und Architekten, die ein Flugzeug, einen Zug, ein Hotel oder ein Bürogebäude ausstatten wollen.» Und es macht alles verlässlicher, schneller, nachhaltiger und günstiger für die Kunden der Appenzeller, da sie die Waren direkt ab Produktion beziehen können.

## Diversifikation macht krisenresistent

Zudem profitiert Tisca von ihrer Diversifikation – sowohl in Produkten als auch in Märkten. «Das macht uns nicht nur krisenresistent, sondern bietet auch Synergiepotenziale, die wir an unsere Kunden weitergeben», sagt Matthias Tischhauser. Beim Thema Preisdruck wird Tischhauser deutlich: «Wir gewinnen über Qualität, Funktionalität, Innovation und Service. Wenn der Einkäufer nur den Quadratmeterpreis anschaut, dann sind wir immer die Teuersten – erst recht im Ausland. Wenn die Kunden hingegen die gesamten Lebenszykluskosten berücksichtigen, dann gehören wir zu den Besten.»

Und wie läuft das Geschäft aktuell? «Dank unserer diversifizierten Produkte und Märkte gibt es immer Bereiche, die gerade sehr gut laufen, während andere harzen», so Tischhauser. Während der Pandemie war die kommerzielle Luftfahrt sprichwörtlich am Boden, während der Heimbereich boomte. Momentan ist es gerade umgekehrt: Aktuell sehr erfolgreich unterwegs sind die Appenzeller im Schienenfahrzeugbereich, in der Luftfahrt und im Sportbereich. «Schwierig ist das Umfeld hingegen schon seit einigen Jahren in Deutschland, unserem grössten Exportmarkt für den Heim- und Objektbereich.» Zunehmend anspruchsvoll gestaltet sich auch die Beschaffung: «Es gibt immer weniger Lieferanten für Rohmaterialien in Europa – etwa Garnhersteller, aber auch Veredelungsbetriebe. Damit wird die ganze textile Kette noch internationaler, was gerade mit Blick auf unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen eine Herausforderung sein kann.»



Für Tisca ist das Appenzellerland nach wie vor ein idealer Standort.

Nachhaltigkeit ist ein gutes Stichwort. Wie sieht es damit in Bühler aus? «Nachhaltigkeit, Innovation und Digitalisierung gehen auch für die Tisca Hand in Hand.» Seit sieben Jahren ist eine Nachhaltigkeitsbeauftragte bei Tisca tätig. «Wir produzieren Teppichböden aus rezyklierten Abfallmaterialien, etwa aus in den Ozeanen eingesammelten Fischernetzen. Und digitalisierte Produktionsprozesse erlauben, Produkte anhand ihrer Chargennummer akkurat zu sortieren und dem entsprechenden Rücknahmeprogramm zuzuordnen», sagt Matthias Tischhauser. Auch auf Unternehmensebene wird

Nachhaltigkeit gelebt: «Wir produzieren über 50 Prozent unseres Strombedarfs mit eigenen PV-Anlagen, heizen mit erneuerbaren Energien und haben unsere Gebäudehüllen saniert. Wir berechnen unseren Company-Carbon-Footprint und folgen einem wissenschaftsbasierten Absenkpfad.»

Auch das Engagement im Ausland lässt sich sehen: «In Schottland besitzen wir ein Grundstück, auf dem eine Fläche von rund 20 km<sup>2</sup> aktiv aufgeforstet wird. So konnten bereits 100'000 Tonnen CO<sub>2</sub> gespeichert und ein vielfältiges Ökosystem geschaffen werden.» Ebenso wird dort ein Windpark

Anzeige

Appenzeller Druckerei

**D' Fählerquote  
weed nüd gad  
dös Aaluege  
mönde.**

Zomi Wohl

Die Appenzeller Druckerei arbeitet sorgfältig und genau. Darauf sind alle sehr stolz.

Meh öbe d' Produktion und wilteri Theme önde  
[zomiwohl.ch](http://zomiwohl.ch)



Matthias Tischhauser ist überzeugt: «Für innovative Unternehmen gibt es immer einen Markt.»

mit 19 Windenergieanlagen betrieben. Und auch lokal setzt Tisca ein Zeichen: «Als Beitrag für die Gesellschaft im Appenzellerland und darüber hinaus unterstützt die Tisca-Tischhauser-Stiftung seit Jahrzehnten alle Arten von kulturellen und gesellschaftlichen Projekten und Belangen.»

#### An liberalen Prinzipien festhalten

Mit Blick auf die Branche zeigt sich Matthias Tischhauser grundsätzlich optimistisch: «Für innovative Unternehmen gibt es immer einen Markt – das gilt auch für den Textilbereich.» Gleichzeitig warnt er: «Die ganze Schweizer Industrie kämpft mit dem starken Franken, zunehmender Bürokratie und vielen komparativen Nachteilen gegenüber Mitbewerbern aus anderen Kontinenten.» Der wirtschaftspolitische Handlungsbedarf sei akut. «Wir sind kurz davor, unseren Wohlstand zu verspielen.» Laufende wirtschafts- und standortschädliche Referenden, Reformstau, steigende Staatsquote und wachsender Sozialausbau gefährdeten das Erfolgsmodell Schweiz. «Um es zu erhalten, müssen wir an den liberalen Prinzipien festhalten, die uns gross gemacht haben: Eigenverantwortung statt staatlicher Bevormundung, Anreize statt Verbote, Marktwirtschaft statt obrigkeitlicher Eingriffe, mehr Freihandel und weniger Abschottung und Protektionismus.»

Ein weiterer Dauerbrenner ist der Fachkräftemangel. «Wir setzen vor allem auf Ausbildung im eigenen Betrieb», so Tischhauser. «Wir achten bei der Einstellung vor allem auf Einstellung, Persönlichkeit und Charakter – und schulen den Rest.» Sorge bereitet ihm jedoch der «Braindrain» aus der

Region: «Die Abwanderung von gut ausgebildeten und qualifizierten jungen Menschen in die grossen Wirtschaftszentren verursacht vielseitige negative Folgen für Wirtschaft und Gesellschaft.»

#### «Geliefert wird weltweit – von Australien über den Nahen Osten und Amerika bis Europa.»

Für Tisca ist das Appenzellerland aber nach wie vor ein idealer Standort: «Es ist vor allem ein äusserst attraktiver Wohnort. Wir ermöglichen unseren Angestellten, diese Wohnvorteile mit einer Arbeitsstelle vor Ort zu verbinden», so Matthias Tischhauser. Die hohe Lebensqualität, lokale Identität und wirtschaftsfreundliche Politik seien klare Vorteile. «Für ein Unternehmen wie Tisca, das Qualität und Tradition mit moderner Technologie verbindet, ist es ein attraktiver Standort, dem wir Sorge tragen müssen.»

**Text:** Stephan Ziegler

**Bild:** Marlies Beeler-Thurnheer

# Wenn Bahn und Bank Geschichte schreiben

150 Jahre Appenzeller Bahnen, 125 Jahre Appenzeller Kantonalbank – zwei Institutionen, die das Appenzellerland geprägt haben, feiern 2025 bedeutende Jubiläen. AB-Direktor Thomas Baumgartner und APPKB-Direktor Ueli Manser blicken zurück und voraus – mit grosser Bodenhaftung und einem gemeinsamen Ziel: die Zukunft aktiv zu gestalten, ohne die Herkunft zu vergessen.

«Massgebend für die Entwicklung war ein erfolgreiches Zusammenspiel verschiedener Faktoren in den unterschiedlichen Zeiträumen», sagt Thomas Baumgartner mit Blick auf die bewegte Geschichte der Appenzeller Bahnen. «Am relevantesten waren (und sind es immer noch) das Angebot und die Dienstleistungen der AB für die Bevölkerung, also der Fahrplan, die Betriebszeiten und die Fahrzeuge.» Der bedeutendste Meilenstein in jüngster Zeit sei die Inbetriebnahme des Ruckhaldetunnels gewesen: «Er ermöglichte die Beschaffung von neuen Fahrzeugen und die Umsetzung des Viertelstundentakts.»

Wichtige Weichenstellungen habe es aber nicht nur auf technischer Ebene gegeben, sondern auch strukturell: «Mit der Fusion 2006 erhielten die AB eine Grösse, die ihr ein selbstständiges Agieren am Markt ermöglicht. Zudem konnte sie Prozesse und Kosten optimieren.»

Thomas Baumgartner:  
Ökologische  
Verantwortung.

## Infrastruktur mit Verantwortung

Die AB blicken dabei auch in die Zukunft – mit Innovationsgeist: «Künftig wird der Zug auf der Linie Rheineck-Walzenhausen vollautomatisch verkehren. Das ermöglicht Angebotserweiterungen ohne wesentliche Mehrkosten.» Darüber hinaus investieren die AB in neue Technologien zur Steuerung der Infrastruktur: «Wir nutzen Sensortechnik zur Steuerung der Perronbeleuchtung und arbeiten mit Fairtiq im Bereich des automatischen Ticketings.»

Baumgartner unterstreicht, wie sehr sich die Rolle der AB in der Region verändert hat. «Früher hatten die kleinen Bahnen mit den ihnen zur Verfügung stehenden Finanzmitteln zu kämpfen. Heute ist die Finanzierung der Bahninfrastruktur hervorragend geregelt.»

Auch wirtschaftlich seien die Bahnen ein bedeutender Faktor: «Die AB bieten mehr als 240 Arbeitsplätze, investieren im Jahr rund 40 Millionen Franken in die Infrastruktur, und sie beschafften in den vergangenen Jahren für nahezu 200 Millionen Franken Fahrzeuge. Der weitaus grösste Teil dieser Investitionen fliesst in die Ostschweizer Industrie und in das lokale Gewerbe.»

Die Appenzeller Bahnen sind auch als Partnerin im Tourismus stark gefragt: «Mit dem guten Fahrplanangebot und den modernen Zügen tragen die AB zusammen mit Partnern aus dem Tourismus stark zur touristischen Entwicklung bei.» Ein Thema dabei sei auch die ökologische Verantwortung: «Mit mehr Parkplätzen und neuen Strassen wird es nicht gelingen, die Gäste auf die Bahn zu lenken. Der Ansatz muss in der Verlagerung von der individuellen in die öffentliche Mobilität sein.»

*«Wir kennen Land und Volk und sind nahe bei unserer Kundschaft.»*

## Finanzdienstleistung mit Gesicht

Was Thomas Baumgartner für die Infrastruktur ist, ist Ueli Manser für die Finanzen. Seit 2007 ist er Direktor der Appenzeller Kantonalbank und erlebt 2025 das 125-Jahr-Jubiläum der Bank. «Unsere Bank ist ein Klein- und Mittelunternehmen. Lange meinten teils Leute, je grösser eine Bank ist, desto besser. Die aktuelle Erfahrung zeigt, dass dies nicht stimmt. Im Gegenteil, die Kundschaft bevorzugt wieder vermehrt auch in der Bankbranche ein KMU.»

Die Bankgeschichte ist reich an Umbrüchen, überstandenen Herausforderungen und solidem Wachstum. Als wichtige Etappen nennt Manser den Bezug des Neubaus 1996, den Erweiterungsbau 2008 sowie die Totalsanierung der Niederlassung in Oberegg 2011. «Auch der Namenswechsel im Jahr 2000 von der Appenzell-Innerrhodischen Kantonalbank zur Appenzeller Kantonalbank war ein bedeutender Schritt in unserer Entwicklung.»

### Engagement, das ankommt

Dabei ist die Bank regional stark verankert: «Wir kennen Land und Volk und sind nahe bei unserer Kundschaft. Wir bieten wohl digitale Kanäle wie E-Banking, Mobile Banking oder TWINT an. Aber bei uns sind persönliche Gespräche genauso wichtig. Wir sprechen nicht nur von Kundennähe, sondern wir leben sie.»

Die Rolle der Bank für die wirtschaftliche Entwicklung des Appenzellerlandes sei zentral. «Dank Hypotheken für Eigenheime und Mehrfamilienhäuser konnten viele Wohnträume verwirklicht werden. Mit unserer verantwortungsvollen Kreditpolitik unterstützen wir gezielt das lokale Gewerbe – vom Handwerksbetrieb über die Landwirtschaft und Gastronomie bis hin zur Lebensmittelbranche und dem Detailhandel.»

Manser ergänzt: «Die von uns mitfinanzierten Investitionen ermöglichen es KMU, sich weiterzuentwickeln, bestehende Arbeitsplätze zu sichern und neue zu schaffen. Dies wiederum bildet für viele Menschen die wirtschaftliche Existenzgrundlage und generiert wertvolle Steuereinnahmen.»

Ueli Manser: Gesellschaftlicher Zusammenhalt.



Auch als Arbeitgeberin spielt die APPKB eine Rolle: «Wir beschäftigen rund 120 Angestellte, von denen etwa 85 Prozent in den Kantonen Appenzell Innerrhoden oder Appenzell Ausserrhoden wohnen – ein weiterer wertvoller Impuls für die regionale Wirtschaft.»

Gesellschaftlich engagiert sich die Bank ebenfalls stark: «Wir unterstützen jährlich rund 200 Anlässe im gesellschaftlichen, kulturellen oder sportlichen Bereich im Appenzellerland. Mit diesen Beiträgen ermöglichen wir Anlässe, die für den gesellschaftlichen Zusammenhalt enorm wichtig sind.»

*«Ein solches Jubiläum ist kein Selbstläufer, sondern das Resultat harter Arbeit und viel Vertrauen über Generationen hinweg.»*

### Feiern mit der Bevölkerung

Wie bei den AB steht auch bei der APPKB das Jubiläum ganz im Zeichen der Bevölkerung: «Das KB-Fest am Samstag, 12. Juli im Dorf Appenzell ist der Höhepunkt unseres Jubiläumsjahres. Den ganzen Tag über wird an verschiedenen Orten im Dorf gefeiert. Am Abend erwartet Sie ein musikalisches Highlight: ein Openair-Konzert mit «Hecht» und «Riana.»

Auch bei den AB gibt es zahlreiche Jubiläumsveranstaltungen: «Am 3. Mai 2025 eröffnen die AB offiziell das Servicezentrum in Appenzell. An diesem Tag stehen die Türen für die Bevölkerung offen. Zeitreisen mit historischen Zügen sind am 25. Mai in Herisau und am 7. September in Heiden möglich. Im August und September findet das Theater «Bahn frei!» in der ehemaligen Werkstatt Gais statt. Und nicht zu vergessen ist die Sonderbriefmarke zum Jubiläum.»

### Verantwortung für morgen

Die Zukunft bleibt für beide Unternehmen ein zentrales Thema. «Wir wollen weiterhin mit gesundem Wachstum und bedürfnisgerechten Produkten einen nachhaltigen Geschäftserfolg erzielen», so Ueli Manser. «Unser Ziel ist klar: Die nächste Generation soll in 25 Jahren als weiterhin selbstständige und erfolgreiche Appenzeller Kantonalbank das 150-Jahr-Jubiläum feiern können.»

Thomas Baumgartner denkt in ähnlichen Bahnen: «Wir werden die Automatisierung vorantreiben. Zudem möchten die AB das Marktpotenzial abschöpfen. Dabei denke ich an die intakten Chancen von Trambahnen im urbanen Raum.»

Beide Direktoren sehen den Erfolg ihrer Institutionen auch als Resultat langfristiger Verlässlichkeit. «Ein solches Jubiläum ist kein Selbstläufer, sondern das Resultat harter Arbeit und viel Vertrauen über Generationen hinweg», fasst Baumgartner zusammen. Und Manser ergänzt: «Wir wollen glaubwürdig bleiben – und dazu gehört auch, dass man bei allen digitalen Entwicklungen die Kunden nie aus dem Blick verliert.»

Zwei Unternehmen, zwei Jubiläen – und ein gemeinsamer Nenner: das Bekenntnis zur Region und zur Weiterentwicklung mit Augenmass, Innovationsgeist und Verantwortung.

**Text:** Fabian A. Meyer, Stephan Ziegler  
**Bilder:** zVg

**säntis**  
der berg

# Deine Inspiration Dein Säntis



Scannen und CHF 1000.00  
für Ihr nächstes Seminar  
auf dem Säntis  
gewinnen.

# Inspiration und Begeisterung im Würth Haus Rorschach

Das Würth Haus Rorschach bietet nicht nur optimale Bedingungen für Tagungen, Feiern und Kongresse, sondern schlicht ein einzigartiges Erlebnis. Die Verbindung von Kunst, Kultur und Kulinarik in direkter Bodenseelage macht jede Veranstaltung zu etwas Besonderem.

## Ein Ort der Begegnung

Im Würth Haus Rorschach stehen Menschen und ihre Begegnungen im Mittelpunkt. Die moderne Architektur mit direktem Seebereich schafft eine inspirierende Atmosphäre. Der wandelbare Carmen Würth Saal überzeugt mit seiner Vielseitigkeit und technischen Ausstattung – perfekt für Konferenzen, Galas oder Konzerte. Ergänzend bieten die 16 lichtdurchfluteten Meetingräume Platz für unterschiedlichste Veranstaltungen – von kleinen Seminaren bis hin zu grossen Events. Die Freifläche am Bodenseeufer eignet sich ideal für Sommerfeste oder Firmenfeiern und bietet mit der idyllischen Seepromenade und atemberaubenden Sonnenuntergängen ein herrliches Setup.

## Ein Ort der Kunst

Als Rahmenprogramm für Tagungen oder zur kreativen Inspiration bietet sich im Forum Würth Rorschach die Möglichkeit, in die fabelhafte Welt der Kunst einzutauchen. Speziell für Seminar- und Tagungsgäste stehen individuell abgestimmte Kunstführungen und Kunstworkshops zur Verfügung.

## Kulinarische Highlights und nachhaltige Verantwortung

Für das leibliche Wohl sorgt Panorama Catering mit einem abwechslungsreichen, hochwertigen Angebot. Als Mitglied des nachhaltigen Labels «Culinarium» wird besonderer Wert auf regionale Produkte und saisonale Spezialitäten gelegt. Nachhaltigkeit als wichtigen Eckpfeiler für Würth zeigt sich im Nachhaltigkeitsprogramms «Swisstainable». Das Würth Haus Rorschach ist auf Stufe 2 «engaged» eingestuft worden und engagiert sich stark für nachhaltiges Handeln – gerade in der Event-Branche.



## Persönlicher Service mit Leidenschaft

Im Würth Haus Rorschach steht ein engagiertes Event-Team bereit, das Sie mit kreativen Ideen und individueller Beratung unterstützt. Hier geht es nicht nur um die Vermietung von Räumen – das Team begleitet Sie von der Planung bis zur Umsetzung mit Kompetenz und Begeisterung. Das Ziel: Ihnen eine sorgenfreie und rundum gelungene Veranstaltung zu ermöglichen.

## Würth Haus Rorschach

Churerstrasse 10  
CH-9400 Rorschach  
+41 71 225 10 40  
events@wuerth-management.com  
www.wuerth-haus-rorschach.ch



## Hightech aus Herisau

Die VC999 Verpackungssysteme AG aus Herisau ist ein weltweit führender Hersteller von Vakuumverpackungsmaschinen. Seit 1971 ist das Familienunternehmen im Markt aktiv und beschäftigt heute rund 250 Mitarbeiter, davon 70 in der Schweiz. CEO Christian Allenbach kennt die Stärken seines Unternehmens genau.

Ein Rätsel sei gleich zu Beginn aufgelöst: VC999 steht für «Vacuum Capacity 99,9 %» und verweist auf den maximal erreichbaren Vakuumwert. Aus Herisau und North Kansas City vertreibt VC999 ihre Produkte in Heimmärkten und weltweit. «An beiden Standorten entwickeln, konstruieren und montieren wir unsere Anlagen. Unsere Kunden schätzen die hochwertige Ausführung, die Einfachheit und Zuverlässigkeit der Anlagen und dass sie leicht zu reinigen sind», fasst Christian Allenbach die Vorteile «seiner» Produkte zusammen.

Eine weitere Stärke von VC999 liegt in der Nähe zum Schweizer Heimmarkt. «Hier sind wir mit Regionalverkäufern und Servicetechnikern sehr nah bei unseren Kunden», sagt der CEO. «Europa- und weltweit arbeiten wir mit langjährigen Handelspartnern zusammen. Sie kennen ihre Region und Märkte am besten.»

### Vom Einzelgerät bis zur Fertigungslinie

Das Kundenspektrum von VC999 ist breit. «Für Grossbetriebe bieten wir komplette Fertigungslinien für die Verpackung mit Anbindung an die interne Logistik an», erklärt Allenbach. «Kleinere Linien für gewerbliche Anwender passen wir oft an die

Christian Allenbach:

## Neue Ideen zulassen.



räumlichen Möglichkeiten bei den Kunden an, während unsere Einzelgeräte im Bereich Küche und Verkaufstresen direkt aufgestellt und betrieben werden können.» Dabei gebe es typische Anforderungen: Die Einfachheit der Bedienung und das leichte Reinigen der Anlagen sind nebst einem störungsfreien Betrieb die wichtigsten Kundenanforderungen.

Ein spannender Trend sei die Zunahme von Selbstbedienungslösungen, beobachtet Christian Allenbach. «Wir sehen insbesondere in Europa aufgrund der demografischen Entwicklung eine Zunahme von Verkaufslökalen wie Metzgereien oder Käsefachgeschäften, die nicht mehr durchgehend mit Personal besetzt sind. Selbstbedienung und Self-Scanning werden also weiter zunehmen.» Auch nach Feierabend oder am Wochenende kann so ein Einkauf erfolgen. «Wir durften bereits Konzepte begleiten, wo man etwa alles für einen geselligen Fondue- oder Raclette-Abend kaufen kann.» Die VC999-Anlagen bieten auch kleineren Unternehmen die Chance zum «personallosen» Verkauf.

Neben dem hiesigen Detailhandel ist VC999 auch international aktiv. «Wir intensivieren unser internationales Engagement und sind an den wichtigen Handelsmessen präsent», erklärt Allenbach. Zudem bedient das Unternehmen auch die Medizintechnik. «Unsere

Division Medical bietet Verpackungslösungen in diesem Segment an. Wir stellen einen validierten Prozess für Sterilverpackungslösungen gemäss MDR inklusive Maschine, Prozessdatenerfassung, Verpackungsmaterialien und unter Einhaltung der ISO 13485 schlüsselfertig bereit.»

Gerade in der Medizintechnik sieht Allenbach Chancen: «Mit der neuen MDR der EU wurde die Verpackung deutlich aufgewertet, sie wurde zu einem kritischen Bestandteil des Medizinprodukts.» Allerdings seien die Zertifizierungshürden nicht zu unterschätzen: In den vergangenen Jahren war deutlich spürbar, wie die zunehmenden regulatorischen Anforderungen zulasten der Dynamik in der Branche gingen. «Wir sind aber überzeugt, dass unsere schlüsselfertigen Lösungen bei Medtech-Herstellern sowie -Verpackern eine Lücke schliessen.»

### Mit Appenzeller Wurzeln in die Welt

Dass VC999 trotz globaler Präsenz ein Appenzeller Familienunternehmen geblieben ist, betrachtet Allenbach als strategischen Vorteil. «Die Unternehmerfamilie Inauen hat mit Geschick und Herzblut das Unternehmen aufgebaut.

## Sägewies III, Heiden, AR:

# Moderner Wohnenuss in ländlichem Ambiente

Am südlichen Dorfrand von Heiden entstehen drei identische Neubauten mit insgesamt 15 Wohnungen (3.5 bis 5.5 Zimmer). Die Einheiten bieten sonnige Terrassen, Sitzplätze mit Gartenanteil oder grosszügige Dachterrassen. Die ruhige Lage am Ende einer Sackgasse lädt zum Entspannen ein, während Schulen, Einkauf und Busbahnhof nur wenige Gehminuten entfernt sind.

Ein angrenzendes Wegenetz und die grüne Umgebung machen das Wohnen hier besonders attraktiv.



## Sägewies II, Heiden, AR:

# Ihr Eigenheim über der Nebelgrenze

Am Ortsrand von Heiden entsteht auf der ehemaligen Viehschau-Wiese ein neues Wohnprojekt mit zwei Gebäuden und 12 Wohnungen (3.5 und 4.5 Zimmer).

Die Einheiten bieten grosszügige Balkone oder Gartensitzplätze, je nach Etage. Praktische Abstellflächen, Kellerabteile und Parkmöglichkeiten befinden sich im Untergeschoss. Der Zugang zu den Wohnungen erfolgt bequem über einen direktem Lift.

**leven**property

Scheffelstrasse 1  
9000 St. Gallen  
☎ +41 71 250 05 40  
leven-property.ch

Schon früh – Mitte der 1980er-Jahre – erfolgte die Expansion in andere Länder, insbesondere in die USA, wo unsere Schwester VC999 Packaging Systems Inc. äusserst erfolgreich mit knapp 200 Mitarbeitern Tiefziehmaschinen für unterschiedlichste Betriebsgrössen entwickelt und fertigt.»

Beide Unternehmen der Inauen Group eint ein Anspruch: «Nebst der Kundenberatung kommen Entwicklung, Konstruktion, Fertigung, Service und Unterhalt der Anlagen aus einer Hand. Kurze Wege, schnelle Entscheide und eine rasche Anpassung an neue wirtschaftliche Rahmenbedingungen werden so möglich. Wir selbst halten uns durch den regen Austausch mit unseren Kunden über die Marktbedürfnisse und -entwicklungen auf dem Laufenden.» Ziel sei jeweils die optimale Lösung für die Bedürfnisse der Kunden, damit diese ihre Ziele erfolgreich umsetzen können. «Unsere Produkte sind nicht billig», sagt Christian Allenbach. «Wer unsere Produkte kauft, investiert aber in Qualität und Langlebigkeit. Sie bieten jahrelange Zuverlässigkeit und sind auf lange Sicht äusserst wertbeständig.»

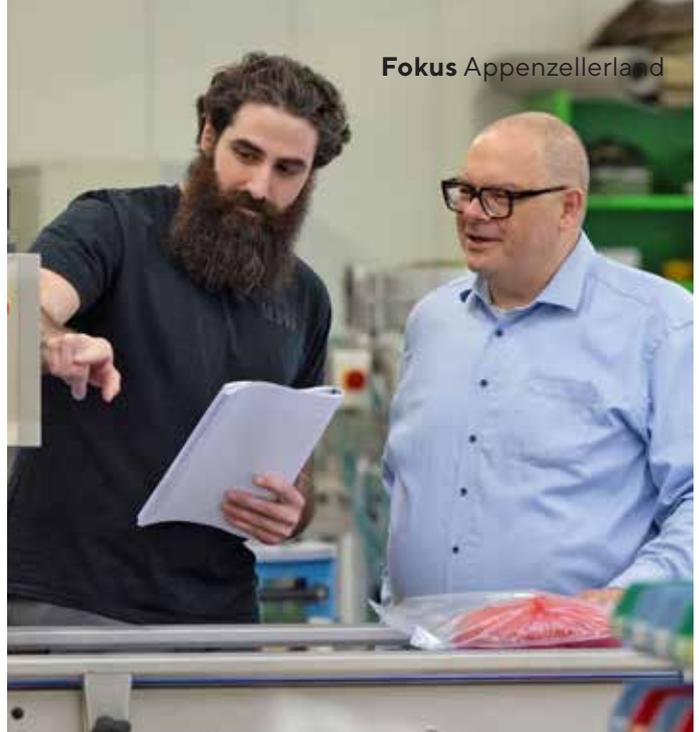
Starke Märkte sind also traditionell die USA und die Schweiz. «Weitere Potenziale ergeben sich überall dort, wo Menschen sich länger haltbare, vakuumverpackte Lebensmittel leisten können», so Allenbach. Auch die Entwicklungen in den Hygiene- und Verpackungsvorschriften sowie in der Gesetzgebung zum Recycling von Verpackungen können sich günstig für die Appenzeller auswirken: Als Folge der demografischen Entwicklung bilden Grossküchen mit Mahlzeitendiensten und portionierten Speisen für Einzelpersonen, Heime und Kitas Beispiele für weitere Gelegenheiten für Vakuumverpackungen. Diese Chancen prüfe man laufend und entscheide, wo man sich mit Lösungen «Made in Herisau» einbringen will.

Auch innerhalb der Branchen erkennt Christian Allenbach Verschiebungen: «Die Veränderungen im Handel und bei den Verkaufsgeschäften haben an Dynamik gewonnen. Hier sehen wir Chancen für den Einsatz unserer Verpackungssysteme und anwendungsgerechte Anpassungen.» Besonders im Gastronomiebereich nehme die Nutzung von Vakuumiertechnologie zu. «Das Rüsten und Mise-en-place kann beispielsweise für grössere Mengen erfolgen. Die Zubereitung findet später nach Bedarf statt.» Und: Food Waste kann mit Vakuumieren gesenkt werden.

**«Potenziale ergeben sich dort, wo Menschen sich vakuumverpackte Lebensmittel leisten können.»**

#### **Fortschritt als zentrales Thema**

Auch Nachhaltigkeit spielt bei VC999 eine wichtige Rolle. «Die Verpackungsmittelindustrie stellt heute interessante Lösungen zur Erhöhung der Recyclingfähigkeit und zur Nutzung von Produkten mit hohem Rezyklatanteil zur Verfügung, die wir mit geringen Anpassungen integrieren können», so der CEO. Die europäische Verpackungsrichtlinie werde dies weiter unterstützen. Allerdings stellt man in Herisau auch fest, dass (noch) nicht alle Kunden die Preisdifferenz zu nachhaltigeren Verpackungen zu tragen bereit sind. Technologischer Fortschritt bleibt ein zentrales Thema. «Unsere Kunden wollen, dass die Anlagen noch einfacher in der Bedienung werden, beispielsweise mittels



**Auch Lebensmittelverschwendung kann mit Vakuumieren gesenkt werden.**

Piktogrammen», sagt Allenbach. «Sie wünschen sich auch eine geringere Personalbindung beim Einbeuteln der Ware, Mehrmaschinenbedienung und Produktivitätssteigerungen.» Die Automatisierung hat zur Folge, dass die Komplexität der Anlagen steigt – und die erforderlichen Automaten sind auf dem Arbeitsmarkt knapp, die Lohnerwartungen hoch. «Da überlegt sich manch einer die Automatisierung zur Einsparung von Personal im Verpackungsbereich sicher zweimal.»

**«Unsere Kunden wollen einfach bedienbare Anlagen.»**

Auch künstliche Intelligenz werde zunehmend integriert – mit verschiedenen Tempi: «Viele unserer Kunden sind im handwerklichen und gewerblich-industriellen Umfeld tätig. Hier wird KI bislang nicht so oft angesprochen.» Grossindustrielle Betriebe, beispielsweise bei Fleischzerlegung oder Fischverarbeitung, sähen hingegen in KI gekoppelt mit Bildverarbeitung und Automatisierung weitere Chancen zur Produktivitätssteigerung und zur Reduktion von Abfall. VC999 selbst nutzt neue Technologien im Alltag: «Wir nutzen KI-Abfragen, Übersetzungstools, Bots und mehr, wo es sinnvoll ist.»

Für die Zukunft hat Christian Allenbach eine Vision: «Wir sind uns bewusst, dass wir uns neben den grossen Playern am Markt unsere Nischen und Kunden laufend suchen und immer neu erarbeiten müssen. Dafür sind wir offen. Gleichzeitig werden wir sicherstellen, dass wir unseren Personalstamm auch laufend verjüngen, neue Ideen zulassen und das Schaffen von Wert für den Kunden im Fokus behalten.»

**Text:** Stephan Ziegler

**Bilder:** Marlies Beeler-Thurnheer



Thomas Baselgia:

**Weltweite  
Zukunft.**

# Verschlüsse aus dem Appenzeller Vorderland sind international gefragt

Vom Einmannbetrieb zum internationalen Qualitätsanbieter für Verschlussysteme: Die Herrmann AG in Walzenhausen blickt auf eine beeindruckende Geschichte zurück und positioniert sich heute mit über 700 Millionen produzierten Teilen jährlich als verlässlicher Partner für Pharma, Kosmetik, Medizin und Industrie.

Der 1. August ist für die Herrmann AG gleich doppelt bedeutend: Während die Schweiz ihren Nationalfeiertag begeht, feiert das Unternehmen jeweils seinen Geburtstag. Gegründet wurde es 1946 von Ernst und Fanny Herrmann als Werkstatt für Präzisionsmechanik. Bereits wenige Jahre später wagte das Ehepaar den Schritt in die Kunststoffverarbeitung – mit der Anschaffung der ersten Spritzgussmaschine. Dieser Entscheid legte den Grundstein für eine Erfolgsgeschichte, die bis heute andauert: Heute zählt die Firma rund 70 Mitarbeiter und beliefert über 30 Länder mit jährlich etwa 700 Millionen Spritzgussteilen.

*«Viele unserer Angestellten sind seit über 30 oder 40 Jahren im Unternehmen tätig.»*

## Qualität «Made in Walzenhausen»

«Unser Markenzeichen ist konstante und nachhaltige Qualität», sagt Geschäftsführer Thomas Baselgia. «Dazu kommt unser Fokus auf individuelle Kundenlösungen – wir begleiten unsere Auftraggeber von der Idee bis zum serienreifen Produkt.» Ein besonderer Trumpf sei dabei die Inhouse-Konstruktion im eigenen Werkzeugbau, die massgeschneiderte Werkzeuge auf höchstem Niveau ermöglicht.

Die Herrmann AG hat sich über die Jahrzehnte als Spezialist für Kunststoffverschlüsse etabliert – vom klassischen Schraubdeckel bis zum kindersicheren Pharmazieverschluss. In der Pharmabranche ist das Unternehmen besonders stark vertreten: Über 60 Prozent des Umsatzes entfallen auf diesen Sektor, der Exportanteil liegt bei rund 75 Prozent. Doch auch in Bereichen wie Kosmetik, Reinigungsmittel oder Agrochemie kommen die Produkte zum Einsatz. Die Nachfrage steigt – in Europa, in Nord- und in Südamerika. «In Spanien, Deutschland, Italien und Osteuropa registrieren wir besonders starkes Wachstum», so Baselgia. «Aber auch in Übersee – etwa in den USA und Kanada – sehen wir grosses Potenzial, das wir künftig noch stärker ausschöpfen möchten.»

## Zertifiziert und nachhaltig unterwegs

Ein Garant für diesen Erfolg ist die kompromisslose Qualitätsstrategie des Unternehmens: Die Produktion unterliegt stren-

gen Kontrollen, unterstützt von modernsten Prüfgeräten und ausgefeilten Messprozessen. Entsprechend ist die Herrmann AG nach ISO 9001, ISO 13485 (Medizinprodukte) und ISO 15378 (GMP für pharmazeutische Verpackungen) zertifiziert.

Auch in puncto Umweltbewusstsein ist die Herrmann AG auf der Höhe der Zeit. «Wo es technisch und regulatorisch möglich ist, setzen wir Kunststoffmahlgut aus interner Produktion ein», sagt Baselgia. «Zudem kommen aufbereitete Kunststoffe zum Einsatz, sofern dies mit den Kundenanforderungen und den gesetzlichen Vorgaben vereinbar ist.»

Die Herausforderungen, welche neue EU-Richtlinien – etwa zur Reduktion von Einwegplastik – mit sich bringen, betreffen das Unternehmen laut Thomas Baselgia nur am Rande. «Unsere Produkte sind meist mehrteilige Verschlussysteme für spezifische Anwendungen – da stehen Funktionalität und Sicherheit im Vordergrund.»

*«Wir wollen nicht nur als Produzent, sondern als Entwicklungspartner wahrgenommen werden.»*

## Auf dem Weg zum Systemanbieter

Gleichwohl treibt die Herrmann AG die Entwicklung neuer Technologien voran: «Ein Trend sind patientenfreundliche Verschlüsse, die sich auch für Menschen mit eingeschränkter Motorik einfach öffnen lassen», sagt der Geschäftsführer. Kindersicherheit und Erstöffnungsgarantien seien ebenfalls wichtige Innovationsfelder.

Trotz aller technologischen Trends bleibt die Serienproduktion im klassischen Spritzgussverfahren das Rückgrat der Produktion. Additive Fertigungsverfahren wie der 3D-Druck kommen – wenn überhaupt – nur bei Prototypen oder Kleinserien zum Einsatz. «Für die industrielle Massenfertigung gibt es aktuell keine wirtschaftlich sinnvolle Alternative zum Spritzguss», sagt Baselgia.

Ein zukunftssträchtiger neuer Bereich ist für die Herrmann AG jedoch das sogenannte Spritzblasen – eine Technologie, mit der kleine Hohlkörper wie Fläschchen hergestellt werden können. «Wir sind vor etwa einem Jahr in diesen Bereich eingestiegen», so Thomas Baselgia. «Die Vision ist, als Systeman-

A man in a white shirt and blue trousers is riding a black bicycle on a cobblestone street. He is smiling and looking towards the camera. The background shows a European-style town square with colorful buildings and green trees.

«Unsere Kunden bei Immobilien-  
fragen kompetent zu unter-  
stützen, macht mir Freude.  
Genauso wie mit meinem  
Militärvelo durch Appenzell  
zu kurven.»

Bruno Motzer, Partner  
eidg. dipl. Immobilientreuhänder  
Mitglied Militärveloverein Appenzell



Treuhand | Immobilien | Recht | Steuern | IT

**altrimo**  
persönlich engagiert.



Die Serienproduktion im Spritzgussverfahren ist das Rückgrat der Produktion.

bieter aufzutreten und dem Kunden komplette Lösungen – vom Behälter über den Verschluss bis zum Trockenmittel – anzubieten.»

#### **Fachkräftemangel? Nicht im Appenzellerland!**

Dass der Firmensitz seit Gründung in Walzenhausen geblieben ist, ist kein Zufall. «Wir haben hier stets gute Fachkräfte gefunden – viele unserer Angestellten sind seit über 30 oder 40 Jahren im Unternehmen tätig», freut sich Baselgia. Die Loyalität und Erfahrung im Team seien unbezahlbar – und ein wichtiger Faktor für den Unternehmenserfolg.

*«Für die industrielle Massenfertigung gibt es keine wirtschaftlich sinnvolle Alternative zum Spritzguss.»*

Auch den Wirtschaftsstandort Appenzellerland weiss der Geschäftsführer zu schätzen: «Der Austausch mit den Behörden ist unkompliziert, Anliegen werden effizient bearbeitet, und der Arbeitsmarkt funktioniert gut.» Verbesserungspotenzial sieht er lediglich bei der Anbindung an den öffentlichen Verkehr – sowie beim Freizeit- und Gastroangebot in Walzenhausen, sagt Thomas Baselgia mit einem Augenzwinkern.



Die Herrmann AG hat sich als Spezialistin für Kunststoffverschlüsse etabliert.

#### **Nordamerika im Fokus**

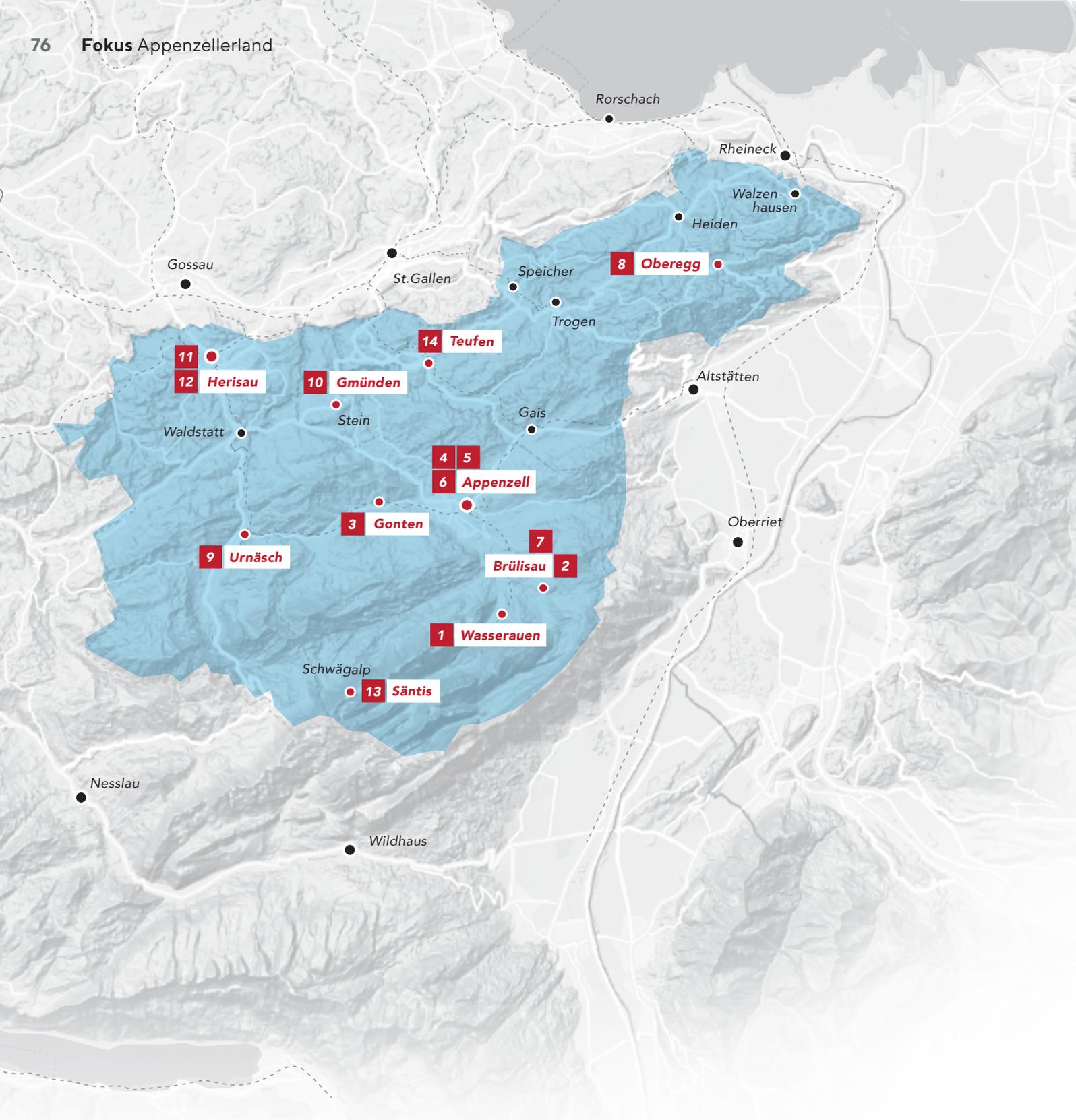
Für die kommenden Jahre hat die Herrmann AG ambitionierte Ziele: Neben dem weiteren Ausbau des Produktsortiments – etwa im Bereich von Trockenmittel-Verschlüssen – steht die Internationalisierung im Fokus. Insbesondere die USA und Kanada sollen künftig stärker bearbeitet werden. «Wir sind bereits auf Messen in den USA präsent und suchen Partner, die uns beim Markteintritt unterstützen», erklärt Baselgia.

Auch intern wird kontinuierlich investiert: in moderne Maschinen, Automatisierung, aber auch in die Ausbildung der Mitarbeiter. «Denn wir wollen nicht nur als Produzent, sondern als Entwicklungspartner wahrgenommen werden – mit Know-how, Innovationskraft und Verlässlichkeit», so Thomas Baselgia.

Das Erfolgsrezept der Herrmann AG ist letztlich einfach, aber wirkungsvoll: Qualität, Kundennähe und ein klares Bekenntnis zum Standort und zur Region. «Wir sind überzeugt: Hochwertige Verpackungslösungen «Made in Walzenhausen» haben weltweit eine Zukunft», sagt Baselgia – und beweist mit seinem Unternehmen täglich, dass diese Überzeugung keine leere Worthülse ist.

**Text:** Stephan Ziegler

**Bilder:** Marlies Beeler-Thurnheer



# Das Appenzellerland im Aufbruch

In Inner- und Ausserrhoden wird kräftig in die Zukunft investiert: Vom Verwaltungszentrum bis zum Bahnhofsumbau, von touristischen Leuchttürmen bis zu nachhaltiger Mobilität – im Appenzellerland ist einiges in Bewegung. Zahlreiche Bau- und Infrastrukturprojekte prägen das aktuelle Bild der beiden Halbkantone.

Die Palette reicht von der Sanierung bestehender Verkehrswege über neue Verwaltungsgebäude bis zu Hotelkomplexen, Seilbahnerneuerungen und multimodalen Bahnhöfen. Gemeinsam ist allen Projekten das Ziel, die Region als Wohn-, Arbeits- und Tourismusstandort zu stärken.



### Appenzell Innerrhoden: Zwischen Alpstein und Verwaltungszentrum

Appenzell Innerrhoden setzt derzeit auf gezielte Investitionen in Infrastruktur, Tourismus und Verwaltung. Die Sanierung der Ufermauer entlang der Sitter dient dem langfristigen Hochwasserschutz. In Brülisau wird die Horstbachbrücke – eine zentrale Verkehrsverbindung – umfassend instand gesetzt. Die Modernisierung der Walzenhauserstrasse in Oberegg sorgt dafür, dass die Strasse heutigen Verkehrsanforderungen besser gerecht wird.

Ein weiterer Beitrag zur Verkehrssicherheit ist die geplante erste Etappe des neuen Geh- und Radwegs entlang der Haslenstrasse. Nach abgeschlossener Einsprachefrist liegt die Baubewilligung vor, der Grundstückserwerb wird derzeit vorbereitet. Die Kosten belaufen sich auf rund 12,35 Millionen Franken – inklusive der Sanierung der Kantonsstrasse.

Innovative Ansätze im Bereich nachhaltiger Mobilität zeigt der Versuchsbetrieb eines Velo-Parkplatzes im Gebiet «Gatter» in Wasserauen. Ziel ist es, mehr Besucher für den Umstieg vom Auto aufs Velo zu gewinnen – zur Entlastung der Verkehrssituation im Talboden.

Für die Sanierung der Eichbergstrasse wurde an der Landsgemeinde ein Kredit von 14,55 Millionen Franken gesprochen. Nach ersten Verhandlungen mit den betroffenen Grundeigentümern folgen nun vertiefte Projektierungsarbeiten.

Mit dem «Appenzeller Huus» in Gonten entsteht eine der grössten Hotel- und Appartementanlagen der Schweiz. Bereits 2025 soll der Komplex mit Hotel, Eigentumswohnungen und Wellnessbereich bezugsbereit sein. In Appenzell wurde Mitte März die neue Alpenbitter-Halle fertiggestellt – ein Holzbau mit ortstypischer Schindelfassade. Und mit dem neuen Verwaltungsgebäude am Landsgemeindeplatz sollen ab 2028 alle Behörden unter einem Dach vereint werden. Derzeit ist der weitere Verlauf des Verwaltungsprojekts noch offen: Drei von vier Einsprachen wurden gutgeheissen, das Departement hat Rekurs eingelegt. Bis zum Entscheid ruht die Planung.



1



2



3



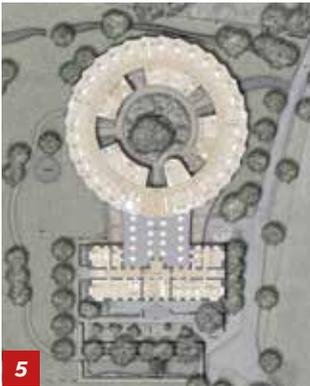
3



4

## Die wichtigsten Bauprojekte im Appenzellerland

- |                                                            |                                                                       |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| <b>1</b> Veloparkplatz Wasserauen                          | <b>9</b> Erweiterung Hotel Krone, Urnäsch                             |
| <b>2</b> Horstbachbrücke, Brülisau                         | <b>10</b> Strassenverkehrs- und Sicherheitszentrum, Gmünden           |
| <b>3</b> Appenzeller Huus, Gonten                          | <b>11</b> Betriebsgebäude Appenzeller Bahnen und Regiobus AG, Herisau |
| <b>4</b> Alpenbitter-Halle & Verwaltungsgebäude, Appenzell | <b>12</b> Neuer Produktionsstandort Hänsseler AG, Herisau             |
| <b>5</b> Bürgerheim Appenzell                              | <b>13</b> Säntis Schwebebahn, Schwägalp                               |
| <b>6</b> Geh- und Radweg Haslenstrasse                     | <b>14</b> Einspuriger Bahntunnel, Teufen                              |
| <b>7</b> Seilbahn Hoher Kasten, Brülisau                   |                                                                       |
| <b>8</b> Windenergieanlage Honegg, Oberegg                 |                                                                       |



Auch die Sanierung und Erweiterung des Bürgerheims in Appenzell kommt voran: Das Vorprojekt wurde genehmigt, das Siegerprojekt «Bruder Sonne Schwester Mond» wird mit einem Budget von 38 Millionen Franken umgesetzt. Bis Herbst 2025 soll das Bauprojekt stehen.

Nach 60 Jahren Betrieb steht bei der traditionsreichen Seilbahn auf den Hohen Kasten eine grundlegende Erneuerung an. Seile, Stützen und Fundamente sind sanierungsbedürftig. Eine umfassende Sanierung würde rund 9 Millionen Franken kosten, während ein Neubau mit höheren Investitionen verbunden wäre, jedoch langfristig geringere Unterhaltskosten verursachen dürfte. Derzeit geben die Verantwortlichen keine Auskunft, da sich das Projekt in einer sensiblen Phase der Entscheidungsfindung befindet.

Ein weiteres Vorhaben ist der geplante Kreisel Schmittenbach. Die Einsprachen zum Wasserbauprojekt wurden bereinigt, jedoch ist die Verschiebung der Freileitungsmasten noch nicht rechtskräftig. Solange das Rechtsmittelverfahren beim Bund läuft, können die Arbeiten nicht weitergeführt werden. Beim Thema Verkehrssicherheit hat ein spezialisiertes Ingenieurbüro rund drei Kilometer Leitschranken analysiert. Die Ergebnisse zeigen teils gravierende Mängel – nun werden die Sanierungsmassnahmen priorisiert und gezielt umgesetzt.

Im Energiebereich sorgt die geplante Windenergieanlage Honegg für Diskussionen: Während der öffentlichen Auflage gingen 19 Einsprachen ein. Der kantonale Nutzungsplan kann erst nach einer rechtskräftigen Entscheidung durch die Standortkommission und Genehmigung durch den Grossen Rat verabschiedet werden.



### Appenzell Ausserrhoden: Sicherheitszentrum, Bahn und Tourismus

Appenzell Ausserrhoden arbeitet an zahlreichen Projekten, die sowohl die Infrastruktur als auch den Tourismus betreffen. Für 2025 sind verschiedene Strassen- und Bushaltestellenprojekte geplant, weitere sollen im Jahr darauf folgen. Ein zentrales Vorhaben ist der Neubau des Strassenverkehrs- und Sicherheitszentrums in Gmünden. Die Investitionssumme beträgt 49,5 Millionen Franken. Das neue Zentrum wird neben dem Strassenverkehrsamt und der Regionalpolizei auch Einrichtungen zur Verkehrssicherheit vereinen und die Abläufe deutlich effizienter machen.

Am Bahnhof Herisau entsteht bis 2028 ein modernes Areal mit Umsteigepunkt sowie Verwaltungs- und Betriebsgebäuden der Appenzeller Bahnen und der Regiobus AG – mit einem Investitionsvolumen von rund 58 Millionen Franken. Der neue Produktionsstandort der Hänseler AG soll im Herbst 2025 bezugsbereit sein.

Auch touristisch wird investiert: Das Hotel Krone in Urnäsch wird seit Herbst 2024 durch einen Neubau ergänzt. In Zusammenarbeit mit der Reka entstehen sieben neue Ferienwohnungen.

### Säntis-Schwebebahn: Neubau für 22 Millionen Franken

Ein weiteres Grossprojekt ist die Erneuerung der Säntis-Schwebebahn. Die Anlage aus den 1970er-Jahren wird durch eine neue Bahn ersetzt, die bis Ende 2026 in Betrieb gehen soll. «Das Lawineneignis von 2019 hat die untere Stütze stark beschädigt», erklärt Geschäftsführer Jakob Gülünay. «Die geforderten Schutzmassnahmen wären aufgrund des Landschaftsschutzes kaum umsetzbar gewesen. Deshalb haben wir uns für eine langfristige Lösung entschieden.»

Ein zentrales Element ist der Verzicht auf die erste Stütze, die durch eine höhere zweite ersetzt wird. «Dadurch entfällt der massive Lawinenschutz, die Landschaft wird aufgewertet, und alte Fundamente können zurückgebaut und renaturiert werden.» Die neuen Kabinen erhalten grosse Panoramafenster, bleiben aber weiterhin für 85 Personen ausgelegt – was mehr Komfort und Platz pro Fahrgast bedeutet.

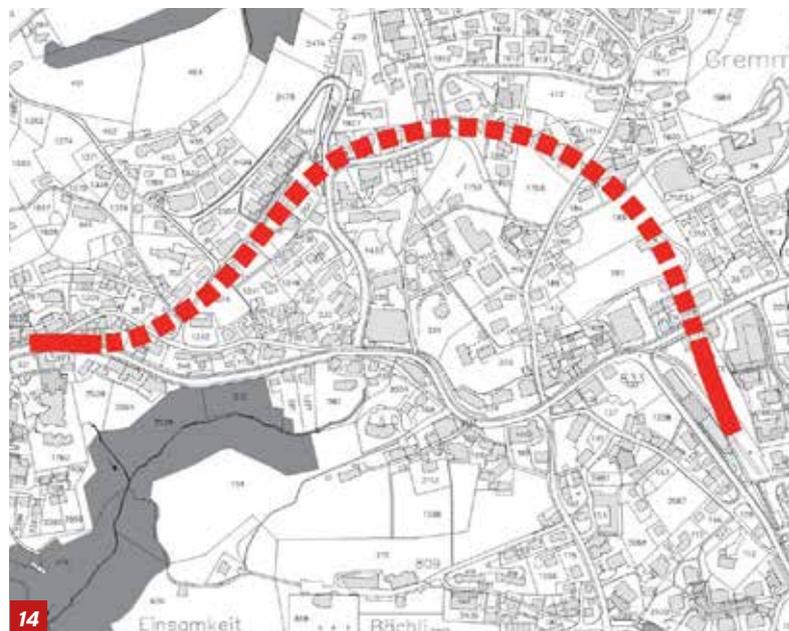
«Die grössere Seilspannung und die erhöhte Pendelfreiheit der Kabinen erhöhen die Windstabilität», so Gülünay weiter. Auch das neue redundante Antriebssystem erhöhe die Verfügbarkeit der Bahn und bringe zusätzliche Sicherheit.

Während der Hauptbauphase ab Mai 2026 wird der Betrieb für rund sechs Monate eingestellt. «Die wichtigste Massnahme ist unsere Personalverleih-Lizenz. Bereits jetzt besteht Interesse von Partnerbetrieben, was gute Perspektiven für unsere Mitarbeiter schafft», sagt Gülünay. Parallel dazu werde das Angebot auf der Schwägalp ausgebaut. «Ein Höhepunkt in dieser Phase wird sicher das Wanderfestival 2026 sein.»

### Bahntunnel Teufen: Ein Projekt mit Gesprächsbedarf

In Teufen wird über den Bau eines einspurigen Bahntunnels zwischen Bahnhof und Stofel diskutiert. Ziel ist eine Entlastung der Ortsdurchfahrt. Die «IG Tüüfner Engpass» setzt sich für eine bezahlbare Umsetzung ein. Während Befürworter die Verkehrswirkung betonen, sehen Kritiker eine hohe finanzielle Belastung. Eine Machbarkeitsstudie bestätigt die technische Umsetzbarkeit.

Das Appenzellerland zeigt sich engagiert und zukunftsorientiert: Zahlreiche Projekte werden konkret umgesetzt und stärken die Position der beiden Halbkantone als attraktive Lebens-, Arbeits- und Tourismusregion. Die Bandbreite reicht von funktionaler Infrastruktur über neue Verwaltungsgebäude bis zu zukunftsgerichteten Mobilitätslösungen und hochwertigen Hotelprojekten. Was alle Vorhaben eint: Sie schaffen Voraussetzungen für eine hohe Lebensqualität und machen die Region fit für kommende Herausforderungen.



**Text:** Patrick Stämpfli

**Bilder:** zVg, Marlies Beeler-Thurnheer

Anzeige



## Unabhängige Vermögensverwaltung

Die unabhängigen Vermögensverwalter für Kunden, die mehr erwarten. Mehr von allem.

Engler AG Vermögensberatung • Blattenheimatstrasse 10 • 9050 Appenzell • 071 788 06 60 • [www.engler-vb.ch](http://www.engler-vb.ch)



## Mit Fust aufs Auge

Jürg Fust von Viegener Optik und die Fust Schreinerei kooperieren an der Schmiedgasse 35 in der St.Galler Altstadt. Gemeinsame Wertvorstellungen verbinden die beiden Unternehmen.

Ein klares Bekenntnis zu Qualität, Leidenschaft und Kompetenz vereint die beiden Unternehmer gleichen Namens ebenso wie erstklassiges Handwerk. Während Viegener Optik keine Lizenzmarken verkauft, sondern neben der haus-eigenen Naturhornkollektion «made in Switzerland» auch Brillen unabhängiger Manufakturen aus aller Welt vertreibt, gestaltet die Schreinerei Fust Raumkonzepte und fertigt Unikate, respektive ab Losgrösse 1, wie es im Fachjargon heisst. Massenprodukte sind bei den Namensvettern keine anzutreffen, differenzierendes Design und Service werden grossgeschrieben.

Diese Liebe zu gehaltvollen Details spiegelt sich auch in den neu erstellten Räumlichkeiten von Viegener Optik. Die Erweiterung des Showrooms ist nicht nur für den Verkauf gedacht, sondern als Ort der Begegnung und Inspiration konzipiert. Hier sollen die Kunden an der grössten Brillen-Präsentationswand der Ostschweiz nicht nur eine Auswahl

treffen, sondern sich auch mit der Handwerkskunst und den Werten des Unternehmens verbinden. Jürg Fust und Markus Fust teilen die Überzeugung, dass gutes Design weit mehr ist als hübsche Ästhetik. Gutes Design repräsentiert Unternehmenswerte.

### Wertebasiertes Markenverständnis

Einig sind sich die Namensvetter ohne Verwandtschaftsgrad, dass sich die Investition ins Individuelle stets auszahlt. In Zeiten hohen Wettbewerbs und auf den ersten Blick vergleichbarer Produkte schreiben Sie dem «Value-based-branding» eine hohe Bedeutung zu. Authentisch gelebte Werte, idealerweise an jeder Kommunikationsschnittstelle mit den Anspruchsgruppen, fördern die emotionale Nähe der Empfängerinnen und Empfänger. Stimmen die vermittelten Inhalte mit dem eigenen Werteverständnis überein, übersteigt der Wert des Produktes oder der Dienstleistung den





reinen Warenwert. Oder um in umgekehrter Sichtweise aus dem bedeutenden Fachbuch «The Brand Gap» von Marty Neumeier zu zitieren: «If a brand looks like a duck and swims like a dog, people will distrust it.»

Vor diesem Hintergrund kommt dem stimmigen Corporate Design der Repräsentationsfläche grosse Bedeutung zu. Bei der Erneuerung der Beratungsfläche trägt Viegener Optik diesem Wissen bewusst Rechnung.

### Umbau im laufenden Betrieb

Eine grosse Herausforderung stellte die Erweiterung sowie der Umbau der Beratungsfläche im laufenden Betrieb dar. Damit dies möglichst reibungslos gelingt, ist eine minutiöse Planung gepaart mit der notwendigen Flexibilität aller am Bau Beteiligten unabdingbar. Die Unterteilung und Abgrenzung der Räumlichkeiten mittels Staub- und Lärmschutzwänden sowie die Ausführung richtungsweisender Arbeitsschritte an beratungsfreien Tagen ermöglichten den durchge-



henden Betrieb von Viegener Optik. Wichtiges Erfolgskriterium war denn auch, dass die beteiligten Baupartner aus der Umgebung verlässlich und Experten ihres Fachs sind.

Die Erweiterung und Neugestaltung des Showrooms von Viegener Optik verbindet gekonnt die Auffrischung bestehender Komponenten mit der Anfertigung neuer Elemente. Kein Wunder, denn ein Wert, den sich beide Namensvetter Fust auf die Fahne schreiben, ist die Nachhaltigkeit. In der ganzen Vielschichtigkeit des Begriffes.

Viegener Optik AG  
Schmiedgasse 35  
9001 St. Gallen

[www.viegener.ch](http://www.viegener.ch)

viegener  
optik

Schreinerei Fust  
St. Gallerstrasse 51  
9500 Wil

[www.fustwil.ch](http://www.fustwil.ch)

**FUST**  
ecoleo  
woodcoat





# THE NEW 2

GRAN COUPÉ

**Sepp Fässler AG**  
9050 Appenzell  
faessler-garage.ch

**Sepp Fässler (Wil) AG**  
9500 Wil  
faessler-garage.ch

**Bärli-Biber  
welt**

**eine ganze welt  
für den bärli-biber**

Shop • Ausstellung • Biber backen

Neu auch samstags geöffnet.

Bischofberger AG • 9057 Weissbad-Appenzell • baerli-biber.ch

Tickets und weitere Infos unter:

Konzert  
und  
Theater  
St. Gallen

Oper von  
Giacomo Puccini  
20. 6. – 4. 7.

Klosterhof

**20.  
st. gallen  
fest  
spiele**

helvetia  
Suzanne und Martin  
Knecht-Klosterhof  
St. Gallen

TAGBLATT  
St. Gallen  
LEADER

# TOSCA

stgaller-festspiele.ch

# «Wir müssen uns im Standortwettbewerb klar positionieren»

Daniel Gentsch ist seit dem 1. April 2025 Verwaltungsratspräsident von EY Schweiz. Im Interview spricht der gebürtige St.Galler über seine neue Rolle, geopolitische Herausforderungen für Unternehmen und die Zukunft des Wirtschaftsstandorts Schweiz.

## **Daniel Gentsch, wie wird man Verwaltungsratspräsident in einer Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmung, deren Inhaber die Partner sind?**

Zuallererst empfinde ich es als eine sehr grosse Ehre, das Amt des Verwaltungsratspräsidenten von EY Schweiz im Auftrag meiner Partner übernehmen zu dürfen. Unsere Partner sind die Eigentümer unserer Unternehmung; ein Sounding-Prozess mit allen Partnern hat zu meiner Ernennung geführt. Diese breite Unterstützung der EY-Partnership ist zentral, da der Verwaltungsrat insbesondere die Interessen der Partner vertritt.

## **Was bedeutet diese Position für Sie persönlich und beruflich?**

Persönlich, das gebe ich gerne zu, war es wohl der emotionalste Moment meiner beruflichen Karriere, diesen starken Support der Partnerschaft erfahren zu dürfen. Nachdem ich die letzten Jahre in internationalen Führungsrollen für EY tätig war, bedeutet dies auch einen wieder stärkeren Fokus auf unsere Aktivitäten in der Schweiz. Darauf freue ich mich ausserordentlich. Dies ermöglicht mir, die nächsten Jahre meine gesamte Energie in die weitere erfolgreiche Entwicklung von EY im lokalen Markt zu investieren.

*«Unsere Firmenkultur ist das Fundament – sie soll gelebt und gestärkt werden.»*

## **Wie und wann ist bei Ihnen der Gedanke gereift, sich als Verwaltungsratspräsident zur Wahl zu stellen?**

Nachdem mein Vorgänger, Prof. Dr. Andreas Blumer, im November 2024 seinen Rücktritt auf Ende März 2025 bekannt gegeben hatte, habe ich begonnen, mich mit der Frage auseinanderzusetzen. EY hat mir im Laufe meiner Karriere immer wieder neue Möglichkeiten eröffnet – und ich habe diese immer mit Freude und voller Energie wahrgenommen. Ich kam zum Schluss, dass dies in meiner jetzigen Karrierephase die perfekte Position für mich ist, und bin überzeugt, viel zum weiteren Erfolg von EY beitragen zu können.

## **Welche Erfahrungen aus Ihrer beruflichen Laufbahn möchten Sie in Ihre neue Rolle einbringen?**

Ich verstehe unser Geschäft und habe viele Jahre in nationalen und internationalen Führungsrollen tätig sein dürfen.

Dadurch bin ich national wie auch international sehr gut vernetzt. Diese Kontakte kann ich in dieser Funktion im besten Interesse von EY Schweiz und deren Partnern und Mitarbeiter einsetzen.

## **Und welche Prioritäten haben Sie sich für Ihre Amtszeit gesetzt?**

Die vordringliche Aufgabe ist es, sicherzustellen, dass wir eine gute «Corporate Governance» leben. Es geht also um das Verhältnis zwischen Verwaltungsrat, Inhabern – das heisst den Partnern – und der Geschäftsleitung. Dies geht selbstverständlich über die Einhaltung der rechtlichen und regulatorischen Anforderungen hinaus.

## **Gibt es dabei spezifische Projekte, die Ihnen besonders am Herzen liegen?**

Ja, die Firmenkultur: Sie steht im Zentrum all unseres Handelns. Wir leisten mit unseren über 3000 Angestellten in Wirtschaftsprüfung und Beratung einen wichtigen und auf Vertrauen basierenden Beitrag zu funktionierenden Finanzmärkten und einer funktionierenden Wirtschaft. Deshalb muss unsere Firmenkultur im Zentrum stehen, und für mich ist es ein zentrales Anliegen, diese Kultur durch unsere täglichen Handlungen zum Ausdruck zu bringen und weiter zu stärken.

## **Zu Ihrem Spezialgebiet: Sie sind ein ausgewiesener Steuerberater für multinationale Unternehmen. Täglich hören wir von neuen Zöllen, die eingeführt werden sollen, und fiskalpolitische Massnahmen scheinen ein zentrales Instrument zur Durchsetzung geopolitischer Interessen zu sein. Wie schätzen Sie diese Entwicklungen ein?**

Tatsächlich beschäftigen wir uns momentan intensiv mit diesen geopolitischen Verwerfungen und deren Auswirkungen auf globale Lieferketten. Szenario-Planungen für unsere Kunden stehen dabei im Zentrum. Dabei ist es wichtig zu verstehen, dass die aktuelle US-Regierung nicht nur die in der breiten Presse diskutierten Zölle als Druckmittel zur Durchsetzung ihrer Ziele einzusetzen versucht, sondern es gibt noch diverse weitere Retaliationsmassnahmen im Steuerbereich, die möglicherweise schon bald ans Licht kommen. Auch wenn es kurzfristig nicht möglich ist, Lieferketten fundamental neu auszurichten und etwa Produktionsstätten zu verlagern, so ist es zentral, die möglichen Auswirkungen zu verstehen und allenfalls auch kurzfristige Planungsalternativen zu prüfen. Die wirtschaftlichen Auswirkungen für ein Unternehmen können existenziell sein.

**In diesem Zusammenhang hat die Schweiz im Sommer 2023 in einer Volksabstimmung die globale Mindeststeuer gutgeheissen. Wie steht es bezüglich deren internationalen Umsetzung?**

Interessant ist, dass noch vor einem Jahr unter der Führung der G20 und der OECD signifikante globale Harmonisierungsbemühungen im Steuerbereich vorangetrieben wurden. Dazu gehört auch die globale Mindeststeuer. Die OECD steht diesbezüglich jedoch vor grossen Herausforderungen, da die neue US-Regierung das Projekt ablehnt und auch andere wesentliche Wirtschaftsmächte ausserhalb der EU dem Projekt kritisch gegenüberstehen. Damit haben auch im Steuerbereich die geopolitischen Realitäten die Überhand gewonnen: Nationale Interessen werden klar höher gewichtet als internationale Steuerharmonisierungsbestrebungen.

*«Die wirtschaftlichen Auswirkungen für ein Unternehmen können existenziell sein.»*

**Was bedeutet dies für die Schweiz – oder konkreter für die Ostschweiz und unseren Wirtschaftsstandort?**

Wir haben einen sehr konkurrenzfähigen Wirtschaftsstandort, sein Erfolg bestätigt dies auch heute noch. Dem ist Sorge zu tragen. Wir befinden uns in der Mitte von Europa, einem Europa, das in Bezug auf Wettbewerbsfähigkeit vor grossen Herausforderungen steht. Der Standortwettbewerb wird somit klar zunehmen – und die Schweiz muss die eigenen Interessen rigoros verteidigen und die positiven Standortfaktoren weiter schärfen. Dazu gehört ein attraktives Steuersystem. Dieses befindet sich im Umbruch; hier müssen relevante Anreize für Unternehmen angeboten werden können.

**Zum Schluss: Welche Vision haben Sie für die Zukunft von EY in der Schweiz und die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens?**

Aufgrund des technologischen Fortschritts – allen voran Künstlicher Intelligenz – stehen wir vor fundamentalen Veränderungen. EY Schweiz hat über 3000 bestens ausgebildete Mitarbeitern mit sehr unterschiedlichen nationalen und internationalen Ausbildungen und Erfahrungen. Das Durchschnittsalter bei uns ist 34 Jahre, und wir investieren als globale Firma signifikant in unser Transformations-Know-how. Ich bin also überzeugt, dass wir ideal positioniert sind, um in dieser Phase der Transformation eine tragende Rolle einzunehmen.

Daniel Gentsch:

**Neue Möglichkeiten.**

**Text:** Stephan Ziegler

**Bild:** Marlies Beeler-Thurnheer



# 50 Jahre Profis fürs Grün: Wo Natur und Unternehmer- tum zusammenfinden

**Seit 1975 gestaltet Waldburger Gartenbau mit Leidenschaft, Know-how und Innovationskraft nachhaltige Aussenräume für Private, Unternehmen, Verwaltungen und die öffentliche Hand. Zum Jubiläum blickt der Ostschweizer Betrieb zurück und in die Zukunft – und zeigt dabei, wie ökologische Verantwortung, individuelle Beratung und professionelle Pflege Hand in Hand gehen.**

Vor 50 Jahren wurde Waldburger Gartenbau gegründet – und ist seither zu einer festen Grösse im Garten- und Landschaftsbau der Ostschweiz gewachsen. Was als kleiner Familienbetrieb begann, hat sich zu einem modernen Unternehmen mit rund 70 Mitarbeitenden entwickelt. Ob Neuanlage bei Immobilien, Umgestaltung rund um Firmenareale oder Pflege von A bis Z: Waldburger steht für durchdachte Konzepte und grüne Qualität auf allen Ebenen. «Wir hören unseren Kunden zu und setzen ihre Wünsche um – von der kleinen Rabatte und dem gesamten Garten über die artenreiche Parkanlage bis hin zum Fussballrasen im Stadion, nichts ist unmöglich», erklärt Geschäftsführer Daniel Morger. «Mit Leidenschaft fürs Grün stehen wir ihnen als Berater und Macher zur Seite. Sie ist der Kern unseres Tuns – damals wie heute.»

Die kontinuierliche Weiterentwicklung zeigt sich in der Arbeitsweise ebenso wie in der Ausstattung: mit modernster Maschinen- und Fahrzeugtechnik, digitalen Planungstools und einem hohen Anspruch an Qualität

wird jede Landschaft zum individuell passenden Grünraum – ganz gleich, ob für Privatpersonen, öffentliche Institutionen oder Unternehmen.





### Firmengrün mit Wirkung – für Mitarbeitende, Kunden und das eigene Unternehmen

Grüne Oasen erfreuen nicht nur Private. Gerade für Firmenkunden bieten grüne Aussenräume einen grossen Mehrwert: Sie schaffen Aufenthaltsqualität, vermitteln Werte und unterstreichen die Identität eines Unternehmens. Waldburger Gartenbau bietet hierfür individuell abgestimmte Lösungen – von repräsentativen Eingangsbereichen über Ruhezone für Mitarbeitende bis hin zu begrünter Dachflächen, urbanen Gärten oder funktionalen Firmenparkplätzen.

Ein besonderer Vorteil für Geschäftskunden: Mit dem Grün-Service FIRMEN werden Pflege und Unterhalt als vollumfänglicher Service abgedeckt – einmalig, saisonal oder im attraktiven Abo-Modell. Das ermöglicht eine gleichbleibend hochwertige Erscheinung der Anlagen – ganz ohne Aufwand auf Kundenseite. «Für

*«Vertrauen entsteht durch  
Verlässlichkeit – und die  
beweisen wir jeden Tag»*

Firmen zählt Verlässlichkeit – bei der Ausführung, der Pflege und im Service», betont Daniel Morger. «Genau das bieten wir – inklusive eines Ansprechpartners, der jederzeit erreichbar ist.»

Die Ergebnisse sprechen für sich: Für die Smart Factory des Hightech-Unternehmens REGLOPLAS wurde nicht nur die gesamte Grünanlage realisiert, sondern auch eine anspruchsvolle Dachbegrünung umgesetzt. Die Pflege erfolgt laufend durch das Waldburger-Team – professionell, zuverlässig und auf lange Sicht. «Dieser gelebte Servicegedanke beeindruckt mich auch als Unternehmer», betont Christian Eckert, CEO von REGLOPLAS. «Kein Wunder also, dass ich Waldburger gerne weiterempfehle – auch an Freunde und Bekannte.»

### Nachhaltigkeit mit Vorteil für Mensch und Natur

Nachhaltiger Gartenbau ist bei Waldburger kein Schlagwort, sondern Prinzip. Der Betrieb setzt konsequent auf klimaangepasste Bepflanzung, regionale Materialien und effiziente Wassernutzung. Ziel ist es, Gärten zu schaffen, die ökologisch sinnvoll sind und

auch mit künftigen Klimabedingungen umgehen können. «Ein nachhaltiger Garten ist nicht nur ein Beitrag zur Biodiversität, sondern auch zur Werterhaltung von Immobilien», sagt Daniel Moger. «Gerade Unternehmen, Immobilienverwalter und -besitzer profitieren von langlebigen, wartungsarmen und zugleich ästhetisch überzeugenden Lösungen.»

Begrünte Dächer, Fassaden oder vertikale Gärten wirken dabei nicht nur gestalterisch, sondern auch funktional – als natürliche Klimaanlage, Feinstaubfilter oder Wasserspeicher. Auch Renaturierungen gehören zum Portfolio von Waldburger Gartenbau und leisten einen wertvollen Beitrag zur ökologischen Entwicklung von Gewerbestandorten.

*«Ob bei einmaligen Bauprojekten oder bei langfristiger Pflege – wir sind erst zufrieden, wenn es auch unsere Kundinnen und Kunden sind.»*

### Kundenbindung, die Wurzeln schlägt

Langfristige Kundenbeziehungen sind kein Zufall – sie entstehen durch Vertrauen, Qualität und echten Einsatz. Zahlreiche Kunden setzen seit Jahrzehnten auf die Expertise von Waldburger. Ein Beispiel ist Landschaftsarchitekt Peter Weber. Er arbeitete bereits mit Christian Waldburger und Urs Brotschi zusammen, welche die Geschicke von Waldburger Gartenbau über einen grossen Teil der vergangenen Jahrzehnte prägten. «Ich kenne Waldburger seit meinen Anfängen als Gärtner und Landschaftsarchitekt. Daraus hat sich eine für beide Seiten sehr erfreuliche Zusammenarbeit entwickelt», erklärt Weber. «Bei der Gestaltung und Planung vieler Projekte haben wir uns intensiv ausgetauscht und zusammengearbeitet. Heute ist Waldburger im Gartenbau eine Klasse für sich und genießt mein volles Vertrauen.»

### Die Zukunft bleibt grün

50 Jahre Waldburger Gartenbau stehen für Qualität, Verlässlichkeit und Innovationsgeist – und sie markieren gleichzeitig den Aufbruch in die Zukunft. Mit einem klaren Bekenntnis zu nachhaltigem Arbeiten, einem Team mit viel Herzblut und einem breiten Leistungsspektrum bleibt das Unternehmen ein starker Partner für Unternehmen und Immobilienverwalter, die mit ihrer Aussenanlage mehr erreichen wollen als gepflegte Grünflächen. «Vertrauen entsteht durch Verlässlichkeit – und die beweisen wir jeden Tag», sagt Daniel Morger. «Ob bei einmaligen Bauprojekten oder bei langfristiger Pflege – wir sind erst zufrieden, wenn es auch unsere Kundinnen und Kunden sind.»



**Waldburger  
Gartenbau**  
Allen Wünschen gewachsen

## Weniger Bildschirm, mehr Bildung

Gion M. Pedrazzini ist Inhaber und Geschäftsleiter der Ortega-Schule in St.Gallen. Von der Primar- bis zur Sekundarschule bietet die Schule verschiedene Bildungswege an, darunter auch Zwischenjahre, Kurse und Nachhilfe. Im Gespräch mit dem LEADER skizziert der Unternehmer, was «seine» Privatschule von anderen unterscheidet – und warum Ortega den Unterricht entdigitalisiert hat.

**Gion M. Pedrazzini, Sie haben die 1964 gegründete Ortega-Schule 2022 von der Gründerfamilie Baumgärtner übernommen. Was hat Sie dazu bewogen, in den Bildungsmarkt einzusteigen?**

Durch meine dortige Schulzeit und die Zeit als Nachhilfelehrer während meines Wirtschaftsstudiums war es fast folgerichtig, die Schule weiterzuführen, denn ich wusste genau, worauf ich mich einlasse, und war – und bin – absolut überzeugt vom Angebot und Konzept der Ortega. Ausserdem habe ich bereits vor 2022 Firmen gegründet, aufgebaut und übernommen. Entsprechend war der Schritt für mich nicht ganz so gross. Es fühlt sich aber auch gut an, in einem Bereich zu arbeiten, der so sinnvoll ist: Kinder sind unsere Zukunft, und Bildung eröffnet ihnen viele Chancen. Das motiviert extrem.

*«Unsere Schüler arbeiten mit Stift und Papier – und unsere Lehrpersonen mit Wandtafel und Kreide.»*

**Und ist die Rechnung bis dato aufgegangen?**

Die Rechnung geht an einer kleinen Privatschule sicher nie so gut auf, wie sie dies in anderen Firmen tut. Aber gefühlt geht sie für mich absolut auf: Ich konnte schon vielen Kindern mit der Aufnahme an unsere Schule eine Chance bieten, habe ein grossartiges Team aufgebaut und der Ortega zum 60. Jubiläum einen neuen «Anstrich» verpassen dürfen. Es geht jedenfalls nur aufwärts.

**Ihr Schulkonzept basiert auf klassischen Bildungsidealen und setzt auf «Kopf, Herz und Hand». Funktioniert diese «Old School»-Kombination heute noch?**

Mehr denn je! Wir können noch so viele digitale Hilfestellungen – KI, Tablets usw. – in Anspruch nehmen, wir bleiben trotzdem Menschen. Und wir entwickeln uns garantiert nicht innert weniger Jahrzehnte zu einer Spezies, die sich völlig an die digitale Welt angepasst hat. Deshalb versuchen wir, wichtige traditionelle Werte, Strukturen und Hilfsmittel zu erhalten. Ohne dabei stur zu sein, natürlich – wir verschliessen die Augen vor dem Fortschritt nicht.

**Privatschulen gibt es viele – was unterscheidet die Ortega-Schule von anderen privaten Bildungseinrichtungen?**

Ich beobachte, dass die meisten privaten Bildungseinrichtungen um uns herum entweder einen Weg der Montessori-Pädagogik oder des selbstbestimmten digitalen Lernens eingeschlagen haben. Wir sind aber überzeugt, dass die öffentlichen Schulen nichts grundsätzlich falsch machen, sondern einfach nicht die gleichen Möglichkeiten haben wie wir an einer Privatschule: Bei uns sind die Klassen klein, wir können schnell reagieren und müssen nicht alle paar Jahre wieder eine Reformation durchmachen.

**Und Sie arbeiten wohl kundenorientierter, da Sie sich selbst über Wasser halten müssen...**

... und nicht von Steuergeldern profitieren, richtig. Wir unterscheiden uns also von anderen privaten Bildungseinrichtungen dadurch, dass wir am klassischen Schulkonzept festhalten und versuchen, das Beste daraus zu machen. Unsere Schüler arbeiten mit Schulbüchern und Theorieheften – also mit Stift und Papier – und unsere Lehrpersonen mit Wandtafel und Kreide. Natürlich auch mit Visualizer und Beamer. Aber eben noch von Mensch zu Mensch und nicht über Bildschirme. Es ist erwiesen, dass es Kindern in der Entwicklung nicht guttut, wenn sie zu oft an einem elektronischen Gerät arbeiten.

**Ihr Angebot richtet sich an Schüler, die auf ihrem Bildungsweg an eine Grenze stossen?**

Genau. Ob sie stoffliche Lücken haben und nicht mehr mit ihrer Klasse mithalten können oder im Gegenteil unterfordert sind und mehr «Futter» benötigen. Ob sie gemobbt werden oder mit ihrer Klassenlehrperson nicht mehr auskommen. Natürlich gibt es auch diejenigen, die «freiwillig» zu uns kommen, weil die Eltern von unserem Konzept überzeugt sind. Das ist dann halt eine Kostenfrage. Weniger geeignet ist unser Angebot sicher für Schüler, die sehr gut selbstständig arbeiten und sich nicht zu sehr an vorgegebene Strukturen halten möchten: Bei uns sind Strukturen wichtig, um den Schülern einen klaren Rahmen und Sicherheit zu geben. So können sie sich ganz auf ihren Job als Schüler konzentrieren.

*«Wir haben keine Du-Kultur, wir finden diese Differenzierung zwischen Lehrperson und Schüler wichtig.»*

**Sie legen Wert auf eine werteorientierte Bildung. Wie vermitteln Sie diese Werte, und wie erleben Sie den Wandel in den Erwartungen von Eltern und Schülern?**

Gegenseitiger Respekt ist uns ganz wichtig; Konflikte zwischen Schülern werden sofort angegangen und gemeinsam gelöst. Wir haben auch keine Du-Kultur, wir finden diese Differenzierung zwischen Alt und Jung bzw. Lehrperson und Schüler weiterhin wertvoll und wichtig. Es herrscht trotzdem eine sehr familiäre Atmosphäre an unserer Schule. Auch sauberes Arbeiten, Ordnung in den Schulunterlagen oder Termine einhalten sind uns wichtig. All das hilft unseren Schülern später, in einer Berufsausbildung oder einer weiterführenden Schule zu bestehen.

**Die Ortega-Schule setzt auf eine «entdigitalisierte» Lernumgebung. Was hat Sie dazu bewogen, diesen Weg einzuschlagen?**

Natürlich sind wir nicht komplett «entdigitalisiert». Wir verschliessen die Augen vor dem Fortschritt nicht und wollen unsere Schüler ganzheitlich für ihre Zukunft rüsten. Aber wir haben uns von Anfang an gegen den Ersatz von Schulbüchern durch Tablets gewehrt. Wir sind überzeugt, dass es den Kindern und Jugendlichen nicht bei der Entwicklung hilft, wenn sie nur noch am Bildschirm lernen. Auch wir Erwachse-

nen spüren die negativen Auswirkungen des ständigen Arbeitens am Handy, Computer und Tablet. Unsere Schüler lernen im Informatikunterricht den Umgang mit digitalen Arbeitsgeräten, und unsere Tablets werden punktuell in einzelnen Fächern eingesetzt. Aber eben nur punktuell.

### **Wie reagieren Eltern und Schüler darauf, die an digitale Hilfsmittel gewöhnt sind?**

Bis jetzt hatte ich tatsächlich nur positive Reaktionen auf diesen Umstand in Informationsgesprächen. Erstaunt war ich, dass auch die Kinder jeweils aufgeatmet haben und meinten: «Wow, so schön.»

### **Viele Privatschulen werben mit digitalem Fortschritt, modernster Technik und individualisiertem Online-Unterricht. Die Ortega-Schule geht den umgekehrten Weg. Haben Sie das Gefühl, dass sich Bildung zunehmend von ihrem eigentlichen Kern entfernt?**

Ja. Bildung war früher einfach das Mithelfen und Zuschauen bei Erwachsenen. Die Kinder brauchen eine Bezugsperson und Führung, müssen etwas Reales vor sich haben, um es zu erfassen. Da geht es für mich heute definitiv in eine falsche Richtung: Die digitale Welt mag in der Wirtschaft unglaublich wichtig sein, damit effizient gearbeitet werden kann. Aber müssen wir damit wirklich schon in der obligatorischen Schulzeit beginnen? In der Schule geht es ja um viel mehr als nur effizientes Lernen.

### **Nämlich?**

In der obligatorischen Schulzeit müsste wieder mehr Augenmerk auf die gesamtheitliche Entwicklung der Kinder gelegt werden. Da bieten sich klassische Methoden an. Unsere Kinder lernen noch früh genug, sich in der digitalen Welt zurechtzufinden – oft auch ohne unsere Hilfe. Wir sollten sie einfach darauf vorbereiten und ihnen auch die Risiken aufzeigen.

### **Wie sehen Sie die Zukunft der Ortega-Schule – gibt es Pläne für Erweiterungen?**

Nein, wir möchten nicht wachsen und auch keine neuen Standorte eröffnen. Uns sind die Qualität und die familiäre Atmosphäre sehr wichtig, das bedingt eine begrenzte Grösse. Wir entwickeln unsere Angebote aber stets weiter und führen manchmal auch Neues ein – jedoch nur vor Ort und mit dem bestehenden Team.



Gion M. Pedrazzini setzt auf gegenseitigen Respekt.

### **Zum Schluss: Welche Schüler-(Erfolgs-)Geschichte hat Sie persönlich am meisten beeindruckt?**

Erfolgsgeschichten gibt es viele an der Ortega-Schule. Beeindruckt hat mich aber immer am meisten, wenn ein Schüler in eines unserer schulischen Spezialprogramme aufgenommen wurde – aus disziplinarischen, fachlichen oder gesundheitlichen Gründen – und dann extreme Fortschritte gemacht hat, bis zur erfolgreichen Integration in eine Klasse mit Schulabschluss. Diese Schüler sind meistens sehr dankbar für die Chance, die sie hier hatten, und kommen regelmässig zu Besuch. Das freut uns immer sehr.

**Text:** Stephan Ziegler

**Bilder:** Marlies Beeler-Thurnheer

Anzeige

**Ich will  
Flexibilität.  
Ich will  
Nachhaltigkeit.  
Ich will  
Leidenschaft.**

**Ich brauche  
exponorm.ch**

**exponorm.**

---

Mit diesem Rundumservice haben Sie kurze Wege zu Ihrem Messestand:  
Beratung, Idee, Umsetzung.

**071 282 38 00    info@exponorm.ch**

# 2. KEEST EVENING FLASH

Seit 1.1. 2025 sind drei neue Energie- und Klimagesetze auf Bundesebene in Kraft: das CO<sub>2</sub>-Gesetz, das Klima- und Innovationsgesetz (KIG) sowie das Stromgesetz (Mantelerlass).

Informieren Sie sich aus erster Hand, wie Sie als Unternehmer oder Unternehmerin davon betroffen sind. Erfahren Sie exklusiv im Rahmen des 2. KEEST EVENING FLASH am Dienstag, 13. Mai 2025, bei der Schmid AG energy solutions in Eschlikon mehr über die Konsequenzen:

- aus Sicht von Swissmem und eines Unternehmers,
- aus Sicht der Thurgauer Regierung sowie über die
- Handlungsmaximen für KMU aus der Praxis.

Melden Sie sich heute an unter [www.keest.ch](http://www.keest.ch) und verwenden Sie den Code LEADER für Ihr Gratisticket.

### CO<sub>2</sub>-Ziele sind das neue «Must-have» der KMU

Unter dem Titel «Go-for-Impact – Die Zukunft der Schweizer Wirtschaft gestalten» verschreiben sich Organisationen und Verbände wie Economiesuisse, Kunststoff.Swiss, Swissmem und viele weitere bereits heute der Zielsetzung, bis 2050 die Treibhausgas-Emissionen auf Netto Null zu reduzieren.

Dies führt zu wachsenden Auflagen, Treibhausgas-Bilanzierungen zu dokumentieren und entsprechende CO<sub>2</sub>-Absenkpfade festzulegen. Als Zulieferer von grösseren Firmen werden somit auch KMU mit in die Pflicht genommen.

Die Inhalte und Verpflichtungen aus den neuen Bundesgesetzen gelangen z. B. auch im neuen Energiegesetz des Kantons Thurgau zur Anwendung, das bereits seit einem Jahr in der Überarbeitung bzw. in Vernehmlassung ist.

### Zwei Handlungsfelder für KMU

Nebst der Erfüllung der Pflichten im Vollzug des Energie-Grossverbraucher-Artikels treten zwei weitere Herausforderungen im Vordergrund, denen man sich als Unternehmer oder Unternehmerin baldmöglichst stellen muss: zum einen die Dekarbonisierung der Produktions- und Betriebsprozesse, zum anderen die Treibhausgas-Bilanzierung nach Greenhouse-Gas-Protokoll – und zwar über die gesamte Wertschöpfungskette.

Betriebe, die Treibhausgas-Bilanzierungen erstellen wollen oder müssen, üben je länger, desto mehr Druck auf ihre Zulieferer aus, ihrerseits Treibhausgas-Bilanzierungen zu erstellen sowie CO<sub>2</sub>-Reduktionsziele zu setzen, beispielsweise nach SBTi-Standard (Science Based Targets initiative), und entsprechende Massnahmen zur Verringerung des CO<sub>2</sub>-Fussabdrucks im Unternehmen einzuleiten.



Anmeldung/Programm:  
**Code LEADER für Gratisticket**

Dienstag, 13. Mai 2025,  
ab 16:30 bis 20:00 Uhr

Ort: **Schmid AG energy solutions**  
Hörnlistrasse 12, 8360 Eschlikon

Das «Kompetenz-Zentrum Erneuerbare Energie-Systeme Thurgau» (KEEST) erfüllt den Leistungsauftrag des Kantons Thurgau als Ansprechpartner für KMU in sämtlichen Fragen zur Steigerung der Energie-Effizienz und Treibhausgas-Bilanzierung. Das KEEST wird vom Thurgauer Gewerbeverband und von der Industrie- und Handelskammer Thurgau getragen.



[www.keest.ch](http://www.keest.ch)

# Intelligente Alltagshelfer aus Horn



**Roboter, die autonom reinigen, desinfizieren oder Roomservice übernehmen – was futuristisch klingt, ist bei der Macrogate Robotics AG längst Realität: Das Unternehmen entwickelt smarte Roboterlösungen für den Einsatz in Hotels, Spitälern und Betrieben.**

Hinter dem Thurgauer Innovationsmotor steht ein erfahrenes Gründerteam: «Wir bringen aus unserer anderen Firma, der Macrogate IP Systems AG, einem internationalen IT-Dienstleister, einiges an IT-Erfahrung mit. Das ist für den Bereich Robotics ein wichtiger Punkt, da der IT-Anteil bei den Robotern hoch ist. Vieles wird über die Software gesteuert», sagt Jimmy Masala, einer der drei Gründer.

Die Idee zur Spezialisierung auf Robotik entstand aus eigener Erfahrung. «Durch die vielen Reisen sind mir viele Gaps primär in der Hotellerie aufgefallen», erzählt Masala. «Mitarbeiter, die an der Rezeption arbeiten, betreiben auch die Bar. Oder der Bar- und Restaurantverantwortliche ist gleichzeitig für den Roomservice zuständig – das führt zu Stress und mindert das Kundenerlebnis.»

*«Roboter müssen als Entlastung verstanden werden, nicht als Bedrohung.»*

**Auch in anderen Bereichen sind Missverhältnisse sichtbar.**

«Bei der Reinigung sehen wir zum Beispiel, dass Angestellte in Autohäusern neben ihrer eigentlichen Tätigkeit auch noch die Eingangsbereiche oder Showrooms sauber halten. So bleibt immer etwas liegen», so Masala. «Auch in Spitälern oder Produktionsbetrieben machen sich Fachkräftemangel und steigende Lohnkosten deutlich bemerkbar – letztlich

leidet darunter die Reinigungsintensität und -qualität.» Andere Länder seien da bereits weiter. «Die richtigen Roboter in der richtigen Anzahl an den richtigen Stellen eingesetzt, verbessert so einiges in unserem Alltag.»

Ein weiteres wachsendes Anwendungsfeld ist die Logistik innerhalb von Einrichtungen. «Damit meine ich nicht nur den Transport von Ware, sondern auch von Menschen – speziell in Spitälern und Pflegeeinrichtungen. Hierfür haben wir auch schon einen autonom fahrenden Rollstuhl im Portfolio, der Aufzüge und Türen bedienen kann.»

Derzeit ist die Nachfrage in einem anderen Segment aber besonders hoch: «Heute erleben wir im DACH-Raum einen Run auf Reinigungsroboter. Hier sehen wir aktuell das grösste Potenzial – aber auch die grösste Gefahr», sagt Masala. «Wenn sich ein Markt öffnet, wollen alle Hersteller etwas vom Kuchen abhaben. Das birgt die Gefahr, dass nicht ausgereifte Produkte den Markt fluten und es als Konsequenz ein schlechtes Bild auf die Technologie gibt.»

**Hergestellt werden auch die Macrogate-Roboter in Asien.**

Aber: «Die Roboter werden zwar in China produziert, jedoch durch unsere lokale Vertretung überwacht. So stellen wir sicher, dass wir den von uns angestrebten Standard erreichen.» Auch die Macrogate-Strategie gegenüber den grossen Tech-Nationen ist pragmatisch. «Wir haben das Rad nicht neu erfunden, und wir sind nicht so schnell in der Innovation wie China – aber wir haben andere Anforderungen an Geräte», sagt Masala. «Deshalb passen wir sie für den europäischen Markt an.»

Jimmy Masala:

## Unterschiedliche Aufgaben.



Je nach Branche übernehmen die Roboter unterschiedliche Aufgaben. «In der Reinigung sind sie optimal für die repetitive Grossflächenreinigung geeignet», sagt Jimmy Masala. «Sie ergänzen das Personal, das dadurch mehr Zeit für anspruchsvollere Arbeiten gewinnt.» In der Hotellerie seien die Roboter nicht nur für die Reinigung, sondern vor allem im Roomservice ein Highlight. «Hier werden Kundenerlebnisse generiert. Die Roboter können jemanden aufs Zimmer führen, sie können Selfies machen oder einfach nur die Bestellung aufs Zimmer bringen.»

Auch in Spitälern sei der Nutzen hoch: «Wir haben etwa einen Transportroboter für die Apotheke oder sonstige Kleinmaterialien. Die Zuladung beträgt maximal 120 Kilo in vier Kammern, die per Batch oder Gesichtserkennung geöffnet werden können. Nach jeder Schliessung werden die Kammern durch UV-Licht desinfiziert.»

### Die Effizienzgewinne sind messbar.

«Unsere Roboter unterstützen Unternehmen dabei, ihre Effizienz deutlich zu steigern, indem sie wiederkehrende, manuelle Aufgaben automatisieren und damit Personalressourcen freisetzen», sagt Masala. «Das ermöglicht es den Mitarbeitern, sich auf wertschöpfendere Tätigkeiten zu konzentrieren. Gleichzeitig reduzieren wir durch den präzisen Einsatz der Roboter Betriebskosten – sei es durch geringeren Ausschuss, kürzere Durchlaufzeiten oder optimierte Auslastung.»

Ein zentrales Element dabei ist künstliche Intelligenz. «Sie ermöglicht es den Robotern, nicht nur vordefinierte Abläufe auszuführen, sondern situativ zu reagieren, aus Daten zu lernen und sich an veränderte Umgebungen anzupassen», sagt Masala. «Unsere Systeme nutzen maschinelles Sehen,

Sensorfusion und lernbasierte Algorithmen, um Entscheidungen in Echtzeit zu treffen.» Je nach Anwendung können die Roboter aus dem Thurgau vollständig autonom agieren – von der Navigation über die Objekterkennung bis hin zur Interaktion mit der Umgebung – oder in einem hybriden Modus arbeiten, bei dem Mensch und Maschine effizient zusammenarbeiten. Dass Roboter auch Teil der Lösung im Fachkräftemangel sind, ist für Jimmy Masala klar: «Viele Unternehmen kämpfen damit, qualifiziertes Personal für körperlich belastende, monotone oder sicherheitskritische Aufgaben zu finden. Unsere Robotersysteme übernehmen genau diese Tätigkeiten zuverlässig und rund um die Uhr.»

*«Wenn sich ein Markt öffnet, wollen alle Hersteller etwas vom Kuchen abhaben.»*

### Der Schweizer Markt reagiert dabei differenziert.

«Unsere Unternehmen sind grundsätzlich sehr qualitäts- und effizienzorientiert – das macht sie offen für Automatisierung, aber zugleich auch anspruchsvoll.» Im Klartext: Im Vergleich zum internationalen Markt agiert die Schweiz eher pragmatisch als risikofreudig; Innovationen werden erst eingeführt, wenn der konkrete Nutzen klar erkennbar ist. Bisher ist Macrogate Robotics in der Ostschweiz denn auch im Anbahnungsmodus. «Wir haben Anfragen und Proof of Concepts bei Interessenten», so Masala. «Wir verkaufen keine Roboter, ohne dass sie die Kunden über mindestens zwei Wochen im Betrieb getestet haben.»

Die Robotikbranche steht an einem Wendepunkt. «Technologisch geht es weniger um das ‹Ob›, sondern um das ‹Wie schnell›», ist Jimmy Masala überzeugt. «Themen wie KI, sichere Mensch-Roboter-Interaktion oder adaptive Steuerungssysteme entwickeln sich rasant, müssen aber gleichzeitig zuverlässig, skalierbar und wirtschaftlich umsetzbar sein.» Dabei gebe es regulatorischen Nachholbedarf. «Es fehlt an klaren, international harmonisierten Standards – etwa beim Einsatz autonomer Systeme oder in sicherheitskritischen Umgebungen.» Und natürlich spiele auch die gesellschaftliche Akzeptanz eine Rolle: «Roboter müssen als Entlastung verstanden werden, nicht als Bedrohung.»

### Ein Massenmarkt für Endverbraucher sei nicht geplant – also kein «Roomba» aus Horn?

«Unsere Produktpalette ist für Geschäftskunden jeder Größenordnung. Wir bieten ausschliesslich industrietaugliche Roboter an, die sich in Leistung und Langlebigkeit deutlich von herkömmlichen Produkten unterscheiden.» Aber: «Wenn man so will, haben wir tatsächlich einen industrietauglichen ‹Roomba› – das ist unser MR20. Der kann bis zu 350 Quadratmeter in einem Durchgang saugen und wischen.»

Ein kleiner Ausblick auf die Zukunft darf nicht fehlen: «Wir arbeiten aktuell an einem Roboter für den Pflege- und Homecare-Bereich – quasi ein Roboter für jeden Haushalt.»

**Text:** Fabian A. Meyer, Stephan Ziegler  
**Bild:** Marlies Beeler-Thurnheer

# LEADER<sup>®</sup>

AWARD

# digital

Der 4. LEADER Digital Award macht  
die Digitalisierung in der Ostschweiz sichtbar.

**08. Mai 2025**  
**Einstein Congress**



Informationen  
und Tickets:



# LEADER Digital Award 2025: Bühne frei für digitale Vorreiter

Am 8. Mai 2025 feiert die Ostschweiz im Einstein Congress St.Gallen ihre besten digitalen Projekte. Der LEADER Digital Award bringt Unternehmen, Start-ups und Organisationen zusammen – und macht den digitalen Wandel sichtbar.

## 31 Projekte, 9 Finalisten – die Ausgangslage

Aus insgesamt 31 eingereichten Projekten hat die Fachjury neun Unternehmen für die Schlussrunde nominiert. Sie treten in den Kategorien Unternehmen, Start-ups und Organisationen gegeneinander an. Die Gewinner werden am Award-Abend ausgezeichnet – zusätzlich wird ein Publikumspreis vergeben, über den live vor Ort abgestimmt wird.

## Die Jury – ein starkes Ostschweizer Netzwerk

Bewertet werden die Projekte von einer 18-köpfigen Jury, bestehend aus erfahrenen Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik. Mit dabei sind unter anderem Nationalrätin Franziska Ryser, Digitalisierungsexperte Thomas Hutter, Standortförderer Daniel Müller und Unternehmerin Janine Brühwiler. Im Zentrum stehen Innovationskraft, Marktpotenzial, Nachhaltigkeit und konkreter Nutzen.

## Impulse für die Zukunft – die Keynote

Ein Highlight der Award Night ist die Keynote von Jacqueline Gasser-Beck. Die Präsidentin des St.Galler Stadtparlaments und Leiterin des Teaching Innovation Lab an der Universität St.Gallen spricht über «KI-Kompetenz als Erfolgsfaktor» – und darüber, wie gezielte Weiterbildung den digitalen Fortschritt beschleunigen kann.

## Jetzt Tickets sichern

Wer live dabei sein möchte, kann sich jetzt ein Ticket für die Award Night sichern. Neben der Preisverleihung erwarten ein spannendes Rahmenprogramm und zahlreiche Gelegenheiten zum Networking die Gäste.



Alle Informationen zum **LEADER Digital Award 2025** und über die eingereichten Projekte erhalten Sie über den QR-Code. Tickets können seit dem 23. März bestellt werden.

 **BVS StGallen**

**Awardsponsor**



**Startupsponsor**



**Partner**



**<IT>rockt!**

**Goldsporen**



**Silbersponsor**

Asset Management Treuhand Family Office



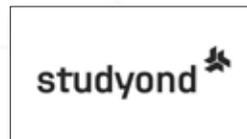
**Netzwerkpartner**

**Hostsponsor**



east#digital

**Medienpartner**



# Die Finalisten 2025

Diese neun Unternehmen wurden für die Schlussrunde nominiert – je drei pro Kategorie.

## Kategorie: Start-ups

### Flawa iQ – Smarte Erste Hilfe für Betriebe

Flawa iQ bringt den klassischen Erste-Hilfe-Koffer ins digitale Zeitalter. Dank integrierter IoT-Technologie und RFID-Chips können Unternehmen ihre Koffer in Echtzeit überwachen – inklusive Füllstand, Haltbarkeit und Verbrauch. Ein eingebauter Notfallknopf alarmiert direkt Ersthelfer im Betrieb. Die Lösung hat sich bereits im Markt bewährt: Über 1600 Koffer sind im Einsatz, über 200 Kunden zählen auf das System. Flawa iQ zeigt eindrücklich, wie sich ein Traditionsunternehmen erfolgreich transformieren kann. Besonders spannend ist das Entwicklungspotenzial in Richtung Arbeitssicherheit und Datenanalyse. Das Geschäftsmodell ist skalierbar – auch über die Schweiz hinaus. [www.flawa-iq.ch](http://www.flawa-iq.ch)

### Oase Health Solution – cAirBot: KI entlastet die Pflege

Mit cAirBot entlastet Oase Health Solution das Pflegepersonal durch den Einsatz moderner KI-Technologie. Die Lösung übernimmt administrative Aufgaben und schafft so mehr Zeit für die persönliche Betreuung von Patienten. Gleichzeitig verbessert sie die Qualität der Dokumentation und sorgt für transparente Abrechnungen – ein Plus auch für Krankenkassen. Der Datenschutz ist gewährleistet, unter anderem durch die Zusammenarbeit mit Swisscom und Cloud-Lösungen. Die zugrunde liegende Technologie wird im Rahmen eines Innosuisse-Projekts weiterentwickelt. Erste Marktprojekte zur Datenauswertung zeigen, dass das System Fuss fasst. cAirBot steht für digitale Innovation mit spürbarem gesellschaftlichem Mehrwert. [www.ohsag.ch](http://www.ohsag.ch)

### Studyond – Talente treffen Themen

Studyond ist eine KI-gestützte Matching-Plattform, die Studenten, Hochschulen und Unternehmen miteinander vernetzt. Unternehmen platzieren reale Forschungsthemen, die von Studierenden etwa im Rahmen von Bachelorarbeiten bearbeitet werden. Dadurch entstehen nicht nur praxisnahe Arbeiten, sondern auch wertvolle Kontakte zwischen jungen Talenten und der Wirtschaft. Besonders KMU erhalten so einen niederschweligen Zugang zu Institutionen wie der HSG oder ETH. Gleichzeitig fliesst Wissen direkt in die Betriebe – und die Academia bleibt am Puls der Wirtschaft. Das System ist auch ein wirksames Tool gegen den Fachkräftemangel. Studyond verbindet drei Welten und stärkt so die Innovationskraft des Werkplatzes Schweiz. [www.studyond.com](http://www.studyond.com)

## Kategorie: Organisation

### Technische Betriebe Wil – Deine Energie auf Knopfdruck

Mit «Deine Energie» haben die Technischen Betriebe Wil ein digitales Berechnungstool lanciert, das Nutzer auf einfache Weise zeigt, wie sie zur Energiewende beitragen können. Ob Photovoltaik, E-Mobilität, Wärme oder Energiegemeinschaft – mit wenigen Klicks liefert das System realistische Kosten, Fördermöglichkeiten und Einsparpotenziale. Die Eingabe der Adresse genügt, um eine massgeschneiderte Berechnung zu erhalten. Das automatisierte Backend sorgt für schlanke Prozesse und spart wertvolle Ressourcen. Die Lösung unterstützt nicht nur Privatpersonen, sondern auch Gemeinden und Energieversorger. Sie zeigt, wie Digitalisierung zur konkreten Umsetzung von Klimazielen beitragen kann. «Deine Energie» steht exemplarisch für den digitalen Fortschritt im Öffentlichen Dienst. [www.deineenergie.ch](http://www.deineenergie.ch)

Anzeige

# WO WISSEN WIRKT: BUCHS, RAPPERSWIL, ST.GALLEN.

Jetzt  
informieren.

Die OST ist die Fachhochschule der sechs Ostschweizer Kantone sowie des Fürstentums Liechtenstein. Wir sind das Bildungsdrehkreuz der Region. [ost.ch/studium](http://ost.ch/studium), [ost.ch/weiterbildung](http://ost.ch/weiterbildung)





### KVA Thurgau – Smart entsorgen mit dem e-Container-Portal

Die KVA Thurgau setzt mit dem e-Container-Portal auf intelligente Logistik in der Abfallentsorgung. Das System plant Routen der Entsorgungsfahrzeuge dynamisch und richtet sie am tatsächlichen Buchungsvolumen der Kunden aus. So werden Leerfahrten vermieden und CO<sub>2</sub>-Emissionen reduziert. Die intuitive Nutzerführung macht die Lösung auch für technikferne Zielgruppen zugänglich. Perspektivisch soll das System durch Sensorik und KI noch weiter optimiert werden. Die Lösung spart nicht nur Ressourcen, sondern bringt auch Transparenz in die Abfalllogistik. Damit wird die KVA zum Vorreiter für smarte Infrastruktur im öffentlichen Bereich.

[www.kvatg.ch](http://www.kvatg.ch)

### Abraxas – Sichere Abstimmungen mit Abraxas Voting

Mit «Abraxas Voting» bietet das Unternehmen eine komplette Produktfamilie für sichere digitale Wahlen und Abstimmungen. Von der Erfassung im Stimmregister bis zur Ergebnisübermittlung deckt das System alle Schritte ab. Durch Offenlegung des Quellcodes und ein Bug-Bounty-Programm schafft Abraxas Vertrauen in die digitale Demokratie. Mehrere Kantone setzen die Lösung bereits erfolgreich ein. Sie steht für Stabilität, Skalierbarkeit und höchste Sicherheitsstandards. Als kritische Infrastruktur leistet das System einen wichtigen Beitrag zur Stärkung demokratischer Prozesse. «Abraxas Voting» ist ein Paradebeispiel für digitale Souveränität Made in Switzerland.

[www.abraxas.ch](http://www.abraxas.ch)

## Kategorie: Unternehmen

### Kybun Joya – Digitale Basis für starke Marken

Nach der Fusion der Schuhmarken Kybun und Joya hat das Unternehmen seine digitale Infrastruktur vollständig neu aufgebaut. Herzstück ist ein selbst entwickeltes ERP-System, das als Omni-Channel-Lösung funktioniert. Statt auf externe Lösungen zu setzen, wurde das System von Grund auf intern programmiert und weiterentwickelt. Diese Eigenleistung zeigt

nicht nur Innovationsgeist, sondern auch strategische Weitsicht. Die Plattform ist skalierbar und ermöglicht die Integration weiterer Marken. Die digitale Transformation des Unternehmens wurde gesamtheitlich gedacht – und mutig umgesetzt. Kybun Joya beweist, dass Schweizer Mittelständler auch im digitalen Bereich neue Standards setzen können.

[www.kybunjoya.swiss](http://www.kybunjoya.swiss)

### IDIP Solution – Low-Code für die Industrie

Mit iDIP bietet die IDIP Solution AG eine Low-Code-Plattform speziell für die produzierende Industrie. Die Lösung ermöglicht papierlose Prozesse, maschinennahes Arbeiten und flexible Anpassungen – ganz ohne Programmierkenntnisse. Applikationen können schnell und passgenau erstellt und verändert werden. Die Plattform ist modular aufgebaut und wird bereits von namhaften Kunden wie Axpo, Mövenpick oder V-ZUG genutzt. iDIP spart nicht nur Zeit und Ressourcen, sondern steigert auch die Effizienz ganzer Produktionsketten. Die Lösung ist hochgradig skalierbar und unterstützt die Digitalisierung im industriellen Mittelstand. iDIP steht für einfache, aber wirkungsvolle digitale Transformation. [www.idip-solution.com](http://www.idip-solution.com)

### Nägele Capaul AG – NC IoT: Funklösungen mit System

Hinter dem Projekt NC IoT steht die Nägele Capaul AG, ein Traditionsunternehmen mit Wurzeln in der Funktechnik. Die entwickelte Plattform basiert auf der stromsparenden LoRaWAN-Technologie und ermöglicht eine Echtzeitanalyse von Sensordaten. Dank zentralisierter Infrastruktur sinken die Betriebskosten deutlich gegenüber klassischen Systemen. Als Systemintegrator bietet die Firma Komplettlösungen aus einer Hand – von der Sensorik bis zur Datenaufbereitung. Ein eigenes User-Interface sorgt für einfache Bedienung und hohe Nutzerfreundlichkeit. Die Softwarelösung ist technisch ausgereift und für verschiedene Branchen skalierbar. NC IoT zeigt, wie sich ein etabliertes Unternehmen erfolgreich ein digitales Geschäftsmodell aufbauen kann. [www.ncag.io](http://www.ncag.io)

Anzeige



## Einstein Congress

*Erfolgreich tagen. Ausgelassen feiern. Individuell erleben*

Das Einstein Congress bietet 14 stilvolle Seminarräume und den eleganten Einstein Saal für bis zu 400 Personen – ideal für Seminare, Bankette und Firmenevents. Modernste Technik, hochwertige Ausstattung und ein stilvolles Ambiente sorgen für eine inspirierende Atmosphäre. Dank direkter Anbindung an das Einstein St.Gallen und Einstein Parking geniessen Sie höchsten Komfort und beste Erreichbarkeit.

Einstein Congress | Wassergasse 1, 9000 St.Gallen, Schweiz  
+41 71 227 55 00 | [congress@einstein.ch](mailto:congress@einstein.ch) | [einstein.ch](http://einstein.ch)

# Wir **realisieren** deine **Vision**

Willst du mit starken Videoinhalten regelmässig auf deinen Kanälen präsent sein und deine Kund:innen erreichen? Dann wird's Zeit, dass wir uns kennenlernen.

Bist du **bereit**  
**los zu legen?**



**CONTENTHOUSE**

**Benjamin Pipa**  
benjamin.pipa@contenthouse.ch  
+41 58 255 06 06

**contenthouse.ch**

# Contenthouse – der verlängerte Arm für starke Videokommunikation

Mit Standorten in St.Gallen und Olten gehört die Contenthouse GmbH zu den etablierten Schweizer Spezialisten im Bereich Video-Content-Produktion. Das Unternehmen vereint langjährige Erfahrung mit Innovationskraft – immer einen Schritt voraus, wenn es um technologische Entwicklungen und neue Kundenbedürfnisse geht.



werden. Dank Teamzugriffen können Unternehmen ortsunabhängig Inhalte erstellen – ideal für Social-Media-Plattformen wie LinkedIn, YouTube, Instagram oder TikTok. Dabei gilt: so viel wie möglich inhouse – und immer mit der Option, Contenthouse als Produktionspartner beizuziehen.

## Schulungen und Workshops ergänzen das Angebot

Neben diesen skalierbaren Lösungen bietet Contenthouse zudem Schulungen und Workshops an. Mitarbeitende lernen, wie man mit dem Smartphone professionell filmt, Aufnahmen effizient schneidet und Inhalte zielgerichtet auf Social Media oder anderen Kanälen publiziert.

## Und sollte es mal etwas mehr sein

Contenthouse deckt als Full-Service-Agentur die gesamte Bandbreite ab – von der Ideenfindung und dem Storytelling, über den Dreh vor Ort, bis hin zur Postproduktion inklusive Schnitt, Motion Design, Animation und Vertonung.

Bereits während der Pandemie stellte Contenthouse eine Videoproduktionsplattform bereit, mit der Kunden standardisierte Videoinhalte vorlagenbasiert selbstständig erstellen konnten.

Denn Videocontent ist längst nicht mehr nur ein «Nice to have», sondern ein zentrales Element moderner Markenkommunikation. Wer sichtbar bleiben will, muss kontinuierlich Inhalte erstellen, die zielgerichtet sind, kanalgerecht funktionieren und sich mit vertretbarem Aufwand realisieren lassen.

## Genau hier setzt der neueste Service von Contenthouse an

Unternehmen, Organisationen und Institutionen werden bei der Umsetzung von professionellen Brandkits und individualisierten Video-Vorlagen für Tools wie Canva, CapCut oder andere gängige Plattformen unterstützt. Ziel ist es, ein professioneller, verlängerter Arm der internen Marketing- oder Videoabteilung zu sein – flexibel, effizient und markengerecht.

Die Spezialisten von Contenthouse entwickeln Branded-Video-Vorlagen, die auf den Plattformen verfügbar gemacht

## Contenthouse GmbH

Lerchenfeldstrasse 3  
9014 St.Gallen

Hauptgasse 33  
4600 Olten

Kontakt  
Benjamin Pipa  
info@contenthouse.ch  
+41 58 255 06 06  
[contenthouse.ch](https://www.contenthouse.ch)





Hybrid,  
vor Ort  
oder  
online.

# Was für eine Karriere!

Mit deiner Weiterbildung an der BVS St. Gallen –  
deiner Höheren Fachschule für Wirtschaft.

 **BVS** St. Gallen

# «KMU nutzen KI innovativ»

Thomas Merz ist Prorektor Forschung und Wissensmanagement sowie Dozent Medien und Informatik an der PHTG und langjähriges Jurymitglied des LEADER Digital Awards. Er sieht bei den diesjährigen Nominierten einen klaren Trend: KMU setzen zunehmend auf Künstliche Intelligenz, um ihre Geschäftsmodelle zu transformieren. Merz weiss, welche Kriterien bei der LDA-Bewertung zählen, welche Entwicklungen besonders auffallen und warum sich eine Bewerbung immer lohnt.

## Thomas Merz, nach welchen Kriterien bewertet die Jury die eingereichten Projekte?

Im Vordergrund stehen der Nutzen eines Projekts und der Innovationsfaktor. Es geht darum, wie hoch der Nutzen ist, wie schnell er realisiert werden kann und ob er über die eigene Firma hinaus einen gesellschaftlichen Mehrwert bietet. Auch der USP spielt eine Rolle: Wodurch unterscheidet sich ein Projekt von ähnlichen Ansätzen? Nachhaltigkeit ist ebenfalls wichtig – und zwar sowohl ökologisch als auch wirtschaftlich und sozial. Zudem wird bewertet, wie typisch ein Projekt für seine Branche ist. Entwickelt eine Firma eine Lösung, die innerhalb ihrer Branche vollkommen neue Wege geht, ist das ein wichtiger Pluspunkt.

*«Eine Bewerbung bringt immer auch interessante Erfahrungen mit sich.»*

## Welche Entwicklungen sind Ihnen bei den diesjährigen Nominierten besonders aufgefallen?

Der rasante Fortschritt bei der Nutzung Künstlicher Intelligenz ist beeindruckend. Selbst KMU setzen mittlerweile KI-basierte Anwendungen sehr innovativ ein und erzielen dadurch entscheidende Vorteile. Bereits bei der ersten Ausschreibung des Awards 2019 zeigte sich, dass Digitalisierung auch in sehr traditionellen Gewerbebetrieben immer wichtiger wird. Diese Entwicklung hat sich klar fortgesetzt. Heute sehen wir, dass KI-Technologie viel breiter und selbstverständlicher eingesetzt wird als noch vor wenigen Jahren.

## Wie läuft die Entscheidungsfindung innerhalb der Jury ab – gibt es eine intensive Diskussion oder stechen die besten Projekte meist schnell hervor?

Es gibt beides: Einerseits kristallisieren sich Favoriten oft klar heraus, obwohl die Jury aus ganz unterschiedlichen Bereichen kommt. Dennoch führen wir auch intensive Diskussionen, stellen kritische Fragen und beleuchten Vor- und Nachteile der Konzepte aus verschiedenen Perspektiven. Diese Auseinandersetzungen sind wichtig, um die besten Projekte zu identifizieren.

Thomas Merz:

**Einfach machen!**



**Gab es Projekte aus den vergangenen Jahren, die Sie besonders beeindruckt haben?**

Ein Beispiel ist die App «Ginto», die 2019 den Publikumspreis und den Preis in der Kategorie «Organisation» gewann. Sie hilft Menschen mit Gehbehinderung dabei, barrierefreie Orte zu finden, und wurde kontinuierlich weiterentwickelt. Auch der Industrie-Putzroboter «Kemaro» ist ein spannendes Projekt, bei dem drei Schulfreunde einen gänzlich neuen Reinigungsroboter entwickelt haben. Heute wird er weltweit in Fabrikhallen eingesetzt. Besonders beeindruckt mich, wie engagiert Ostschweizer Betriebe mit innovativen Lösungen vorangehen.

*«Auch der USP spielt eine Rolle.»*

**Was würden Sie Unternehmen raten, die sich für den LEADER Digital Award bewerben möchten? Gibt es Erfolgsfaktoren, die in der Jury besonders gut ankommen?**

Einfach machen! Eine Bewerbung bringt immer auch interessante Erfahrungen mit sich. Man lernt bereits bei der Vorbereitung, aber auch durch die Fragen der Jury. Wichtig ist es, klar aufzuzeigen, welches Problem gelöst wird, wo der konkrete Nutzen liegt und wodurch sich das Projekt von der Konkurrenz abhebt.

**Text:** Patrick Stämpfli

**Bild:** Marlies Beeler-Thurnheer

Anzeige

**Was haben Erdbeeren und innovative Unternehmen gemeinsam? Beide wachsen im Thurgau wie wild.**



**Jetzt Jobvielfalt  
im Thurgau entdecken.**

[karriere-thurgau.ch](https://karriere-thurgau.ch)

**Thurgau**

# «Einfachheit, Klarheit und Authentizität»

Julien Reutimann, CEO von Siresca, gewann 2023 den LEADER Digital Award in der Kategorie Start-ups. Der Gewinn brachte nicht nur Anerkennung, sondern auch wertvolle Unterstützung für die nächste Wachstumsphase. Reutimann skizziert, was der Award verändert hat, welche Herausforderungen die Digitalisierung für KMU mit sich bringt und wo er das grösste Potenzial für die Zukunft sieht.

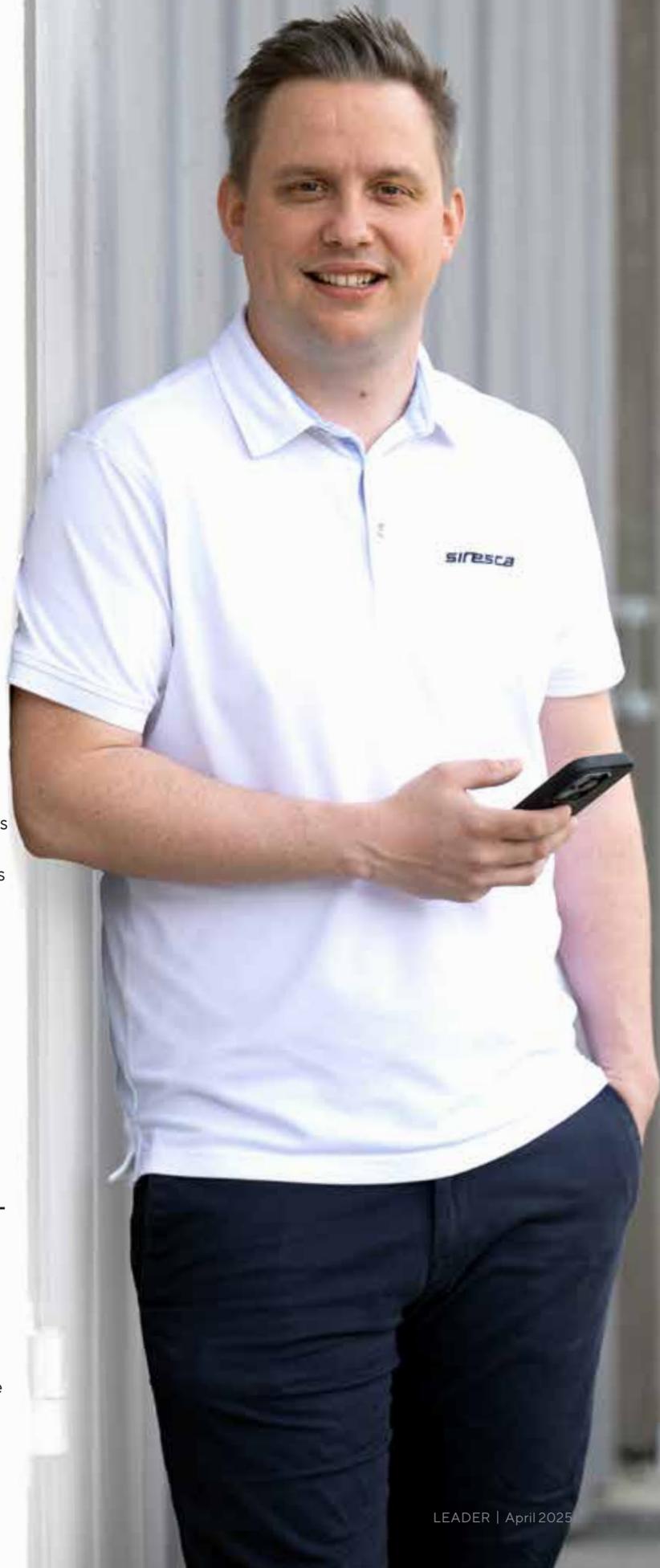
## **Julien Reutimann, welche Bedeutung hatte der Gewinn des LEADER Digital Awards 2023 für Siresca?**

Für uns als Team war es eine grosse Bestätigung, dass auch eine externe Expertengruppe wie die Jury unser Potenzial erkannt hat. Bis dahin hatten wir unsere Idee unter Ausschluss der Öffentlichkeit vorangetrieben, weil wir an eine Geheimhaltungsvereinbarung gebunden waren. Mit dem Gewinn des Awards erfuhren erstmals auch Aussenstehende, was wir bei Siresca genau machen.

*«Der Award und das gewonnene Coaching haben uns für die nächste Phase sehr geholfen.»*

## **Wie hat sich Siresca seither weiterentwickelt – gab es konkrete Fortschritte, die durch die erhöhte Aufmerksamkeit oder das Netzwerk des Awards möglich wurden?**

Wie bekannt, ist es im Marketing oft schwierig, den direkten Einfluss zu messen. Natürlich stärkt ein solcher Preis das Vertrauen in eine noch junge Marke. Wir können mit Sicherheit sagen, dass uns der Preis und das gewonnene Coaching mit Valentin Frischknecht von der Compelling AG für die nächste Phase sehr geholfen haben.





Ihre Zukunft  
Ihr Projekt  
Ihr Raum



### Hier finden Sie:

- Büroräume & Labore
- Co-Working Plätze
- Event- & Sitzungs-  
räume



### Mehr dazu:



# Partnerschaft



Gemeinsam zum Ziel: Abraxas wünscht allen Unternehmen viel Erfolg für den «LEADER Digital Award 2025».

[abraxas.ch](http://abraxas.ch)

Für die digitale Schweiz.  
Mit Sicherheit.



**KURZE WEGE**

**FÜR DEINEN ERFOLG**

**EINER  
FÜR  
ST.GALLEN**

## Deine Startup-Region St.Gallen

- ✓ kurze Wege
- ✓ persönliche Kontakte
- ✓ starke Netzwerke

**von der Ideenentwicklung bis zur Skalierung**

Interessiert? Das Startup-Forum **St.Gallen@RHEMA** bietet spannende Fachreferate und eine Netzwerkplattform für Gründerinnen und Gründer.

**Freitag, 2. Mai 2025, 12.00 bis 14.30 Uhr**



Jetzt kostenlos anmelden:  
[www.ifj.ch/rhema](http://www.ifj.ch/rhema)



Julien Reutimann:

## Digitalisierung mit Authentizität

### Ihr Unternehmen ist im Bereich digitale Prozesse und Automatisierung tätig. Welche aktuellen Herausforderungen sehen Sie in der Digitalisierung, insbesondere für KMU?

Die grösste Herausforderung sehe ich darin, dass mindestens der gleiche Aufwand, der in die Beschaffung und Schulung von Software gesteckt wird, auch in die Optimierung und Anpassung der zugrunde liegenden Prozesse gesteckt wird. Denn die Software ist nur das Mittel, um den Prozess durchzuführen – fehlerhafte Prozesse löst die Software nicht.

### Basierend auf Ihrer eigenen Erfahrung: Was raten Sie jungen Start-ups, die sich für den LEADER Digital Award 2025 bewerben möchten?

Einfachheit, Klarheit und Authentizität.

### Welche digitalen Innovationen plant Siresca in den nächsten Jahren, und wo sehen Sie das grösste Potenzial für Wachstum?

Wir wollen alle relevanten Arbeitsprozesse der Elektroinstallateure bis in die Tiefe optimieren und digitalisieren. Interessant ist für uns auch die Skalierung in andere Gewerke der Gebäudetechnik wie Sanitär, Heizung und Lüftung, wo wir bereits über Kunden verfügen. Geografisch sind wir neben der Schweiz in Österreich und Deutschland unterwegs, weitere europäische Länder sollen erschlossen werden.

**Text:** Patrick Stämpfli

**Bild:** Marlies Beeler-Thurnheer



**STACKWORKS**  
your cloud, simplified.

# Digital effizienter zusammenarbeiten

[stackworks.ch](https://stackworks.ch)



**CRON X BERG**

Davidstrasse 38 | 9000 St.Gallen | +41 71 447 10 10 | [www.cronbergasset.ch](http://www.cronbergasset.ch)

# Künstliche Intelligenz unterstützt den stabilen Vermögensaufbau



Erfahren Sie  
mehr über uns  
und die KI!

Alessandro Sgro, CIO

«In einer unsicheren Zeit  
sind eine robuste Strategie und ein  
verlässlicher Begleiter zentral.»



# Ehre, wem Ehre gebührt.

Allen Nominierten  
viel Erfolg.

[agenturkoch.ch](https://agenturkoch.ch)

**Agentur  
Koch**

**Branding  
Digital  
Motion**

# Effiziente Leadgenerierung im Recruiting: Mit digitaler Strategie zum Erfolg

Der Kampf um qualifizierte Fachkräfte ist härter denn je. Unternehmen stehen vor der Herausforderung, qualifizierte Talente zu finden und diese auch langfristig zu binden. Klassische Stellenanzeigen allein reichen dabei längst nicht mehr aus.

## Neue Wege im Recruiting

Heutzutage ist rund ein Drittel aller potenziellen Kandidat:innen aktiv auf Jobsuche. Das heisst aber nicht, dass die anderen beiden Drittel nicht offen für attraktive Angebote sind. Genau hier setzt die innovative Recruiting-Strategie der Hutter Consult AG an: Über präzise datengetriebene Digital-Kampagnen werden nicht nur aktiv Suchende erreicht, sondern auch jene, die bislang gar nicht über einen Jobwechsel nachgedacht haben.

Die Leadgenerierung passiert nicht einfach. Sie wird strategisch orchestriert: Gezielte Anzeigen, psychologisch optimierte Botschaften und eine nahtlose Bewerbungsführung sorgen für eine überzeugende Candidate Experience. Während die Kampagnen für hohe Reichweite und Relevanz sorgen, stellt das Zusammenspiel von automatisierter Leadverarbeitung und persönlicher Nachbetreuung sicher, dass kein Talent verloren geht.



## Mehr Bewerber:innen, weniger Streuverluste

Dass dieser Ansatz funktioniert, zeigt das Erfolgsbeispiel der Medbase Gruppe: Mit einem Mediabudget von nur 2870 Franken konnten 256 qualifizierte Leads generiert werden, aus denen sich 20 Ärztinnen und Ärzte aus Deutschland und Österreich für das Unternehmen begeistern liessen. Dabei war nicht nur die Quantität entscheidend – sondern auch die Qualität. Durch smarte Automatisierung und persönliche Ansprache wurden gezielt die passenden Talente angesprochen. Thomas Besmer, Managing Partner bei der Hutter Consult AG, fasst zusammen: «Unsere Performance-Marketing-Strategie in Kombination mit der nötigen Automatisierung hat

nicht nur für hochqualifizierte Leads gesorgt, sondern auch die Effizienz und Personalisierung im Prozess maximiert.»

## Leadgenerierung als strategische Erfolgssäule

Das Besondere an dieser Methode? Sie geht über klassische Performance-Kampagnen hinaus. Leadgenerierung im Recruiting ist kein Zufallsprodukt, sondern ein durchdachter Prozess, der sich in fünf zentralen Schritten entfaltet:

- **Anziehung:** Durch massgeschneiderte Social-Media-Kampagnen werden relevante Kandidat:innen gezielt angesprochen.
- **Aktivierung:** Statt klassischer Stellenanzeigen führt ein optimierter Funnel dazu, dass sich Talente aktiv für das Unternehmen interessieren.
- **Erfassung:** Die automatisierte Vorqualifizierung über Schnittstellen sorgt für eine schnelle und effiziente Weiterleitung an das HR-Team.
- **Conversion:** Durch eine perfekte Mischung aus Automatisierung und individueller Betreuung werden Bewerber:innen motiviert, den nächsten Schritt zu gehen.
- **Integration:** Die Leads fließen direkt in die Recruiting-Prozesse und ermöglichen einen nahtlosen Übergang in den Bewerbungsprozess.

Die Kombination aus Automatisierung, präziser Zielgruppenansprache und strategischer Nachverfolgung macht diese Methode nicht nur effizienter als herkömmliche Recruiting-Ansätze, sondern auch nachhaltiger. Denn einmal implementiert, lassen sich Kampagnen mit geringem Aufwand skalieren und an veränderte Marktbedingungen anpassen.

## Recruiting neu gedacht – jetzt handeln

Gleich zwei renommierte Preise – der HR Excellence Award und der Trendence Award – bestätigten Ende des letzten Jahres den Erfolg dieses datengetriebenen Ansatzes. Mit der richtigen Strategie lassen sich Talente gezielt ansprechen und für ein Unternehmen begeistern. Die Kombination aus datengetriebenem Social Media Recruiting und automatisierten Leadprozessen bietet eine leistungsstarke Lösung, um den Fachkräftemangel aktiv anzugehen. Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, die eigene Recruiting-Strategie zu optimieren.

[www.hutter-consult.com](http://www.hutter-consult.com)

# FACH- KRÄFTE- MANGEL?

Dann bilden Sie Ihre Talente doch einfach selbst aus!



Mehr zu unserem  
Ausbildungsprogramm



Der IT-Fachkräftemangel lähmt die Wirtschaft. Doch statt Projekte zu verschieben oder Talente im Ausland zu suchen, gibt es eine effektivere Lösung: Quereinsteiger mit Potenzial gezielt fördern.

Das **Digital Talents Program** von **<IT>rockt!** hilft Unternehmen, motivierte Talente rasch und praxisnah in die ICT-Branche zu integrieren – **und das mit über 90% Erfolgsquote.**

**Jetzt Partner werden – let's do IT!**

T +41 71 278 25 25

[hello@digitaltalentsprogram.ch](mailto:hello@digitaltalentsprogram.ch)



supported by

**<IT>rockt!**

# Erfa-Gruppen 2025: KMU-IT-Trends & Cyber Security

Sie sind in der IT-Branche tätig oder interessieren sich für aktuelle IT-Themen? Dann sind die Erfa-Gruppen Ihre Plattform für Austausch und Networking.

### Ihre Vorteile

- Exklusive Einblicke von IT-Expertinnen und Experten
- Networking auf Augenhöhe mit Gleichgesinnten
- Präsenztreffen für kontinuierlichen Wissenstransfer

Freuen Sie sich auf inspirierende Treffen mit Expertinnen und Experten zu aktuellen KMU-IT-Trends und neuesten Entwicklungen in der Cyber Security. **Inklusive:** Teilnahme an der Digital Conference Ostschweiz mit Breakout-Session.



Weitere Informationen und Anmeldung unter [www.itrockt.ch/erfahrungsgruppen/](http://www.itrockt.ch/erfahrungsgruppen/) oder alternativ per Telefon: +41 71 278 25 25  
E-Mail: [info@itrockt.ch](mailto:info@itrockt.ch)

### Programm der Erfa-Gruppe KMU-IT-Trends 2025

Treffen Nr. 2 am 15.05.2025 – Robert Vogt, smartive AG zum Thema KI für KMUs: Über Chatbots hinausgedacht.

Treffen Nr. 3 am 26.09.2025 – Spezial-Event: 3. Digital Conference Ostschweiz inkl. spannender Breakout-Session.

Treffen Nr. 4 am 30.10.2025 – Dr. Roger Moser, Universität St.Gallen zum Thema Digitale Geschäftsmodelle.

### Programm der Erfa-Gruppe Cyber Security 2025

Treffen Nr. 2 am 22.05.2025 – Michael Landolt, Microsoft Corporation zum Thema Aktuelle Bedrohungslandschaften im Überblick.

Treffen Nr. 3 am 26.09.2025 – Spezial-Event: 3. Digital Conference Ostschweiz inkl. spannender Breakout-Session.

Treffen Nr. 4 am 27.11.2025 – Tobias Seitz, Helvetia Versicherungen zum Thema Cyberversicherung für KMU: überflüssig oder unverzichtbar?

<IT>rockt!

# Gemeinsam für die digitale Zukunft.

Mitglied werden 



supports **MATCHD** |  Digital Talents

# Treffpunkt für Motorsport-Begeisterte, Familien und Unternehmen

Das Bergrennen Hemberg startet mit einem neuen Führungsteam in die nächste Saison: Max Schrepfer und Werner Knaus haben das Präsidium von Christian Schmid übernommen. Die beiden langjährigen OK-Mitglieder schildern, was das Rennen am 14./15. Juni 2025 so besonders macht – und warum sich ein Engagement als Fahrer, Sponsor oder Zuschauer lohnt.

**Max Schrepfer, Werner Knaus, Sie übernehmen gemeinsam das Präsidium. Warum haben Sie sich für dieses Co-Modell entschieden?**

**Schrepfer:** Wir arbeiten seit vielen Jahren eng zusammen und kennen unsere Stärken. Ich bin für Infrastruktur, Verkehr, Sicherheit und Rennbetrieb zuständig – das sind eher die technischen, logistischen Themen.

**Knaus:** Und ich verantworte Sponsoring, Gästebetreuung, Show und Kommunikation. Diese Aufgabenteilung funktioniert seit Jahren sehr gut. Jetzt führen wir das gemeinsam weiter – mit Herzblut und einem starken Team im Rücken.

**Was macht für Sie den Reiz am Bergrennen Hemberg aus?**

**Knaus:** Ich war schon als Schüler in den Achtzigern als Fan dabei – das Rennen hat mich nie losgelassen. Es ist ein einzigartiger Mix aus Adrenalin, Nähe zum Sport und Begeisterung. **Schrepfer:** Für mich ist es jedes Jahr ein Highlight zu sehen, wie 350 Helfer aus der Region mit anpacken. Diese Energie wollen wir weitertragen – für Fahrer, Fans und Sponsoren.

**Was erwartet die Zuschauer am 14. und 15. Juni 2025?**

**Knaus:** Zwei Renntage voller Spannung – mit Trainingsläufen am Samstag und Rennläufen am Sonntag. Dazu ein attraktives

Max Schrepfer, Christian Schmid und  
Werner Knaus: Authentische Begegnungen.



Rahmenprogramm, die beliebte Festwirtschaft, unser Fahrerlager zum Anfassen – und als besonderen Höhepunkt das Super-Puma-Display-Team. Schrepfer: Unsere 1758 Meter lange Strecke mit 157 Höhenmetern wird auch dieses Jahr von über 200 Fahrern in Angriff genommen – für Action ist also gesorgt.

### Wie kann man sich als Fan oder Hobbyrennfahrer am Bergrennen beteiligen?

**Schrepfer:** Vom 1. April bis 16. Mai 2025 läuft die Anmeldefrist für die Rennfahrer. Um am Rennen teilzunehmen, bedarf es jedoch nicht nur einer gültigen Rennlizenz, auch die technischen Voraussetzungen des Fahrzeugs und der Sicherheitsausrüstung müssen den Reglementen des Verbandes ASS und der FIA entsprechen und die entsprechende Prüfung bestehen.

**Knaus:** Auto- und Motorsportfans ohne Rennlizenz haben zwei Möglichkeiten, die Rennstrecke zu erleben – als Passagier in einem Renntaxi oder als Sponsor bei der Durchfahrt der Rennstrecke im Werbecorso. Beide Optionen sind heiss begehrt und stark limitiert.

*«Es ist ein einzigartiger Mix aus Adrenalin, Nähe zum Sport und Begeisterung.»*

### Was spricht aus Ihrer Sicht für ein Sponsoring?

**Knaus:** Wer sich bei uns engagiert, bekommt mehr als nur eine Logopräsenz. Unternehmen können ihre Kunden in einem einzigartigen Ambiente empfangen, profitieren von hoher Sichtbarkeit und emotionaler Bindung. Motorsport bietet starke Bilder – und wir schaffen authentische Begegnungen.

**Schrepfer:** Und das in einem regional verankerten, professionell organisierten Rahmen – wir sind stolz auf das Vertrauen unserer Partner.

### Seit der Neulancierung 2012 legen Sie Wert auf Nachhaltigkeit. Wie setzen Sie das um?

**Schrepfer:** Mit einem durchdachten Parking- und Shuttlekonzept, regionalen Lieferanten, einem erprobten Abfallkonzept und – ganz wichtig – mit Treibstoffalternativen bei den Fahrern.

**Knaus:** Dafür sind wir Teil von «saubereveranstaltungen.ch», einer Initiative von Swiss Olympic. Wir wollen Motorsport nicht nur spektakulär, sondern auch verantwortungsvoll gestalten.

### Zum Schluss: Wie soll sich das Bergrennen weiterentwickeln?

**Knaus:** Wir wollen den Event fest in der Region verankern – als Treffpunkt für Motorsportbegeisterte, Familien und Unternehmen. Unsere Vision ist ein Rennen, das begeistert, inspiriert und verbindet.

**Schrepfer:** Und das jedes Jahr zeigt: Motorsport kann lokal verwurzelt, nachhaltig und hochprofessionell zugleich sein.

## E-Autos stabilisieren das Stromnetz

**Autos stehen im Schnitt 95 Prozent der Zeit ungenutzt herum – warum sollten sie also nicht als mobile Powerbanks dienen? Ihre Batterien speichern bereits jetzt enorme Energiemengen – Oberklasse-Modelle über 70 kWh, kleine E-Autos oft über 40 kWh. Das reicht aus, um ein Einfamilienhaus bis zu 48 Stunden zu versorgen.**



Das Prinzip: Vehicle-to-Home (V2H) ermöglicht die Energieversorgung des eigenen Haushalts, während Vehicle-to-Grid (V2G) überschüssige Energie ins Netz einspeist. Besonders bei hoher Nachfrage oder nachts, wenn Solaranlagen keinen Strom liefern, könnten E-Autos helfen, das Netz zu entlasten.

Technisch sind die Herausforderungen noch gross: Fahrzeuge, Ladestationen und Stromnetze müssen kompatibel sein, und das Fehlen intelligenter Netze erschwert die Kommunikation. Zudem sind hohe Anschaffungskosten und regulatorische Hürden zu überwinden – etwa die Messung und Vergütung des zurückgespeisten Stroms. Erste Fortschritte gibt es bereits: Das Schweizer Carsharing-Unternehmen Mobility hat mit Honda in einem Pilotprojekt gezeigt, dass bidirektionale Autos als Pufferspeicher funktionieren. Auch der Markt entwickelt sich: Volkswagen hat erste Modelle für bidirektionales Laden freigegeben, und das Unternehmen sun2wheel präsentierte 2024 die erste kompatible 22-kW-Wallbox in der Schweiz. Wenn also künftig viele E-Autos vernetzt und zusammengeschaltet werden könnten, liesse sich mit ihnen Regelenergie und -leistung für die nationale Netzgesellschaft Swissgrid bereitstellen. Sie könnte das virtuelle E-Auto-Kraftwerk innert weniger Sekunden zuschalten, wenn im Stromnetz Energie fehlt.

Die SAK sieht hier echtes Potenzial: Steht bei 90'000 Elektroautos je eine Energie von 10 kWh zur Verfügung, liefern sie zusammen eine Regelenergie von 900 MWh. Das entspricht der Energie von über einer Stunde des 2022 im Wallis eröffneten Pumpspeicherkraftwerks Nant de Drance – eines der leistungsstärksten in Europa. An Energie dürfte es in Zukunft mit zunehmender Anzahl E-Autos also nicht mangeln. Vorausgesetzt, die Stromer können in zwei Richtungen laden.

Stefan Kempf, Projektleiter E-Mobilität

**Sie möchten mehr über bidirektionales Laden erfahren? Kontaktieren Sie uns unter: [solutions@sak.ch](mailto:solutions@sak.ch)**

**Text:** Stephan Ziegler  
**Bild:** zVg



## Immo Dialog Ost

Am 27. März 2025 fand die vierte Ausgabe des Immobilienforums zum Thema «Die Immobilienwirtschaft unter Druck – Projekte zwischen Einsparungen und Nachhaltigkeitsforderungen» statt. Fotografiert für den LEADER in der Olma-Halle 9.2 in St.Gallen hat Gian Kaufmann.



Zur Bildergalerie



# Digital Summit

Der Digital Summit machte Vaduz am 15. April zum Zentrum der digitalen Transformation. Die führende Digitalkonferenz der Region versammelt hochkarätige Experten, um die Bedeutung Künstlicher Intelligenz für Wirtschaft und Gesellschaft zu beleuchten. Fotografiert im Vaduzer Saal für den LEADER hat Marlies Beeler-Thurnheer.



Zur Bildergalerie



# Mit dem Geld kommt Verantwortung

Die Stadt St.Gallen ist keine gewöhnliche Gemeinde. Sie ist Zentrum eines Grossraums, Standort wichtiger Institutionen und Arbeitgeber, kulturelles Aushängeschild und wirtschaftliches Herz der Ostschweiz. Dass sie dafür einen Sonderlastenausgleich erhält, ist nur fair.

Die Abstimmung vom 18. Mai hatte die SVP-Fraktion mit dem Ratsreferendum in der Wintersession erwirkt. Die temporäre Erhöhung des Zentrumslastenausgleichs für die Hauptstadt – statt der bestehenden 17 Millionen vier Jahre lang jährlich rund 21 Millionen Franken – hatte in allen bürgerlichen Fraktionen Unmut verursacht, doch die Mehrheit stimmte schliesslich zu.

Nun hat ein überparteiliches Komitee rund um SVP und EDU den Abstimmungskampf um den Zustupf an die Stadt eröffnet. Seine Botschaft: Die Stadt kassiert, der Rest des Kantons bezahlt. Das übersieht, wie stark auch die Gemeinden vom Zentrumsangebot profitieren. Denn wer Theater, Museen, Schulen, Spitäler oder Verwaltung in St.Gallen nutzt, wohnt oft nicht in der Stadt – sondern im Fürstenland oder im Rheintal. Zentrumslasten entstehen dort, wo Leistungen für viele angeboten werden. Dass diese nicht allein von der Stadtbevölkerung getragen werden können, versteht sich von selbst. Der temporär erhöhte Zentrumslastenausgleich ist deshalb gerechtfertigt.

*«Sag mir nicht, wo deine Prioritäten liegen. Zeig mir, wofür du dein Geld aus gibst – und ich werde dir sagen, welche das sind.»*

James W. Frick (1924 – 2014), amerikanischer Autor.

Hinzu kommt: St.Gallen trägt sogenannte A-Stadtlasten. Dazu zählen überproportionale Anteile an Armen, Arbeitslosen, Auszubildenden, Ausländern, Alten und Abhängigen. Wer die Anonymität und die Infrastruktur einer Stadt sucht, findet dort Hilfe, Betreuung, Anschluss – aber diese Leistungen kosten. Während kleinere Gemeinden diese Bevölkerungsgruppen oft nur in geringem Mass aufnehmen, konzentrieren sich diese in der Stadt – was sich direkt auf Sozialausgaben, Integrationsaufwand, Bildungsfinanzierung und Gesundheitskosten auswirkt. Und andere Gemeinden entlastet.

Der Finanzausgleich ist allerdings kein Freipass, sondern ein Auftrag: St.Gallen soll attraktiv für alle sein – für Familien, Unternehmen, Studenten, Arbeitnehmer. Und zwar mit einer Politik, die auf solide Finanzen und wirtschaftsfreundliche Rahmenbedingungen setzt.

Stephan Ziegler, LEADER-Chefredaktor



## LEADER

03/2025

Magazin LEADER  
MetroComm AG  
Bahnhofstrasse 8  
CH-9000 St.Gallen  
Tel. 071 272 80 50  
Fax 071 272 80 51  
leader@metrocomm.ch  
[www.leaderdigital.ch](http://www.leaderdigital.ch)

**Verleger:** Natal Schnetzer

**Chefredaktor:** Stephan Ziegler, Dr. phil. I  
sziegler@metrocomm.ch

**Autoren:** Philipp Landmark, Kris Vietze, Patrick Stämpfli, Fabian A. Meyer, Stephan Ziegler, Barbara Gysi, Michael Kummer, Michael Götte, Robert Nef, Sven Bradke, Roland Rino Büchel, Edy Tanner, Thomas Bischoff, Stefan Kempf, Stefan Schneider

**Fotografie:** Marlies Beeler-Thurnheer, Gian Kaufmann, Urs Bucher, Leo Boesinger, Philipp Baer, Ladina Bischof, iStock, Pixabay, 123RF, Freepik, zVg

**Gestaltung:** Robert Di Falco  
rdifalco@metrocomm.ch

**Herausgeberin, Redaktion und Verlag:** MetroComm AG  
Bahnhofstrasse 8  
CH-9000 St.Gallen  
Tel. 071 272 80 50  
Fax 071 272 80 51  
[www.leaderdigital.ch](http://www.leaderdigital.ch)  
[www.metrocomm.ch](http://www.metrocomm.ch)  
leader@metrocomm.ch

**Geschäftsleitung:** Natal Schnetzer  
nschnetzer@metrocomm.ch

**Verlags- und Anzeigenleitung:** Oliver Iten  
oiten@metrocomm.ch

**Marketing- und Aboverwaltung:** Fabienne Schnetzer  
info@metrocomm.ch

**Abopreis:** CHF 61.50 für 18 Ausgaben

**Erscheinung:** Der LEADER erscheint 9 x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni/Juli, August, September, Oktober, November/Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben

**Produktion:** Ostschweiz Druck AG,  
CH-9300 Wittenbach

Die mit «Profil» gekennzeichneten Beiträge sind Sponsored Content.

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





Zentrum für berufliche  
Weiterbildung

# BILDUNG IST



# AUCH TRADITION

LERNEN. VERSTEHEN. UMSETZEN.

zbw.ch



REACH FOR THE CROWN



DER COSMOGRAPH DAYTONA



HUBER  
VADUZ

---



ROLEX