

20 JAHRE LEADER

DAS OSTSCHWEIZER UNTERNEHMERMAGAZIN

leaderdigital.ch

April 3 / 2023

Preis CHF 8.50

21. Jahrgang



Mehr fürs Leben dank kluger Vorsorge?

Mehr herausfinden:



MIT FOKUS
APPENZELLERLAND



Ralf Schindel:

*3D-Innovationen
für die ganze Welt*

Sauber bleiben!

pronto-ag.ch

pronto
Wir verstehen mehr
als Reinigung.

Hidden Champions im Rampenlicht

Mit Know-how international unterwegs

Katharina Lehmann

Ausbau dank hoher Nachfrage

Jörg Müller

Von Ikea bis Amazon

Bildung bewegt!

bzbs.

bzbs.ch

HR, Lohnbuchhaltung, Zeiterfassung & Spesenmanagement in einer Software●

Die effiziente Gesamtlösung
für das Personalwesen

Abacus Forum
Spesenmanagement
01.06.2023
hybrider Event
jetzt anmelden
abacus.ch/forum-spesen



Human Resources



Lohnbuchhaltung



Zeiterfassung



Spesenmanagement

Ihr Nutzen

Unsere Module im Personalbereich bieten innovative Lösungen für ein effizientes HR-Management. Sie umfassen Rekrutierung, Employee Self Service (ESS/MSS), Personaldossier, Einsatzplanung, Vergütungsmanagement, branchenspezifische Lohnbuchhaltungen sowie die integrierte Erfassung von Arbeitszeit, Absenzen, Spesen und vieles mehr.



Weitere Informationen finden Sie unter:
abacus.ch/personal

Grund zur Zuversicht

Unsere Industrie ist mit wenig Schwung ins neue Jahr gestartet. Der Raiffeisen-Konjunkturindikator «KMU PMI» rutschte im Januar und Februar unter die Wachstumsschwelle von 50. Im März fiel die Lagebeurteilung der von Raiffeisen befragten über 200 Unternehmen jedoch wieder besser aus: Der KMU PMI erholte sich von 49,7 auf 51,6 Punkte und schloss damit auf dem höchsten Niveau seit letztem Sommer. Der Index zeigt, ob sich die Einschätzung der KMU gegenüber dem Vormonat verbessert (Index über 50) oder verschlechtert (Index unter 50) hat.

Das Frühlingserwachen ist glücklicherweise keine saisonale Erscheinung, sondern liegt primär am besser als erwarteten globalen Konjunkturmilieu. Die europäische Wirtschaft ist entgegen den Befürchtungen nicht in eine Winterrezession gerutscht und zeigt sich widerstandsfähig. Davon profitiert auch unsere Industrie, deren Neugeschäft wieder besser läuft. Der Auftragsbestand der KMU schmilzt nicht mehr, im Gegenteil: Im März sind die Auftragsbestände bei den befragten Unternehmen zum zweiten Mal in Folge gestiegen, wobei sich das Wachstum beschleunigte. Die entsprechende Subkomponente kletterte auf 53,2 Punkte und damit den höchsten Stand seit letztem Frühling.

Auch die abnehmenden Lieferkettenprobleme sorgen für mehr Zuversicht bei den Betrieben. Die Lieferengpässe beschränken sich zunehmend auf spezifische Teile; die meisten Unternehmen leiden bei der Beschaffung nicht mehr unter grossen Schwierigkeiten. Die Lieferfristen haben zuletzt folglich weiter abgenommen; die entsprechende Komponente des Raiffeisen KMU PMI sank im März von 49,4 auf 46,7 Punkte.

Alles in allem lässt einen das einigermaßen beruhigt in die Zukunft blicken. Und es drängt sich Frage auf, ob all die Krisen, mit denen wir offenbar konfrontiert sind, nicht oft eher herbeigeschrieben und -geschwätzt werden, denn ein Abbild der Realität sind: Ist ein Thema erst gesetzt – aus welchen Gründen auch immer –, tendieren Medien und Politiker häufig dazu, unbedacht ins Panikorchester einzustimmen und einander hochzuschaukeln. Hüben und drüben etwas mehr Gelassenheit wäre wünschenswert.

Natal Schnetzer, Verleger



Anzeige





inconet
Information Communication Network
www.inconet.ch

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

**Wir verbinden Menschen
und Technik.**



«Im Labyrinth aller Dokumentenablagen lohnt es sich, den Überblick aus der Vogelperspektive zu haben. COFOX Starter managt sämtliche Bürodaten in einem Tool und ebnet so den Weg zu einem effizienten und nachhaltigen Büroalltag.»



Willkommen im Nachhaltigkeits-Frühling bei COFOX: Unternehmen stehen immer mehr vor der Herausforderung, ihre internen Abläufe zu optimieren und zugleich eine verantwortungsvolle Nutzung von Ressourcen zu gewährleisten.

Der Datenassistent COFOX-Starter ist die Softwarelösung, die immer den Überblick hat und so Nachhaltigkeit und Effizienz im Büroalltag ermöglicht. Anruf genügt: 071 274 00 80.



Die Ostschweiz bündelt Kräfte für Start-ups

Das Startnetzwerk Thurgau geht gemeinsame Wege mit Startfeld, der Start-up-Förderung der Switzerland Innovation Park Ost AG: Die beiden Start-up-Supporter sind eine Kooperation eingegangen, die es Thurgauer Start-ups erlaubt, von den Fördermöglichkeiten von Startfeld zu profitieren.

Das Startnetzwerk Thurgau unterstützt seit zehn Jahren Thurgauer Jungunternehmen. Seit April 2023 kooperiert das Startnetzwerk mit dem Startfeld zur Förderung von Start-ups. Startfeld unterstützt seit vielen Jahren ambitionierte Gründer der Kantone St.Gallen, Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden in allen Phasen der Innovation. Dank der Zusammenarbeit von Startnetzwerk Thurgau mit Startfeld können neu auch Thurgauer Start-ups vom Förderprogramm des SIP Ost profitieren, ohne dass sie ihren Firmensitz nach St.Gallen oder ins Appenzellerland verlegen müssen.

Das neue Angebot kann dank der Unterstützung durch die Thurgauer Kantonalbank realisiert werden, die sich mit 2,5 Millionen Franken am Kapital der Stiftung Startfeld beteiligt. Ferner engagiert sich die Bank auch bei der aktuellen Kapitalerhöhung der SIP Ost AG. Die neue Unterstützung steht Start-ups zur Verfügung, die besonders innovative Geschäftsideen mitbringen. Sie profitieren von einem grösseren Netzwerk, Wissen und Geld. Die Seed-Finanzierung in Form von Fremd- bzw. Eigenkapital geht bis zur Höhe von 300'000 Franken pro Start-up.

Inhalt

- 10 Spotlight**
Wichtiges in Kürze
- 12 Digital & Start-ups**
Ostschweiz 2.0
- 14 Schwerpunkt**
Hidden Champions im Rampenlicht
- 30 Katharina Lehmann**
Vom Toggenburg bis Saudi-Arabien
- 34 Beat Ulrich**
Über 80 Länder zu Gast in St.Gallen
- 36 Tobias Hofer**
Wie ein halbes AKW eingespart werden könnte
- 40 Karin Anderegg, Ruedi Lieberherr**
Von Bombay nach Ebnat-Kappel
- 44 Fokus Wirtschaftsraum Appenzellerland**
Erfolgreich trotz mannigfaltiger Hürden
- 74 Vorschau**
LEADER Digital Award, Digital Conference Ostschweiz, Charity Classic
- 78 Rückblick**
Porsche Passion Day, IHK Business Outlook, WISG-GV, Immo Dialog Ost
- 82 Schlusspunkt**
0,12 Prozent





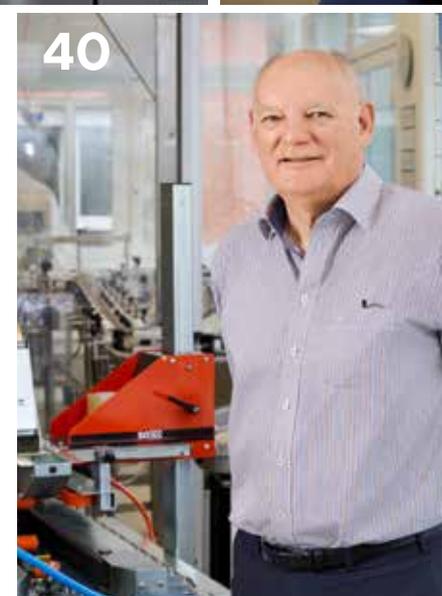
66



30



26



40



48

Anzeige

Zur Offa hin...

...und wieder nach Hause.

Personenwagen und Kleinbusse

bis 16 Personen

HEROLD-TAXI

2222 777

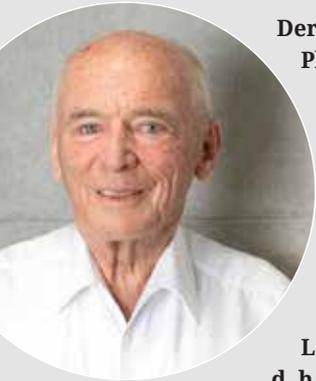
NEU ONLINE BUCHEN heroldtaxi.ch

071 2222 777



©Michael Huwiler, www.foto-huwiler.ch

Es lebe der Nährstand



Der griechische Philosoph Platon (427 – 347 v. Chr.) hat in seinem Idealstaat eine klassische Arbeitsteilung postuliert, die später zum Modell der Etatisten aller Parteien geworden ist. Zuoberst stehen die politischen Lenker, die Philosophen, d. h. die Intellektuellen, die den anderen vorschreiben, was gut ist für alle, weil sie es – angeblich – besser wissen.

In der Mitte stehen die Wächter, d. h. die Soldaten, Bürokraten und Ordnungskräfte, die primär die Verteidigung gegen aussen sicherstellen und im Innern Überwachungsaufgaben wahrnehmen, und zuunterst stehen die berufstätigen Privatleute, die unter der Aufsicht der beiden anderen das wirtschaftliche Überleben aller gewährleisten. Diese Vorstellung hat dann in der mittelalterlichen Lehre von den drei Ständen ihre Fortsetzung gefunden, die bis heute nachwirkt: Der Nährstand als ökonomische Basis, der Wehrstand als Ordnungshüter und Verteidiger und der Lehrstand, der die Ideologie liefert, die das System erhält, legitimiert und dessen Sinn stiftet.

Im Lauf der Geschichte haben sich dann der Wehrstand (d. h. die Ritter und die Adligen) mit dem Lehrstand, dem Klerus, verbandelt und der Nährstand wurde zum Zudienen und Besteuert-Werden verknechtet. Dies alles wirkt bis heute nach. Der Klerus, das sind heute die tonangebenden Intellektuellen in den Hochschulen und in den Medien, die der politischen Klasse der überwachenden Funktionäre zudienen und deren Legitimation sicherstellen.

Der Nährstand besteht aus der Mehrheit der Menschen, die in vielfältigen Berufen leisten, lernen und sparen, produzieren und konsumieren. Sie verkörpern die Wirtschaft im umfassenden Sinn und sorgen für jene Produktivität, die sich selbst trägt und die beiden anderen Stände finanziert.

Robert Nef, Publizist St.Gallen

Das gefeierte Bankdirektor der CS

Schon vor einem Jahr schrieben die britischen Medien: «Die Credit Suisse geht derzeit durch finstere Tage». Dafür jubelten sie auf allen Kanälen über DAS «genderfluide» CS-Banker Pips Bunce.

Vorweg: Ich habe lieber eine Bank, die «flüssig» (also zahlungsfähig) ist als eine mit «genderfluiden» Bonusjägern. Bunce ist als «Senior Director» bei der Credit Suisse zuständig für die «Global Markets Core Engineering Strategic Programs». Das «genderfluide» Bunce ist zweifacher Vater, war also irgendwann einmal ein Mann. Später gehörte die gleiche Person zu den «besten weiblichen Chefs» der Welt. Momentan sieht sich Bunce weder als «Sie» noch als «Er», sondern als «Es».

Extravagant aufgedonnert, hat sich dieses offensichtliche «Super-Es» mit dem «British Diversity Award» auszeichnen und als «inspirierendes Vorbild» bejubeln lassen. Wenn man Bunces Aussagen Glauben schenken will, war dessen Weg hin zum «Es» schon lange vorbestimmt. Die ersten Karrierestationen hatte es als Mann absolviert, unter anderem bei der UBS und der US-Investmentbank Goldman Sachs. Es war dann offenbar die CS, die den zweifachen Vater animierte, sich am Arbeitsplatz als «genderfluid» und «non-binary» zu geben. Wie das? Mit einem 2014 lancierten und gross aufgezogenen Programm zur Förderung von LGBTQ+-Angestellten.

Die CS hatte in der Ära des amerikanischen Abzockers Brady Dougan von 2007 bis 2015 (er sahnte als CEO allein 2009 über 90 Millionen Franken ab) Leute wie das Pips zulasten der «Normalen» gezielt gefördert und mit unfassbar hohen Boni bedient.

Ich habe nichts gegen Arbeitgeber, die ihren Angestellten helfen, sich besser zu fühlen. Aber ich habe etwas gegen Banken, die vor lauter Gender-Firlefanz den Fokus auf ihr Kerngeschäft verlieren und sich u. a. deshalb von den einfachen Frauen und Männern retten lassen müssen. Diese Schweizerinnen und Schweizer leisten milliardenschwere Nothilfe, weil die Finanzwirtschaft sich «Schuster» leistet, die sprichwörtlich nicht bei ihrem Leisten geblieben sind.



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

Forster verstärkt Rubirosa-Verwaltungsrat

Caroline Forster ergänzt den Verwaltungsrat der Gossauer Schuhproduzentin Rubirosa AG. Forster hat sich durch ihre Arbeit bei der St.Galler Forster-Rohner-Gruppe einen Namen gemacht und bringt umfangreiche Branchenerfahrung mit: Über das Familienunternehmen Forster Rohner AG war sie auch in der Geschäftsleitung der Tochterunternehmen Inter-Spitzen AG Schweiz und Inter-Spitzen AG Srl Rumänien tätig.

**Deuber gibt Präsidium ab**

Der Präsident von St.Gallen-Bodensee-Tourismus, Andreas Deuber, legt sein Amt per sofort nieder. Gründe seien «unterschiedliche Vorstellungen zur Führung der Geschäftsstelle». Deuber arbeitete seit 2018 im Vorstand des Vereins St.Gallen-Bodensee-Tourismus mit, zu dessen Präsidenten er am 2. Juni 2022 durch die Vereinsversammlung gewählt wurde. Die Nachfolge wird ausgeschrieben.

**D'Atria komplettiert Führungsteam**

Géraldine D'Atria nimmt als operative Leiterin Einsitz im Führungsteam der Tamina Therme. Der Verwaltungsrat der Tamina Therme AG hat die entsprechende Bestellung vorgenommen. Ab 1. Mai wird D'Atria unter der strategischen Führung von Hans-Peter Veit, Director of Spa & Wellbeing, die Geschicke des regional verankerten Thermalheilbades leiten.

**Hugi wird Bright-Verwaltungsratspräsident**

Das Zürcher Live-Kommunikationsunternehmen Bright Entertainment hat an der jährlichen Generalversammlung einen neuen Verwaltungsratspräsidenten gewählt. David Hugi, Mitinhaber und Co-Geschäftsführer der Cavelti Medien AG aus Gossau, übernimmt das Amt von Maya Salzmann, die nach zwölf Jahren an der Spitze des Verwaltungsrats Ende März abtrat.

**Jung übergibt Agenturtätigkeit**

Nach 22 Jahren legt Sibylle Jung, Gründerin und Inhaberin der Pur Kommunikation AG aus St.Gallen, ihre Agenturtätigkeit in neue Hände: Ein Teil geht an ihre Mitarbeiterinnen Melanie Niebecker und Carmen Püntener. Seit dem 1. April sind die beiden mit ihrer neu gegründeten Rund&Komma GmbH startklar.



Kopf des Monats

13 Jahre lang hat sich Martin Lörtscher mit viel Herzblut für die Belange der Nutzfahrzeugbranche in der Ostschweiz und dem Fürstentum Liechtenstein starkgemacht. Dreizehn Jahre lang im Vorstand und sieben Jahre als Präsident der ASTAG Sektion Ostschweiz/FL. Nun wurde er zum Ehrenmitglied ernannt.



Martin Lörtscher, Ehrenmitglied

Als Präsident der ASTAG Sektion Ostschweiz/FL engagierte sich Martin Lörtscher auch auf politischer Ebene für möglichst gute Rahmenbedingungen der Branche. So legte er immer grossen Wert darauf, dass «seine» Sektion auf dem politischen Parkett aktiver wird und von Behörden und anderen Verbänden als verlässlicher Partner wahrgenommen wird. Dies bedingte eine aktive Teilnahme an unzähligen Anlässen, in Arbeitsgruppen und an Vernehmlassungen.

2016 konnte unter Lörtschers Leitung mit den Sozialpartnern ein für das gesamte Sektionsgebiet gültiges Lohnregulativ ausgehandelt werden. Zudem vertrat er die Transportbranche erfolgreich in zentralen Abstimmungen wie der Milchkuh-Initiative, dem Bau der zweiten Gotthard-Röhre, der NFA-Abstimmung und zuletzt beim CO₂-Gesetz. Und während der Coronapandemie hat er dafür gesorgt, dass die Branche bei den kantonalen Härtefallentschädigungen nicht zu kurz kam. Lörtschers Engagement verdiene auch deshalb grossen Respekt, weil er in dieser Zeit nicht nur für die ASTAG im Einsatz war, sondern als CEO und Miteigentümer auch erfolgreich die Frauenfelder Hugelshofer-Gruppe leitete und unbeschadet durch die Krise brachte. Unter seiner Führung hat sich die Firma mit heute über 400 Mitarbeitern zu einem national bedeutenden Transport- und Logistikunternehmen entwickelt. Der Berufsnachwuchs war und ist dem gelernten Metallbauschlossler mit betriebswirtschaftlichem Nachdiplomstudium ein grosses Anliegen. Daher hat er mit seinem Team eine professionell geführte Aus- und Weiterbildungsabteilung aufgebaut, in der jährlich rund 30 Quereinsteiger und Lehrlinge die Ausbildung zum LKW-Fahrer/erlangen.



Zu viel Bürokratie für Start-ups

Eine HSG-Studie hat die Rahmenbedingungen für Start-ups in der Schweiz aus juristischer und wirtschaftlicher Sicht untersucht. Während die Hochschullandschaft und die Finanzierungsbedingungen für Jungunternehmen als befriedigend angesehen werden, zeigen sich deutliche Defizite hinsichtlich der administrativen Anforderungen. Insbesondere der Gründungsprozess in der Schweiz ist im internationalen Vergleich zu komplex, langwierig und kostspielig.

Erste Frau führt Thurgauer Ingenieure

Corina Steffen aus Münchwilen ist die neue Präsidentin der Sektion Thurgau von Swiss Engineering. Sie will vermehrt Unternehmen als Netzwerkpartner gewinnen. Ingenieuren und Architekten im beruflichen Schaffen und beim Austausch von Fachwissen eine Plattform zu bieten, ist das Hauptziel des Verbands, der aktuell 239 Mitglieder zählt.



Ideen zur Lösung des Fachkräftemangels gesucht

2030 werden uns über 270'000 Arbeitskräfte fehlen. Dies bedeutet nicht nur für jeden und die Wirtschaft eine enorme Herausforderung, sondern auch für die gesamte Gesellschaft. Der nationale Ideenwettbewerb «Wunsch-Schloss» stellt pragmatische Lösungen vor; noch können Ideen eingereicht werden (wunsch-schloss.ch). Die zehn innovativsten werden am 20. Juni auf der MS Sonnenkönigin auf dem Bodensee präsentiert und der Gewinner erkoren.



Daguati wird SVSM-Präsident

An der Generalversammlung der Schweiz. Vereinigung für Standortmanagement SVSM, dem Dachverband der Standort- und Wirtschaftsförderungen, hat Beny Ruhstaller nach acht Jahren das Präsidium abgegeben. Die Mitglieder haben einstimmig Remo Dagupati aus St.Gallen zum neuen Präsidenten gewählt. Dagupati ist Inhaber der LOC AG und betreut Standortförderungsorganisationen und Arealentwicklungen im gesamten DACH-Raum. Vor seiner Selbstständigkeit leitete er bis Anfang 2016 als GL-Mitglied von Switzerland Global Enterprise (S-GE) die nationale Standortpromotion (Invest in Switzerland).

Olma Messen St.Gallen machen Gewinn

Die Olma Messen St.Gallen schliessen ihr Geschäftsjahr erstmals seit Start der Pandemie wieder mit einem positiven Ergebnis ab – und dies, obwohl sie aufgrund der Schutzmassnahmen des Bundes ihre Tätigkeit erst im April 2022 wieder vollumfänglich aufnehmen konnten: Sie haben 2022 ihren Umsatz gegenüber dem Vorjahr um über 70 Prozent gesteigert und dabei einen operativen Gewinn von 837'654 Franken erzielt. Die Nachfrage nach Messen und Veranstaltungen ist ungebrochen hoch: Über 240 Veranstaltungsanfragen sind bei den Olma Messen 2022 eingegangen – ein Rekord und fast dreimal so viele wie 2019. Auch die Kapitalerhöhung ist auf Kurs: Das Ziel von zehn Millionen Franken im Frühjahr 2023 ist erreicht.



KUK bleibt auf Wachstumskurs

Die KUK Group, ein führender Hersteller kundenspezifischer Spulen, blickt auf erfreuliche Geschäftsergebnisse für das Jahr 2022 zurück. Die Eröffnung des Technologiezentrums am Hauptsitz Appenzell, eine Umsatzsteigerung von elf Prozent sowie der neue Standort in Tunesien tragen zur Spitzenpositionierung bei. Zudem hat KUK aufgrund der hohen Nachfrage auch die Kapazitäten weiter erhöht. Weltweit zählte das Technologieunternehmen am Jahresende rund 900 Mitarbeiter, ein Anstieg um rund 100 innert Jahresfrist.



Acrevis-GV: Geschäftlich, gesellig, gediegen und gelungen

2313 Aktionäre sowie zahlreiche Gäste nahmen am 31. März an der 12. ordentlichen Generalversammlung der Acrevis Bank AG teil. Sie liessen sich in der Olma-Halle 9.1 über den erfreulichen Geschäftsgang und die Zahlen des Geschäftsjahres 2022 informieren. Die traditionelle GV-Spende kommt der Lebensmittelabgabestelle «Poschtitäsche» in Wil zugute.



Business-Frühstück zur digitalen Unterschrift

Die digitale Unterschrift ist ein probates Mittel, um effizient zu unterschreiben. Aber: Kopieren, Verändern, Fälschen und Bearbeiten – auch eine digitale Signatur hat mit den Herausforderungen des Internets zu kämpfen. XiTrust ist eines der führenden Unternehmen im DACH-Raum, das sich seit über 15 Jahren mit der Signatur und deren Sicherheit beschäftigt. Neben namhaften Konzernen sind auch Banken und Kantone auf den Zug seiner digitalen Unterschriftenlösung MOXIS aufgesprungen. Die einzigartige Verschlüsselung und die enge Zusammenarbeit mit der Swisscom machen MOXIS sicher. Am Business Breakfast Event vom 2. Juni im Einstein Hotel St.Gallen kann man MOXIS beim Zmorge kennenlernen, zusammen mit dem Kanton St.Gallen, Damir Bogdan, Elias Paul (Bild) und weiteren Unternehmen – gratis:



Jossi erweitert Standort Islikon

In einem Neubau in Islikon will die Jossi Systembau AG bis Ende 2024 ihre schweizerischen Aktivitäten zusammenfassen. Investiert werden 13,5 Millionen Franken. Das vierstöckige Gebäude wird 6000 Quadratmeter Produktionsflächen schaffen und damit die bestehenden Flächen fast verdoppeln.

Jansen baut Photovoltaikanlagen aus

Jansen hat den Bau einer neuen 2,1-MWp-Photovoltaikanlage in Auftrag gegeben. Damit fördert das Oberrieter Unternehmen die nachhaltige Entwicklung mit dem Ziel, künftig die notwendige Energie für den Produktionsbetrieb vermehrt selbst zu produzieren.



LEADER digital

>> Publizieren Sie Ihre Veranstaltung gratis auf leaderdigital.ch

Sie können Ihre Veranstaltung selbst auf 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



Abacus wächst erneut zweistellig

Erfreuliches Jahresergebnis für die Abacus Research AG: Das Wittenbacher Software-Unternehmen verzeichnet für das Geschäftsjahr 2022 zum siebten Mal in Folge ein zweistelliges Wachstum. Der konsolidierte Gesamtumsatz konnte gegenüber dem Vorjahr um 13,9 Prozent gesteigert werden.



Codia GmbH wagt Schritt in Selbstständigkeit

Ein Jahr nach der Gründung der Codia GmbH aus Alt St. Johann widmen sich die Gründer Manuel Lusti und Philipp Brügger nun Vollzeit ihrer jungen Webagentur. Bis vor Kurzem waren beide noch fest angestellt und jonglierten täglich zwischen Vollzeitjob und Selbstständigkeit. Nachdem die Aufträge in letzter Zeit immer zahlreicher, grösser und anspruchsvoller wurden, setzen Lusti und Brügger nun alles auf eine Karte.



Snapchat integriert Technologie von Sportradar

Die Visual Messaging App Snapchat integriert die ad:s-Technologie der St.Galler Sportradar AG. Die Erweiterung der bezahlten Social-Media-Werbelösung von ad:s auf Snapchat ermöglicht es Sportradar, Sportwettenbetreiber mit Kunden aus dem App-Publikum von 375 Millionen aktiven täglichen Nutzern und über 750 Millionen monatlich aktiven Nutzern zu verbinden.

Wer wird Ostschweizer Digital Shaper des Jahres?

Auf der Webseite des Digital-Hubs east#digital werden 55 Ostschweizer Persönlichkeiten vorgestellt, die sich in der jüngeren Vergangenheit im digitalen Bereich besonders hervorgetan haben. Nun haben Sie die Möglichkeit, aus diesen Personen den Ostschweizer Digital Shaper des Jahres zu wählen: In einer ersten Runde können pro abstimmende Person maximal drei Shapers gewählt werden. Dieses Voting läuft bis Ende April 2023. Die zehn Shapers, die bis dahin die meisten Stimmen erhalten haben, kommen auf eine Shortlist. In der zweiten Runde können Sie bis Ende Mai 2023 darüber abstimmen, wer von diesen zehn Shortlist-Kandidaten «Digital Shaper des Jahres» werden soll. Die Auszeichnung zum «Digital Shaper des Jahres» erfolgt dann im Umfeld der Digital Conference Ostschweiz, die am 15. Juni 2023 in Gais stattfinden wird. eastdigital.ch



Das sind die besten (Ostschweizer) Webprojekte des Jahres

Am 27. März hat die «Best of Swiss Web»-Jury getagt und insgesamt 305 Einreichungen bewertet. Die 105-köpfige Jury prüfte die Projekte auf Herz und Nieren und nominierte 79 Webprojekte für die Shortlist. Diese Einreichungen zählen zu den besten digitalen Projekten des Jahres und dürfen auf weitere Auszeichnungen an der Award Night hoffen: Gold, Silber oder Bronze in den jeweiligen Kategorien. Mit dabei ist unter anderem die Valantic CEC Schweiz AG mit Sitz in St.Gallen, die zwei Unternehmen bei ihren Webauftritten unterstützt hat, ebenso die Smartive AG, die unter anderem für den Webauftritt von Zubischuhe aus Herisau verantwortlich ist. Zu den nominierten Auftraggebern gehören neben Zubischuhe die Leihbox aus Uzwil, Sanitas aus Wäldi TG sowie die Dynoptic Partner AG aus Rapperswil-Jona.



Die linke Seite:

Verantwortungskultur statt Bonuskultur!

Schon wieder musste eine Grossbank mit öffentlichen Geldern gerettet werden. Quasi bedingungslos. Jetzt braucht es Gesetzesverschärfungen und Vorgaben an die neue Megabank.

Das Parlament hat die Staatshilfe nicht gutgeheissen und so klar kundgetan, dass sich einiges ändern muss. Die in der ausserordentlichen Session überwiesenen Postulate fordern Berichte. Doch das allein ändert im Bankensystem noch nichts. Dazu braucht es zwingende Vorgaben im Bankengesetz. Nach dem Empörungsaufschrei über geplante Vergütungen hat der Bundesrat zwar reagiert und diese gestutzt. Doch es braucht gesetzliche Vorgaben.

Der Untergang der CS war eine Krise mit Ansage. Ein krasser Fall von Missmanagement und Versagen der obersten Organe. Die Verantwortlichen müssen zur Rechenschaft gezogen werden; eine Rückzahlung der unverschämten hohen Boni erscheint zwingend. Doch es ist auch ein Versagen der bürgerlichen Politik, die klarere Regulierungen seit Jahren verhindert. Freiwillig geschieht gar nichts, das hat die Vergangenheit gezeigt. Selbstverantwortung der Branche? Nicht vorhanden. Klar ist, dass es für (systemrelevante) Banken eine Beschränkung der variablen Lohnbestandteile geben muss. Die Bonuskultur fördert unnötige Risiken und vergiftet die Betriebskultur. Strengere Vorgaben und eine substanzielle, progressive Erhöhung des ungewichteten Eigenkapitals sind ebenso zwingend, auf Gesetzes- und nicht nur auf Verordnungsebene. Die Auftrennung in Geschäfts- und Investmentbank ist anzustreben.

Mit dem Mega-Deal ist eine Riesen-UBS entstanden, für die es klare Vorgaben braucht. Nicht nur für die übernommenen Teile: Es muss dafür gesorgt werden, dass die Schweizer KMU eine sichere Bank haben und auch internationale Geschäfte abwickeln können. In diesem Sinn ist ein Ausbau der Geschäftstätigkeit von Postfinance zu prüfen. Denn eines ist auch klar geworden. Ein verlässliches, verantwortungsvolles Bankgeschäft – ohne Abzockertum – ist für unsere Wirtschaft zentral.

Barbara Gysi
Nationalrätin
Vizepräsidentin SP Schweiz



Die rechte Seite:

Credit Suisse: Zeit für Konsequenzen?

Plötzlich ging alles sehr schnell – das Risiko eines flächendeckenden Vertrauensverlusts in die Banken war zu gross. Mit der Übernahme der Credit Suisse durch die UBS fand eine 167-jährige Bankgeschichte am Sonntag, 19. März 2023, ihr Ende.

Der Vertrauensverlust war derart gross, dass die Credit Suisse in schwerwiegende, offenbar unüberwindbare Liquiditätsprobleme geriet. Wie konnte es so weit kommen und welche Lehren sind zu ziehen? Die Hauptursachen können wie folgt zusammengefasst werden:

1. Diverse Management-Fehler und reihenweise Anhäufung von Skandalen
2. Nicht greifende interne Kontrollsysteme und -prozesse
3. Kultur der Gier und des kurzfristigen Profits
4. Fehlende Interventionen vonseiten der Aktionäre und Investoren

All diese Punkte zusammen sind toxisch und ein klassisches Führungsproblem. Kritisch zu hinterfragen gilt es aber auch die Rolle der Finanzmarktaufsicht Finma, die in den vergangenen Jahren massiv ausgebaut wurde. Warum hat die Finma nicht früher eingegriffen? Fehlten die rechtlichen Grundlagen? Die Politik muss sicherstellen, dass die Führungskräfte von Banken für ihr Handeln verantwortlich gemacht werden können, wenn plötzlich der Steuerzahler für das Fehlverhalten aufkommen muss. Hier gilt es aber vor allem, bestehendes Recht durchzusetzen und aktiv zu handeln.

Wir sind zum Glück weit entfernt von einer Bankenkrise. Die Schweizer Banken sind insgesamt robust und resilient. Die UBS selbst wird gefordert sein, in der Integration, Umstrukturierung und Neuorientierung der CS. Sie kann aber mit Sergio Ermotti auf einen erfahrenen Manager vertrauen, der schon einmal bewiesen hat, wie eine Grossbank das Geschäftsmodell und die Risiken anzupassen hat. Am Schluss zählen genau diese unternehmerischen Leistungen und die Installation einer kompetitiven, aber gesunden Führungs- und Unternehmenskultur mit der nötigen Bodenständigkeit.

Michael Götte
Gemeindepräsident Tübach
Kantonsrat SVP St. Gallen



Die Champions sichtbar machen

In der Ostschweiz gibt es überraschend viele kaum bekannte, hochinnovative Unternehmen. Der Versuch, eine Stichprobe zu nehmen, ist deshalb immer unvollständig – aber durchaus repräsentativ.

Seit gut 30 Jahren wird der Begriff Hidden Champion verwendet, nachdem in die Zeitschrift für Betriebswirtschaft 1990 eingeführt hatte. Der Autor, Hermann Simon, hatte auch eine klare Definition mitgeliefert: Sie sind Nummer 1, 2 oder 3 auf dem Weltmarkt, haben einen Umsatz von weniger als drei Milliarden Euro, und sie sind der Öffentlichkeit kaum bekannt, da sie inhabergeführt und nicht börsennotiert sind. Meistens bedienen sie auch einen Nischenmarkt.

Unternehmen, die ungefähr in dieses Schema passen, gibt es in der Ostschweiz überraschend viele, auch wenn man jene Champions abzieht, die einigermassen bekannt und eben nicht «hidden» sind.

«Wir erfinden das Rad auch neu.»

Was machen die eigentlich?

Die Szene könnte sich überall in der Ostschweiz abspielen: Man fährt durch ein Dorf und sieht am Dorfrand eine ältere Werkstatt mit einem Anbau jüngerer Datums, an der Wand ein Logo mit einem Familiennamen, davor ein ausländischer Lastwagen, der gerade beladen wird. Womit? Keine Ahnung ... Sucht man später den Namen im Netz, findet man eine jener kleinen Firmen, die ihre Website nicht auch in Englisch zugänglich machen, sondern nur in Englisch.

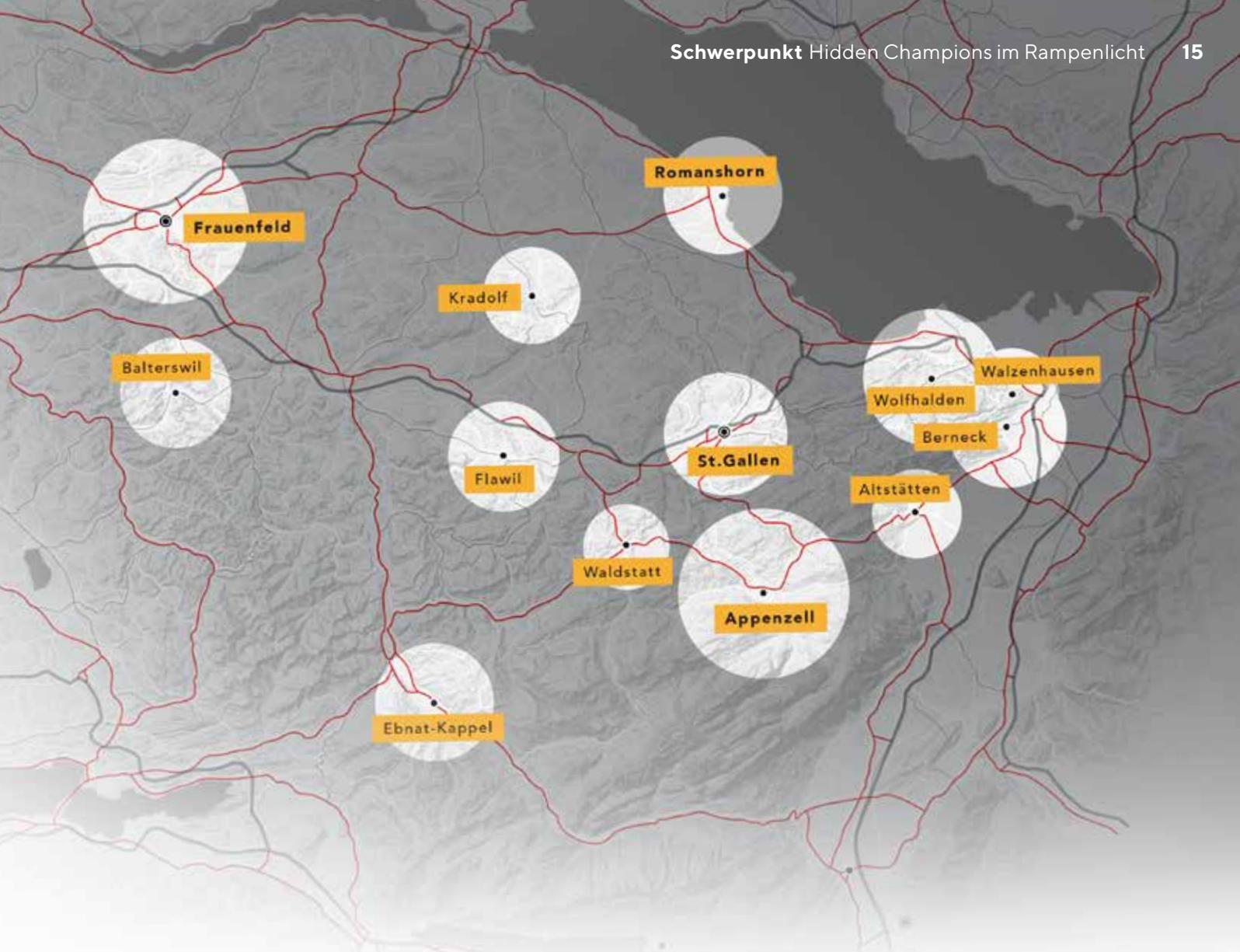
Die Frage «Was machen die eigentlich?» stellt sich oft. In der Ostschweiz darf man gerne davon ausgehen: Was immer es auch ist, was sie machen, sie machen es besser als andere. Viele hiesige KMU, nicht selten nach wie vor Familienunternehmen, haben sich auf eine ganz bestimmte Nische fokussiert und beliefern anderen Unternehmen mit Komponenten, ganzen Systemen oder auch Know-how.

Ansteckende Begeisterung

Derselbe unternehmerische Spirit, der zurecht bei einigen bekannten Ostschweizer Vorzeigeunternehmen an Wirtschaftsveranstaltungen gelobt wird, findet sich auch in Firmen, von denen kaum jemand gehört hat.

Natürlich braucht es Know-how und Kapital, Fachkräfte und eine Portion Glück, um sich in weltweiten Märkten zu etablieren. Es braucht aber insbesondere Unternehmer, die für ihre Firma brennen. Die mit Leidenschaft neue Ideen vorantreiben und ihre Mitarbeiter mit ihrer Begeisterung anstecken. Hier sind Ingenieure und Konstrukteure am Werk, die Herausforderungen lieben. Das bald hundertjährige Kradolfer KMU Humbel Gear Technology bringt dieses Selbstverständnis auf seiner Website schön auf den Punkt: «Wir erfinden das Rad auch neu».

In diesem Schwerpunkt haben wir einigen dieser Hidden Champions, nachgespürt, stellvertretend für viele weitere unternehmerische Perlen, die gemeinsam den Werkplatz Ostschweiz stark machen.



Fordert man führende Köpfe der Ostschweizer Wirtschaftsämter auf, Hidden Champions aus ihrem Kanton zu nennen, kommen sie dem Wunsch gerne nach. Sollen es je nach Kantonsgrösse nur drei oder fünf Nennungen sein, ist das zugegebenermassen aber eine Zumutung.

Auch weil die Kriterien, wer nun ein Hidden Champion sei, bewusst nicht messerscharf formuliert wurden, haben Wirtschaftskenner sofort eine längere Liste an spannenden Firmen zur Hand – Perlen, die von der Allgemeinheit kaum beachtet werden, aber das Zeug zu einem Vorzeigeunternehmen haben.

Exportorientierte Firmen

«Für den Kanton St.Gallen nur gerade vier oder fünf Vorschläge machen zu können, ist eine echte Herausforderung! Da gibt es doch einige mehr ...» schreibt etwa Karin Jung, Leiterin Amt für Wirtschaft und Arbeit des Kantons St.Gallen. Der Thurgauer Wirtschaftsförderer Marcel Rappé betont: «Die Aufzählung ist in keiner Weise abschliessend. Es existieren eine ordentliche Anzahl weiterer nennenswerter Kandidaten.»

Unternehmen, die mit Ihren Dienstleistungen und Produkten einzigartig und in den jeweiligen Branchen führend sind? «Als einer der exportstärksten Kantone der Schweiz verfügen wir tatsächlich über eine sehr grosse Anzahl an solchen Firmen», bemerkt Daniel Lehmann zu seinen Nennungen. Er ist Leiter des Amts für Wirtschaft und Arbeit in Appenzell Ausserrhoden, wo 25 Prozent der Arbeitsplätze vom Export abhängig sind.

Leidenschaftliche Unternehmer

Selbst im kleinsten Ostschweizer Kanton kennt man mehr Beispiele als angefordert. Markus Walt, der Leiter des Amts für Wirtschaft von Appenzell Ausserrhoden, zählt darauf, dass einige Vorzeigeunternehmen doch nicht so «hidden» sind, und fügt seiner Liste an: «Selbstverständlich sind da noch KUK und Wyon, aber die haben Sie sicher schon auf dem Radar.»

Die Angaben aus den vier Kantonen sind also alles andere als eine umfassende Auflistung, zumal die Nennungen noch einmal gekürzt wurden. Es sind dennoch nicht ganz zufällige Beispiele, die vor allem in ihrer Summe unterstreichen, dass leidenschaftliches Unternehmertum in der Ostschweiz weitverbreitet und gut verankert ist. Ein Fakt, den man wieder einmal betonen darf: Daniel Lehmann schreibt, dass gerade auch seitens der Kantone ein Interesse bestehe, dass solche Firmen nicht mehr versteckt sind, «sondern als Visible Champions wahrgenommen werden».

Hidden Champions: Kennen Sie diese Firmen?



Daniel Lehmann, Leiter Amt für Wirtschaft und Arbeit, Appenzell Ausserrhoden



Marcel Rämpfle, Wirtschaftsförderer, Amt für Wirtschaft und Arbeit, Thurgau

Kanton Appenzell Ausserrhoden

- G. Bopp & Co. AG, Wolfhalden
Das Unternehmen gehört zu den weltweit führenden Herstellern von Metallgeweben. In fast jedem Handy und in zahlreichen weiteren Produkten finden sich die Metallgewebe aus Wolfhalden.
- Arcolor AG, Waldstatt
Das KMU ist im Bereich der Dekordruckfarben Weltmarktführer und erarbeitet als Entwicklungspartner mit den Kunden neuartige Lösungen für künftige Markt- und Kundenbedürfnisse.
- Herrmann AG, Walzenhausen
Mit über 700 Millionen Spritzgussteilen gehört das Unternehmen zu den weltweit führenden Anbietern von Verschlüssen, Verschlussystemen und mehr für die Pharma-, Kosmetik-, Medizin-, Chemie- und Lebensmittelbranchen.

Kanton Thurgau

- Sky Frame AG, Frauenfeld
Die rahmenlosen Schiebefenster aus Frauenfeld werden weltweit von führenden Architekten in spektakulären Bauten eingesetzt. Die innovative Firma ist heute nicht mehr so versteckt, weil sie verschiedentlich mit renommierten Design- und Unternehmenspreisen ausgezeichnet wurde.
- Fatzer AG, Romanshorn
Das Traditionsunternehmen ist heute Teil der Brugg Group. Fatzer ist Weltmarktführer von massgefertigten Seilbahnseilen und Sicherheitsanwendungen. Alle Seilbahnen, die für Weltre-

korde beim Höhenunterschied, dem freien Spannfeld oder der Gesamtlänge stehen, vertrauen auf Seile aus Romanshorn.

- Humbel Zahnräder AG, Kradolf
Mit Hochleistungszahnrädern und Getriebeleistungen für alle Anwendungen beliefert das Familienunternehmen eine namhafte Kundschaft. Humbel-Produkte finden sich in der Formel 1, aber auch im neuen Formel-E Rennwagen von Porsche. Auch in den Getrieben von Stadler-Zügen stecken Humbel-Komponenten.
- KNF Neuberger AG, Balteswil
Als Teil der KNF Group entwickelt und konstruiert das Unternehmen in Balteswil Membranpumpen für die Förderung von Gasen und Flüssigkeiten. Prominenter Kunde ist das weltweit führende Kernforschungszentrum Cern, das solche Membranpumpen in seinem Teilchenbeschleuniger einsetzt.

Kanton Appenzell Innerrhoden

- Prodartis AG, Appenzell
Komplexeste Bauteilgeometrien können vom Appenzeller Unternehmen werkzeuglos und ohne hohes finanzielles Risiko hergestellt werden. Mit Additive Manufacturing hat sich Prodartis in kurzer Zeit als Lieferantin von Branchen von Luftfahrt- und Fahrzeugbau bis hin zur Medizin- und Labortechnik etabliert.
- Simex Trading AG, Appenzell
Das 1980 gegründete Unternehmen ist heute einer der weltweit führenden Player im Geschäft mit Markenparfums und -kosmetik. Es beliefert, auch mit einem Standort in Singapur, den Gross- und Einzelhandel rund um den Globus.



Markus Walt, Leiter Amt für Wirtschaft, Appenzell Inner-
rhoden

- Swisca AG, Appenzell

Das Unternehmen aus Appenzell setzt sich mit hochinnovativen Maschinen in der weltweiten Nahrungsmittelindustrie durch. Sowohl die Mühlenindustrie als auch Brauereien und Bäckereien setzen auf «Swiss Premium Milling Technology», die eine gleichmässige Vermahlung und eine hohe Ausbeute gewährleistet.

Kanton St.Gallen

- Icotec AG, Altstätten

Das Unternehmen entwickelt und produziert innovative, hochfeste Implantate aus kohlefaserverstärktem Kunststoff für die operative Versorgung von Tumorerkrankungen der Wirbelsäule. Die Hightech-Implantate aus Altstätten sind strahlendurchlässig, was die postoperative Bildgebung verbessert und entscheidend zu einer optimierten Therapie von spinalen Tumoren und Metastasen beiträgt.

- Oertli Instrumente AG, Berneck

Seit der Unternehmensgründung im Jahr 1955 hat sich Oertli von einer Werkstatt für chirurgische Instrumente zu einem der weltweit führenden Anbieter von Operationsplattformen und Instrumenten in der Augenchirurgie entwickelt. Die Geschichte von Oertli ist reich an Innovationen, Höhepunkten und wissenschaftlichen Erfolgen.

- Biontec, St.Gallen

Das Spin-off aus der Forster-Rohner-Gruppe verbindet Innovation und Tradition. Auf klassischen Stickmaschinen werden hier nicht Garne für die Haute Couture verarbeitet, sondern Carbonfasern als Grundlage für High-Bauteile, die formfest und leicht



Karin Jung, Leiterin Amt für Wirtschaft und Arbeit, St.Gallen

sein müssen. Biontec (Bionic Composite Technologies AG) produziert u. a. Bauteile für hochwertige Drohnen oder Windblätter für Windgeneratoren von Rennjachten.

- Innovative Sensor Technology AG, Ebnat-Kappel

Das 1991 gegründete Unternehmen ist einer der weltweit führenden Hersteller von physikalischen, chemischen und biologischen Sensoren. Die Produkte der IST AG kommen in der Medizintechnik, bei der Prozesssteuerung, in der Automatisierungstechnik, in der Luft- und Raumfahrt sowie in der Prüf- und Messtechnik oder in der Biotechnologie zur Anwendung.

- Büchi Labortechnik AG, Flawil

Seit 1939 liefert das heute weltweit tätige Familienunternehmen umfassende Lösungen, innovative Technologien und Laborprodukte für die Forschung und Entwicklung. Dazu gehören Produkte wie vollautomatische Labortechniklösungen und proprietäre Software, aber auch das Vermitteln von Anwendungskompetenz in Webinaren.

Text: Philipp Landmark
Bilder: Thomas Hary, Marlies Thurnheer, zVg

Der Zwang, stets an Neuem zu tüfteln

An der HSG hat man die Hidden Champions der Ostschweiz genau auf dem Radar: «Vielfach sind das Familienunternehmen», sagt Alexander Fust, der am KMU-Institut der HSG lehrt und forscht.

Dr. Alexander Fust ist Leiter Transfer & Fördergefässe am KMU-Institut der Universität St.Gallen (HSG), wo er auch Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung ist. Der Direktor des Fördervereins KMU-HSG ist auch ständiger Dozent an der HSG.



Alexander Fust, können Sie den Begriff «Hidden Champion» etwas schärfen?

Ein «Champion» muss nicht gerade ein Weltmarktführer sein, ich würde das breiter definieren: Sprechen wir doch von einem namhaften Player in einem bestimmten Markt. So gesehen haben wir recht viele Firmen in der Ostschweiz, die diesem Kriterium entsprechen.

Sind diese Firmen «hidden»?

Das ist eine Frage der Wahrnehmung. Bei Unternehmen, die Business-to-Business-Geschäftsbeziehungen pflegen, also vor allem mit anderen Unternehmen arbeiten, ist es oft so. Viele dieser Firmen sind nicht börsennotiert, weshalb sie auch keine Geschäftszahlen publizieren und nicht auf dem Radar professioneller Anleger sind. B2B-Firmen, die nicht für Endkunden produzieren, kennt man tatsächlich kaum, wenn man mit ihrem Markt nichts zu tun hat. Solche Unternehmen sind meistens in Nischenmärkten tätig und hoch spezialisiert. Wer selbst auch in diesem Markt tätig ist, kennt diese Firmen aber sehr gut.

Versteckt in der Nische kann es einem Unternehmen also ganz gut gehen.

Früher war es okay, wenn mich kaum jemand kannte – ausser meinen Kunden natürlich. Heute aber, im Zeichen des Fachkräftemangels, ist «hidden» definitiv eine schlechte Eigenschaft. Eine Firma, die man nicht kennt, wird es schwer haben, an gute Leute zu kommen. Darum wollen Unternehmen heute nicht mehr versteckt sein.

«Schaut her, ich bin ein Champion!»?

In der Ostschweiz sind wir eher zurückhaltender, wir klopfen uns weniger selbst auf die Schulter und streichen heraus, wie gut wir sind – im Gegensatz zum Beispiel zu Amerikanern, die ich kenne, die ein anderes Selbstverständnis haben. Wir haben viel Potenzial in der Ostschweiz und ich meinte auch einen guten Menschenschlag, aber wir könnten uns vielleicht noch besser verkaufen.

Auch die bestehenden Mitarbeiter würden es schätzen, dass sie bei einem «Champion» arbeiten.

Die guten Ostschweizer Unternehmen zeichnen sich durch ihre hervorragenden Mitarbeiter aus. Leute, die oft ein sehr grosses technisches und fachliches Wissen sowie grosse Erfahrung auf ihrem Gebiet haben. Gerade sehr spezialisierte Unternehmen können selten Leute rekrutieren, die aufgrund ihrer allgemeinen Ausbildung das nötige Wissen bereits mitbringen. Sie haben die Grundlagen, das spezialisierte Know-how erlernen diese Leute on the Job. Als Arbeitgeber muss ich meine Hausaufgaben machen, damit ich gute neue Leute rekrutieren kann, aber auch, um meine wertvollen Mitarbeiter halten zu können.

Kennen die Ostschweizer KMU ihre Hausaufgaben als Arbeitgeber?

Wir geben zusammen mit der OBТ eine Schriftenreihe heraus, Studien und Leitfäden zu verschiedenen Themen. Seit wir vor zwei Jahren den Leitfaden zur Arbeitgeberattraktivität für KMU herausgegeben haben, wird der in hoher Zahl heruntergeladen. Es lohnt sich, ins Thema Employer Branding zu investieren. Wir sehen in praktisch jeder Branche Firmen, die keine Probleme haben, gute Leute anzuziehen. Aber eben auch etliche Firmen, die damit Mühe haben. Es ist anzunehmen, dass sich dieser

Trend noch weiter verstärken wird, wenn die Generation der Babyboomer pensioniert wird und die Konjunktur gut bleibt. Viele Firmen haben Massnahmen umgesetzt, um attraktiver für Mitarbeiter zu werden. Es braucht heute mehr Anstrengungen, damit Firmen die richtigen Leute finden.

Selbst für die guten Firmen wird der Fachkräftemangel ein limitierender Faktor bei Wachstum bleiben.

Der Fachkräftemangel kann tatsächlich Wachstum behindern, deshalb investieren auch viele Firmen noch mehr in die Automatisierung und Prozessoptimierung sowie in die angesprochene Verbesserung der Arbeitgeberattraktivität.

Sie forschen und lehren am KMU-Institut der HSG. Sind Sie ein Hort für Hidden Champions?

Wenn wir davon ausgehen, dass solche Hidden Champions oft KMU sind: Ja. In den meisten Fällen sind es Familienunternehmen – von ganz unterschiedlicher Grösse. Es können in seltenen Fällen «K», also solche mit bis zu 50 Mitarbeitern sein, aber auch «M» mit bis zu 250 Angestellten und grösseren Familienunternehmen mit mehreren Tausend Mitarbeitern.

Und stark spezialisiert?

Sie haben einen bestimmten Fokus, und sie machen etwas besser als andere.

Mit diesem Know-how bedienen sie kleine Nischen – dafür weltweit?

Unter den Hidden Champions nach meinem Verständnis gibt es auch Dienstleister, aber in aller Regel reden wir von produzierenden Betrieben. Solche Unternehmen exportieren oft. Das ist für kleinere Firmen eine Herausforderung, sie müssen sich ein globales Vertriebsnetz aufbauen, um ihre Produkte oder teilweise ganze Systeme zu verkaufen. Wenn sie zu klein sind, um dafür eigene Tochterfirmen aufzubauen, können sie das auch mit Vertriebspartnern tun.

Ist das die grösste Herausforderung für Hidden Champions?

Die vermutlich grösste Herausforderung ist, sich nicht auf dem Erfolg auszuruhen. Erfolg kann träge machen. In meiner Nische muss ich meinen Kunden stets einen Mehrwert bieten können. Das zwingt ein Unternehmen, stets an Neuem zu tüfteln. Champions, ob hidden oder nicht, müssen aus einem Überlebenstrieb heraus kundenorientiert und innovativ sein.

Ohne Innovation wird auch ein Champion ersetzt?

Ja. Wenn ich ein Produkt nicht weiterentwickle, kommt eines Tages ein Me-too-Produkt, das ein Konkurrent günstiger anbietet, oder jemand bietet eine leicht verbesserte Lösung an. Dann kann es ungemütlich werden. Die Dynamik in der heutigen Zeit ist brutal. Manchmal kann man mit einem bestehenden Produkt auch mehr Nischen abdecken und effizienter in der Herstellung werden. Aber auch dann wird es schwierig, wenn man es verpasst, besser zu werden, Innovation zu betreiben, den nächsten Schritt zu machen.

Innovation gibt es nicht gratis.

Deshalb müssen die Unternehmen eine vernünftige Marge erwirtschaften. Wenn die Marge zu klein wird, fehlt das Geld, um in Innovation investieren zu können.

Mit einer besseren Marge könnte man auch ein hübscheres Quartalsergebnis erzielen.

Darum sind viele Champions Familienunternehmen: Sie denken nicht in Quartalsergebnissen, sie denken in Generationen. Auch wenn die Rendite einmal nicht hoch ist: Man schaut nach vorn und investiert in die Leute, in die Technologien.

Haben Familienunternehmen wirklich eine längerfristige Strategie?

Ich weiss von Firmen, die gerade während Covid sagten: «Wir müssen jetzt investieren. Wir glauben an unsere Leute, wir zeigen denen: Dein Arbeitsplatz ist sicher.» Diese Unternehmen investierten in die Zukunft, obwohl sie weniger zu tun hatten, Aufträge ausblieben. Sie setzten darauf, dass sie besser aufgestellt sind, wenn die Geschichte vorbei ist. Viele Firmen haben während der Pandemie auch baulich in den Standort Ostschweiz investiert. Das ist ein unternehmerischer Entscheid, ein Statement. Das Unternehmen geht ein gewisses Risiko ein, weil es glaubt, dass dies der richtige Weg ist.

Haben Hidden Champions spezielle Unternehmertypen an der Spitze?

Das kann man vermutlich nicht verallgemeinern. Aber Familienunternehmer denken zwangsläufig ganzheitlicher, weil ihr Name verpflichtet. Sie kennen ihre Kunden, ihre Lieferanten, ihre Mitarbeiter. Bei grösseren Unternehmen ist das oft weniger der Fall. Mitglieder der Geschäftsleitung bringen nicht diese Breite an Wissen mit – und sie stehen auch nicht mit ihrem Namen im Firmenlogo.

Bei Familienunternehmen gibt es also eine höhere Identifikation?

Es gibt oft eine authentische Firmenkultur, die Unternehmen haben Ziele und stehen dafür ein, sie sind sehr glaubwürdig, sie denken langfristig. Das sind übrigens alles Punkte, die auch die eigenen Mitarbeiter schätzen.

Wie bringt man das Bewusstsein, dass es stete Innovation braucht, in die Köpfe der Belegschaft?

Gerade habe ich von einem Unternehmer gehört, der plakativ eine Pseudo-Krise inszeniert. Damit will er seinen Leuten sagen: Wir können so weiter wirtschaften wie heute, dann haben wir in fünf Jahren ein Problem. Wir sind jetzt erfolgreich, aber es ist nicht gottgegeben, dass das so bleibt. Also fangen wir jetzt an zu überlegen, wie wir uns verbessern können.

Was eine Verbesserung ist, beurteilt letztlich der Kunde.

Darum ist es von Vorteil, wenn man schon in der Entwicklung mit dem Kunden etwas zusammen machen kann.

Früher hatten sich Technologie-Unternehmen nicht gerne in die Karten blicken lassen, auch von guten Kunden nicht.

Ich denke, das hat sich spätestens seit dem Millennium geändert. Vor zehn Jahren habe ich in meiner Doktorarbeit, untersucht, wie Unternehmen auf neue Geschäftsmodelle gekommen sind. Im B2B-Bereich war es fast immer aufgrund von Kundenanfragen; oft haben Kunde und Lieferant dann miteinander etwas entwickelt. Teilweise geschah dies auf Risiko des Lieferanten, teilweise auf geteiltes Risiko. Es gibt einen klaren Trend in den vergangenen Jahrzehnten weg von der Produkte-Orientierung hin zur Kunden-Orientierung. Man spricht von «Customer Value», das ist eine andere Denkweise.

Welche Vorteile hat ein Lieferant dadurch? Wird mein Kunde abhängiger von mir?

Vordergründiges Ziel ist, dass mein Kunde wettbewerbsfähiger wird. Aber klar, wenn der Kunde durch mein Produkt einen Vorteil hat, dann ziehe ich auch einen Vorteil daraus.

Ein Kunde, der die Zahl seiner Lieferanten reduziert, gibt ihnen mehr Macht.

Die Lieferengpässe der jüngsten Jahre zeigten: Wenn mein Lieferant seine Materialien nicht bekommt, hänge ich auch. Da hätte ich vielleicht lieber mehrere Lieferanten. Trotzdem gibt es viel benutzte Ansätze aus dem Lean Management: Ein Unternehmen pflegt eine intensivere Zusammenarbeit mit weniger Lieferanten. Dadurch können gemeinsame Prozessoptimierungen erreicht und Verschwendung reduziert werden.

«Champions müssen aus einem Überlebenstrieb heraus kundenorientiert und innovativ sein.»

Wenn ein Kunde expandiert, muss man dann als Lieferant notgedrungen mitwachsen?

Wenn ich nicht mitziehe, zwingt mich der Kunde, einen Ersatz für die Expansion zu suchen – ein Ersatz, der mich allenfalls in Zukunft ganz rausdrücken könnte. Solche Fragen sind nicht trivial. Ein Unternehmer weiss nicht, was in fünf Jahren passiert, aber er muss jetzt Entscheide treffen – und investieren, in Anlagen, Räumlichkeiten, neue Leute, denn ein Know-how-Aufbau geht nicht so schnell.

Ein Unternehmen braucht finanzielle Reserven für den Fall, dass der Kunde erfolgreich ist.

Eine Wachstumsstrategie muss man finanzieren können. Um die nötige Liquidität zu schaffen, formuliert die Firma Anforderungen an ihre Cashflow-Marge. Ich kenne etliche Firmen, die seit vielen Jahren erfolgreich unterwegs sind und sehr wenig Fremdkapital in den Büchern haben, manchmal nur als Hypothek oder als Kreditoren. Sie finanzieren das Wachstum oft mit eigenen Mitteln. Andere Firmen arbeiten mit Banken und allenfalls mit Bürgschaftsgenossenschaften zusammen, um das Wachstum über Kredite zu finanzieren.

Wäre es eine Option, neue Aktionäre an Bord zu holen?

Ein Familienunternehmen würde eine andere Firma, wenn es relevante Anteile rausgibt. Plötzlich entscheidet noch jemand mit – das wollen die wenigsten. Möglich wäre je nach Zielsetzung, ein neues Geschäftsfeld partnerschaftlich zu erschliessen, dafür also ein Joint Venture zu gründen, ohne den Besitz des Stammbaus zu verwässern.

Link zum Leitfaden Arbeitgeberattraktivität:

kmu.unisg.ch > Das Institut > Förderverein > diverse Leitfäden OB



Text: Philipp Landmark

Bild: Thomas Hary

WPO-Impuls: Die Bühne für Hidden Champions

WPO-Impuls geht in die dritte Runde: Am 14. September 2023 krönt das WirtschaftsPortalOst wiederum im CUBIC der Firma Bühler die beste Innovation der Region Wil. Firmen und Gemeinden aus dem Perimeter der Region können sich bis Ende Mai mit ihrer Innovation bewerben.



einen nachhaltigen Aha-Effekt mit der Erkenntnis auszulösen, dass es in der Region und in der Ostschweiz sehr spannende Firmen gibt. Somit soll der Exodus von Fachkräften in Richtung Zürich gebremst werden.

Innovation verschiedener Natur

Die Innovationen bei WPO-Impuls können verschiedener Natur sein: Von speziellen Verfahren, über einzigartige Dienstleistungen bis hin zu Produkt- oder Prozessinnovationen ist alles willkommen. Bei der Anmeldung der Firmen entscheidet nicht das Kriterium «de Gschneller isch de Gschwinder», sondern WPO trifft aus allen fristgerecht eingegangenen Bewerbungen die Auswahl der glücklichen Teilnehmenden. Dabei achtet WPO darauf, dass ein guter Mix aus vertretenen Unternehmen, Branchen und Innovationsarten entsteht – auch hinsichtlich der geografischen Verteilung. Eine Mitgliedschaft bei WPO ist keine zwingende Voraussetzung: Entweder hat das Unternehmen den Firmensitz in einer der 23 WPO-Mitgliedsgemeinden oder ist selbst direktes Mitglied von WPO.

Hidden Champions präsentieren ihre Innovationen: WPO-Impuls ist die Innovationsplattform für Unternehmen und Gemeinden in der Region Wil.

«Anlässe wie WPO-Impuls sind sehr wichtig. Es entsteht ein Networking-Effekt und man sieht, was andere Unternehmen auf dem Weg bis zur Innovation machen», sagt Pascal Schwarz, CEO der FLAWA AG und Sieger des zweiten WPO-Impuls 2022. Sein Unternehmen räumte mit einem intelligenten Notfallkoffer den Titel «Beste Innovation der Region» ab und erhielt einen Scheck über 1000 Franken vom Organisator WirtschaftsPortalOst. Doch nicht nur dem Gewinner-Unternehmen hat der Event Spass gemacht: Auch die anderen Unternehmen wussten die Plattform für ihre Innovationen zu schätzen und empfehlen den Firmen aus der Region in Video-statements, sich mit einer Innovation für WPO-Impuls 2023 am 14. September zu bewerben. Dies ist via wirtschaftsportal-ost.ch/aktuell noch bis Ende Mai möglich.

Hidden Champions ins Scheinwerferlicht

WPO-Impuls ist eine Bühne für regionale Unternehmen, um mit ihren Innovationen ins Scheinwerferlicht zu treten. Doch nur in Kombination mit dem richtigen Zielpublikum wird der Event zum Erfolg: So richtet sich der Anlass an junge Fachkräfte und Studierende. Das Ziel dahinter ist, beim jungen Publikum

Was ist WPO-Impuls?

Regionale Unternehmen treffen auf Nachwuchskräfte und Studierende aus der Region Wil. Die Unternehmen präsentieren den Teilnehmenden eine Innovation möglichst erlebnisorientiert an sogenannten Innovation Islands. Die jungen Talente können mit den Unternehmen diskutieren, fachsimpeln und netzwerken. Am Ende wählen die Nachwuchskräfte in einer Live-Abstimmung die beste Innovation der Region. Der Event geht im CUBIC Innovation Campus der Firma Bühler, Branding-Partnerin von WPO, über die Bühne.

Ein Event von



Ivo Högg:

Bekenntnis zu Wattwil.



Von der Hufschmiede zum Industrielieferer

In der Produktionshalle der Högg AG in Wattwil werden jedes Jahr über eine Million Metallteile für die verschiedensten Industriebetriebe in ganz Europa gefertigt. Das Familienunternehmen, das bereits in vierter Generation geführt wird, produziert in einer weiteren Firma der Gruppe auch Liftsysteme.

In der Halle der Högg AG Produktionstechnik wird gebohrt, gefräst, geschliffen und gedreht. Mehr als 55 CNC-Maschinen laufen hier täglich auf Hochtouren, teilweise auch nachts und am Wochenende. Unter wachsamen Augen der Mitarbeiter oder mithilfe von flexiblen Robotersystemen bearbeiten die Maschinen ein Metallstück nach dem anderen und fertigen diese für unterschiedlichste Anwendungen und Industrien. «Wir sind ein klassischer Lohnfertiger», sagt Ivo Högg, CEO der Högg-Firmengruppe, «wahrscheinlich einer der grössten in der Schweiz.»

Gefertigt werden in der 10'000 Quadratmeter grossen Halle, die vor 13 Jahren im Wattwiler Industriequartier gebaut wurde, komplexe mechanische Komponenten aus nahezu allen metallischen Werkstoffen. Das können sowohl Prototypen, Einzel- oder Serienteile sein, als auch komplette Systemkomponenten. Realisiert werden sie gemäss den Wünschen, Vorgaben und Zeichnungen der Kundschaft. «Um bestmögliche Fertigungsprozesse anbieten zu können, investieren wir laufend in unseren Maschinenpark», sagt Ivo Högg.

«Wir sind ein klassischer Lohnfertiger, wahrscheinlich einer der grössten in der Schweiz.»

180 Mitarbeiter und zwölf Lehrlinge

Das Unternehmen mit Hauptsitz in Wattwil ist europaweit tätig. Seine Kunden kommen aus der Maschinen-, der Luftfahrt-, der Medizinaltechnik-, der Optik- und der Vakuumindustrie. Ein Beispiel ist die VAT Group AG in Haag im St.Galler Rheintal, für deren Entwicklung und Produktion von Vakuumventilen die Högg AG Produktionstechnik diverse Bauteile liefert. Andere Kunden sind Geberit oder Rieter. Für Rieter fertigt das Unternehmen Komponenten für die Spinnmaschinen an.

Mehr als eine Million Einzelteile verlassen jedes Jahr die Produktionsstätte. Aufgrund der langjährigen Erfahrung, der hohen Qualität, Flexibilität und Innovationskraft hat sich das Familienunternehmen, das in vierter Generation von Ivo Högg und seinem Bruder Roman geführt wird, einen Namen in der Branche gemacht. Ein Hidden Champion also? «Das kann man schon so sagen», sagt der CEO und lacht. «In der Branche sind

wir ziemlich bekannt, für die Allgemeinheit ist es jedoch schwieriger zu sehen, wo unsere Teile schliesslich zum Einsatz kommen.» Viele meinten zudem, in der Halle würden Treppenlifte gebaut.

Die Högg AG Produktionstechnik ist der Kern des Familienunternehmens, der Högg-Firmengruppe, die insgesamt über 180 Mitarbeiter beschäftigt und zwölf Lehrlinge ausbildet. In der Bevölkerung ist der Name Högg aber eher wegen seines zweiten Unternehmens, der Högg Liftsysteme AG bekannt, die 1990 durch Innovation und Unternehmergeist entstanden ist. Die Firma ist ein schweizweit führender Experte für Treppen-, Sitz-, Plattform-, Rollstuhl- und Deckenlifte sowie für Aufzüge und Hebebühnen.

Das Tätigkeitsgebiet umfasst die Entwicklung, Produktion und Montage von Liften für Personen mit eingeschränkter Mobilität, damit sie sich ohne grosse Einschränkungen im häuslichen Umfeld selbstständig bewegen können. «Mit unseren qualitativ hochstehenden Liftsystemen sind individuelle Lösungen problemlos möglich», sagt Ivo Högg. Eine Besonderheit des Unternehmens – und ein grosser Unterschied zur Konkurrenz – ist der Decken-, auch Hängelift genannt. Die Schiene des Sitzliftes oder des Rollstuhlliftes wird nicht am Treppengeländer befestigt, sondern an der Decke. Damit bleibt die Treppe unverbaut, und man kann den Lift auch in engen Treppenhäusern einbauen.

Am Anfang stand die Liebe

Seit dem Neubau der Produktionshalle in Wattwil ist die Högg Liftsysteme AG im Haus in Lichtensteig untergebracht, in dem das Unternehmen vor mehr als 115 Jahren als Hufschmiede seinen Anfang nahm. Es war im Jahr 1905, als der Urgrossvater von Ivo und Roman Högg aus Deutschland der Liebe wegen in der Schweiz blieb und einen Betrieb in Lichtensteig übernehmen konnte.

Nach den beiden Weltkriegen entwickelte sich die Hufschmiede immer mehr zu einem Lohnfertigungsbetrieb. Unter der Leitung von Leo und Alfred Högg – Onkel und Vater von Ivo und Roman Högg – wurde die Produktionsfläche dann sukzessive erweitert und 1977 die erste Profilfräsmaschine entwickelt. 1998 übernahm Alfred Högg die Geschäftsleitung, die er 11 Jahre später an seinen Sohn Ivo übergab. Seither führt der 49-Jährige das Unternehmen zusammen mit seinem Bruder, der die Informatik verantwortet. Das dritte Unternehmen, das zur Högg-Firmengruppe gehört, ist die Simplify Engineering



Gleich zwei Unternehmen der Högg-Gruppe entwickeln Lösungen für Menschen mit eingeschränkter Mobilität.

AG. Sie ist 2012 aus dem Liftsystem-Betrieb entwachsen und zu einem unabhängigen Systemlieferanten geworden. Die Simplify Engineering AG hat sich darauf spezialisiert, Lösungen für die Beförderung von Menschen und Gütern zu finden. Das Team begleitet Projekte von der Entwicklung über die Fertigung bis hin zur Inbetriebnahme vor Ort. Kunden sind die SBB, Stadler Rail oder Alstom Transportation.

Das neueste Produkt ist ein automatischer Rollstuhllift für den Zug. Dieser ermöglicht Personen mit eingeschränkter Mobilität das Ein- und Aussteigen an Bahnhöfen mit unterschiedlichen Bahnsteighöhen. Der Hublift ist im Innern des Zuges installiert, kann per Knopfdruck bedient werden und ist somit immer einsatzbereit. Ein ähnlicher Hublift der Simplify Engineering AG ist im kanadischen Rocky-Mountaineer-Zug zu finden.

«Wir sind hier verwurzelt, unsere Mitarbeiter und das ganze Wissen sind hier, und das zählt.»

Grosses Thema Nachhaltigkeit

Als Familienbetrieb mit langjähriger Tradition weiss die Högg-Gruppe, was es heisst, für künftige Generationen zu planen. Die Firmengebäude werden deshalb zu 100 Prozent mit Grundwasser gekühlt und geheizt. Zudem wird ausschliesslich

Wasserkraftstrom bezogen, und auf dem Dach der Produktionshalle befindet sich eine Photovoltaikanlage. «Die Solaranlage könnte 270 Haushalte mit Energie versorgen», sagt der Gruppen-CEO.

«Um bestmögliche Fertigungsprozesse anbieten zu können, investieren wir laufend in unseren Maschinenpark.»

Zum Thema Nachhaltigkeit gehört auch das Bekenntnis zum Produktionsstandort Wattwil und zum Wirtschaftsraum Ostschweiz, zu dem gemäss Ivo Högg eine Vielzahl an innovativen, exportorientierten KMU-Unternehmen sowie eine immer noch starke produzierende Industrie gehören. «Teile und Maschinen kann man irgendwo auf der Welt kaufen», sagt er. «Aber wir sind hier verwurzelt, unsere Mitarbeiter und das ganze Wissen sind hier, und das zählt.»

Text: Marion Loher
Bilder: Thomas Hary

10 Jahre Würth Haus Rorschach

Vor zehn Jahren, genauer am 20. April 2013, wurde der markante Bau in einzigartiger Lage direkt am Bodensee in Anwesenheit von viel Prominenz feierlich eröffnet.



Mittlerweile ist das Würth Haus Rorschach in der Kunst- und Kulturlandschaft der Bodenseeregion fester Bestandteil und über die Grenzen des Vierländerecks hinaus bekannt. Seit der Eröffnung durfte das Würth Haus Rorschach rund 750'000 Gäste willkommen heissen und weit mehr als 1'000 Anlässe ausrichten.

Nach wie vor gilt das Würth Haus Rorschach als visionärer Ort der Begegnungen, die täglich auf die Gäste warten.

Ein Ort der Kunst und Kultur

Im Forum Würth Rorschach fanden seit 2013 insgesamt 21 Ausstellungen statt. Diese sind kostenfrei zugänglich und von einem abwechslungsreichen Kunstvermittlungsprogramm umrahmt. Mit einer Auslastung von über 90% wurde das haus-eigene Kulturprogramm bestens angenommen. Besondere Highlights waren unter anderem Hazel Brugger, Emil Steinberger, Helge Schneider, Ursus & Nadeschkin, aber auch klassische Aufführungen wie das Hautnah-Konzert der Würth Philharmoniker.

Ein Ort, wo sich die Wirtschaft trifft

Der Kongressbereich mit dem vielseitig nutzbaren Carmen Würth Saal und 16 Tagungsräumen wird rege genutzt. Er ist mittlerweile ein erfolgreiches und wichtiges Standbein des Würth Haus Rorschach geworden, finden doch jährlich rund 170 Kongress- und Kulturevents an über 240 Veranstaltungstagen statt. Der Aussenbereich am direkten Bodenseeufer ist nicht nur wie geschaffen für verschiedene Eventformate, sondern lädt schlichtweg zu Sommerfesten oder Firmenfeiern ein.

Ein Ort der Dienstleistungen

Sechs Firmen erbringen Dienstleistungen für die Würth-Gruppe, die Unternehmen in der Region und natürlich für die Gäste vor Ort.

Das Würth Haus Rorschach wird für alle weiterhin seine Türen weit offenhalten und auch in Zukunft die Kunst in der Region fördern, lustige, besinnliche und bewegende Kulturevents anbieten, spannende und innovative Kongressveranstaltungen ausrichten und ein attraktiver Arbeitsort sein.

Buchen Sie Ihre nächste Veranstaltung im Würth Haus Rorschach
und profitieren von der 10-Jahre-Jubiläumsaktion.

www.wuerth-haus-rorschach.ch/10jahre



FÜR VISIONÄRE

TAGUNGEN – KONGRESSE – EVENTS



WÜRTH HAUS RORSCHACH | Churerstrasse 10 | CH-9400 Rorschach | www.wuerth-haus-rorschach.ch

INNOVATION VOR AUGEN?

WER VIEL VORHAT, KOMMT ZU UNS.

Sie haben die Strategien und Ideen für nachhaltiges Wachstum. Wir unterstützen Sie zuverlässig bei der Umsetzung und finden gemeinsam Lösungen, die Ihr Unternehmen weiterbringen.

Hypo Vorarlberg Bank AG, Bregenz,
Zweigniederlassung St. Gallen, Bankgasse 1,
T 071 228 85 00, www.hypobank.ch

HYPO
VORARLBERG



Reto Löhler:

An 24-Milliarden-Projekt beteiligt.

«Wir haben sozusagen den Nicht-Standard standardisiert.»



Mit Know-how und Innovation in die Welt hinaus

Das Thurgauer Familienunternehmen Kompaflex AG stellt Kompensatoren her, die exakt auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind. Damit hat sich die Kompaflex AG weltweit einen Namen gemacht und ist bei internationalen Projekten mit an Bord.

An der Wand im Sitzungszimmer der Kompaflex AG hängt ein Bild. Es zeigt Werner Löhler mit seinen drei Söhnen Reto, Jens und Ralf. Bekommen haben sie es von ihren Mitarbeitern, als das Unternehmen 2021 sein 40-jähriges Bestehen feierte. Das Bild steht für das, was die Kompaflex AG ist: ein klassisches Familienunternehmen. Eines, das sich weltweit einen Namen gemacht hat mit der Herstellung von massgeschneiderten Metallkompensatoren. Damit werden Längenausdehnungen beispielsweise durch Temperaturschwankungen bei Rohren in Dampfleitungen, Vakuumpumpen oder Fusionsreaktoren ausgeglichen.

Geführt wird die Firma von der zweiten Generation, nachdem sich der Vater und Firmengründer Werner Löhler vor drei Jahren aus der Geschäftsleitung und dem Verwaltungsrat zurückgezogen hat. «Für mich und meine beiden Brüder war es nie ein Muss, in die Firma einzusteigen», sagt CEO Reto Löhler, der seit 15 Jahren im Unternehmen tätig ist. Umso schöner sei es, dass sich alle drei mit dem Betrieb identifizierten und sie ihn als Familie weiterführen könnten.

Jedes Produkt eine Spezialanfertigung

Was vor vier Jahrzehnten in einer Garage mit drei Mitarbeitern seinen Anfang nahm, ist mittlerweile zu einem KMU mit



95 Angestellten und zwei Produktionsstandorten angewachsen. Der Hauptsitz befindet sich in Egnach, an der Strasse zwischen Steinebrunn und Amriswil, die zweite Produktionshalle steht in Tschechien, wo etwa ein Drittel der Mitarbeiter beschäftigt ist.

An beiden Standorten werden mehrschichtige Spezialkompensatoren für die unterschiedlichsten Anwendungen in der Industrie entwickelt, gebaut und geschweisst. Einige Exemplare sind im Sitzungszimmer, wo Kunden aus der ganzen Welt empfangen werden, ausgestellt: grosse und kleine Kompensatoren, längere und kürzere, runde, ovale und rechteckige. Der CEO nimmt ein Teil in die Hand und zeigt, wie es sich ziehharmonikamässig zusammendrücken und wieder auseinanderziehen lässt. Die Firma Siemens Energy beispielsweise habe Kompensatoren mit einem Durchmesser von über vier Metern direkt nach der Gasturbine im Einsatz, um die Bewegungen im System zu kompensieren, erzählt er. «Unsere innovative Produktion und unser technisches Know-how erlauben uns, Kompensatoren aller Grössen und Formen zu fertigen.»

«Alles, was technisch zusammenpassen soll, muss genormt sein.»

Jedes Produkt wird von Grund auf neu berechnet und mit den eigens dafür entwickelten Maschinen produziert. Damit können die Kompensatoren exakt auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt werden. Standardlösungen und Massenfertigungen gibt es beim Familienunternehmen nicht. «Wir

haben sozusagen den Nicht-Standard standardisiert», sagt Reto Löhner. Dadurch seien weltweit einzigartige Innovationen wie der mehrschichtige Rechteckkompensator, der mehrschichtige konische Kompensator oder der Hochdruckkompensator entstanden.

Bei grossem EU-Projekt dabei

Die Kompaflex AG ist ein Hidden Champion, ein Unternehmen also, das in der breiten Öffentlichkeit zwar wenig bekannt, aber in seiner Branche Marktführer ist. «Kürzlich hat mir ein Bekannter gesagt, dass er oft bei uns vorbeifahre, aber nicht wisse, was wir eigentlich machten», erzählt der CEO und schmunzelt. Solche Aussagen hört der 42-Jährige regelmässig. Das hat vor allem damit zu tun, dass das Unternehmen zu 80 Prozent im Export tätig ist, und dies meistens in Spezialgebieten, von denen die breite Bevölkerung kaum etwas mitbekommt. Die Kunden kommen aus den verschiedensten Industrien wie der Stahlwerk-, der Pharma-, der Schiff- oder der Wärme- und Kältetechnikindustrie. Aber auch die Wissenschaft wie etwa der Teilchenbeschleuniger Cern greift für seine Vakuumanlagen auf Kompensatoren der Thurgauer Firma zurück.

Eine bedeutende Rolle spielen Kompensatoren in der Kernfusion. So macht die Kompaflex AG bei verschiedenen Kernfusionsprojekten weltweit mit. Eines davon ist der International Thermonuclear Experimental Reactor, kurz Iter, in Südfrankreich. Seit 2007 wird am Reaktor im Kernforschungszentrum Cadarache gebaut, 2025 soll er fertiggestellt sein.

Am 24-Milliarden-Projekt der EU sind über 30 Länder beteiligt, die Schweiz aufgrund des gescheiterten Rahmenabkommens mit der EU mittlerweile nicht mehr. Trotzdem ist die Kompaflex AG weiterhin an Bord. «Das ist nicht selbstver-

Externes Management in Familienunternehmen

Für viele Familienunternehmen ist die Nachfolge klar: Eines der Kinder tritt in die Fussstapfen der Eltern und übernimmt die Führung. Dazu braucht es nicht nur Nachfolgewilligen – auch die Eignung muss gegeben sein.



Typischerweise müssen sich Kinder bis 30 entscheiden, ob sie sich im Familienunternehmen engagieren wollen. Man hat das Studium beendet, Militär und Weiterbildung absolviert und die ersten Karriereschritte getätigt. Für viele ist es in diesem Alter aber zu früh, verbindliche Entscheide zu treffen.

In diesen Fällen kann sich eine Brückenlösung durch ein familienexternes Management anbieten: Die Führungsnachfolge wird geregelt, die Familie bleibt jedoch Inhaberin des Unternehmens.

Dies bietet im Vergleich zu einer familieninternen Lösung Vorteile: Emotionale Konfliktpotenziale werden reduziert, man holt sich spezifisches Know-how ins Unternehmen, und für eine spätere Nachfolge durch die Jungen bleibt ein Fenster offen.

Beim Wechsel zu einem familienexternen Management handelt es sich nicht um eine reine Headhunting-Aufgabe: Das Unternehmen muss sich auch in den Entscheidungsstrukturen an die neue Situation anpassen, etwa durch den Aufbau eines professionell zusammengesetzten Verwaltungsrates.

Vorher sollte auch die Inhaberfamilie ihre Gesellschafterkompetenz erweitern: Erarbeitung von Leitlinien und Werten in einer Familienverfassung, Etablierung eines Familienrates, Entwickeln einer Eignerstrategie und das Festlegen von Ausbildungsprogrammen für die Jungen. Mit diesem Prozess kann die «Family-ness» im Unternehmen erhalten bleiben – auch wenn die operative Führung durch Externe geprägt wird.

Geschieht dieser Aufbau von Gesellschafterkompetenz und die Etablierung des Verwaltungsrates einige Jahre vor der Suche nach familienexternen Kandidaten, so sind die Chancen höher, jemanden zu rekrutieren, der oder die die Werte der Familie teilt, zu den Familienexponenten passt und auf ein organisiertes Aktionariat zählen kann.

Stefan Schneider
Dr. oec., Partner bei der Continuum AG
Für weitere starke Worte: www.continuum.ch

Am Standort Egnach stellt die Kompaflex Kompensatoren her, die auf der ganzen Welt geschätzt werden.

ständig und nur möglich, weil wir bereits seit zwölf Jahren dabei sind und man unsere Arbeit kennt und schätzt», sagt Reto Löhner.

Der CEO betont denn auch, wie wichtig das Rahmenabkommen für die Schweiz ist – nicht nur für die Forschung, sondern auch für den Werkplatz. «Alles, was technisch zusammenpassen soll, muss genormt sein. Diese Normen sind in den Verträgen mit der EU festgelegt. Laufen diese aus, weil die Schweiz nicht mehr dabei ist, können wir keine Komponenten mehr für Maschinen und Apparate von Unternehmen in der EU herstellen. Das hätte gravierende Folgen für uns.» Zudem würde ein fehlendes Abkommen den Fachkräftemangel noch verschärfen. «Schon jetzt sind wir stark auf Mitarbeiter aus dem Ausland angewiesen», sagt Löhner.

Am Standort Egnach festhalten

Obwohl die Kompensatoren der Kompaflex AG in Dampfturbinen, auf Schiffen, in Reaktoren und vielen anderen Anlagen auf der ganzen Welt zu finden sind, ist und bleibt Egnach ihre Heimat. «Wir haben hier alles, was wir brauchen: Eine funktionierende Infrastruktur, das Know-how der Angestellten und einen starken Wirtschaftsraum», sagt Reto Löhner. Eine der grossen Stärken der Kompaflex AG ist ihre Spezialisierung auf anspruchsvolle Anwendungen. «Wir sind zudem sehr flexibel und können schnell reagieren, wenn es die Situation erfordert, und gleichzeitig höchste Qualität liefern.»

So war es beispielsweise auch bei der Ems Chemie: Dort traten plötzlich Probleme mit den Dampfleitungen auf, und das Unternehmen aus dem Thurgau konnte innerhalb einer Woche die hierfür nötigen Kompensatoren fertigen und ins Bündnerland liefern.

Text: Marion Loher
Bilder: Thomas Hary

Vom Toggenburg bis Saudi-Arabien



Der Holzverarbeiter und -bauer Blumer Lehmann aus Gossau wächst: Bis Ende 2024 sollen neue Produktionshallen und ein neues Bürogebäude im Erlenhof in Betrieb genommen werden. Der Ausbau sei aber nicht Selbstzweck, sondern der hohen Nachfrage nach Holz und Holzbauten geschuldet, begründet Blumer-Lehmann-CEO Katharina Lehmann.

Katharina Lehmann, seit Anfang Jahr treten all Ihre Betriebe (Blumer-Lehmann AG, Lehmann Holzwerk AG und BL Silobau AG) als «Blumer Lehmann» auf. Warum die Konzentration auf einen einzigen Markennamen – und weshalb gerade jetzt?

Wir haben schon seit einiger Zeit festgestellt, dass unser Markenkonstrukt gegen aussen schwierig verständlich und stark eine Darstellung der Innensicht war. Ausserdem entwickelte sich die Marke Blumer Lehmann in den vergangenen Jahren weiter und erlangte auch in unseren relevanten Märkten im In- und Ausland eine gewisse Bekanntheit. Zusätzlich wollten wir das «Wir-Gefühl» gegen Innen stärken. Schliesslich arbeiten wir in einer integrierten Wertschöpfungskette entlang der Holzverarbeitung; viele unserer internen Servicestellen wie HR, Finanzen, Marketing oder Technik sind firmen- und bereichsübergreifend tätig. Da auch bei unseren Arbeitsprozessen ein immer stärkeres «Zusammenwachsen» stattfindet, wollten wir das einfach und verständlich in einem gemeinsamen Auftritt abbilden.

«Die Nachfrage nach Holzbauten nimmt in der Schweiz und weltweit zu.»

Sie wollen auch eine interne Academy ins Leben rufen, welche die Potenziale Ihrer Angestellten stärken und ausbauen soll. Wäre es nicht einfacher, sich ausgebildete Fachleute von aussen zu holen?

Einfacher sicher – aber nicht besser. Der bevorstehende Fachkräftemangel, der bereits jetzt spürbar ist und sich mit den geburtenschwachen Jahrgängen weiter akzentuieren wird, stellt uns vor neue Herausforderungen. Wir sind überzeugt, dass wir unseren zukünftigen Bedarf an Fach- und Führungskräften in der Holzindustrie und im Holzbau nur bewältigen, wenn wir vermehrt selbst in die Aus- und Weiterbildung von unseren Mitarbeitenden investieren. Die Academy widmet sich ausserdem der Ausbildung von Lernenden, der Weiterbildung und Entwicklung von bestehenden Angestellten sowie der Schulung von Studenten, Partnern und Kunden.

Ende 2024 wollen Sie Ihr neues Bürogebäude im Erlenhof beziehen; ebenfalls 2024 sollen neue Produktionshallen in Betrieb genommen werden können. Die Nachfrage nach Holzbauten scheint zu steigen?

Ja, die Nachfrage nach Holzbauten nimmt in der Schweiz und weltweit zu. Dies hat mit der Erkenntnis zu tun, dass der Holzbau einen grossen Beitrag zu den aktuellen Fragen rund um die Klimakrise und die nachhaltige Entwicklung unserer Bauwirtschaft leisten kann. Zudem bietet Holz gute Möglichkeiten, die Gebäude oder Bauteile im Werk zu einem hohen Mass vorzufertigen, was die Produktivität auf den Baustellen erhöht und die Bauzeiten minimiert. Und natürlich leistet Holz Beiträge zur Energiepolitik – auch dieses Potenzial wollen wir an unserem Gossauer Standort ausschöpfen.

Stehen Sie damit gewissermassen unter einem «Zwang zum Wachstum»?

Ja, wenn wir unseren Gossauer Standort sichern und Teil dieser Entwicklung bleiben möchten, müssen wir innovativ, aber auch leistungsfähig sein. Die Holzbau-Projekte werden grösser und komplexer – und wir sind gefordert, mit unseren Dienstleistungen in der Planung und Entwicklung, aber auch mit unseren Produktionsmöglichkeiten auf diesen Trend zu reagieren.

Was wird zurzeit am meisten nachgefragt?

Unsere Holzbaukunden sind Architekten, Generalunternehmen, Investoren, öffentliche oder private Bauherren. Die Anfragen beziehen sich auf klassische Holzelementbauten, standardisierte Modulbauten, aussergewöhnliche Free-Form-Bauten, Siloanlagen für den winterlichen Strassenunterhalt genauso wie auf Umbauten, Erweiterungen oder Gebäude für landwirtschaftliche Nutzungen. Der Trend zu grösseren oder höheren Bauten oder auch zu nachhaltigeren Baukonzepten in Bezug auf Ressourcenverbrauch, graue Energie, CO₂-Fussabdruck oder Kreislauffähigkeit von Bauteilen oder Modulen ist über alle Segmente deutlich feststellbar. In der Holzverarbeitung dürfen wir uns auf viele Partner verlassen, die den Wert von lokal produzierten Holzprodukten zunehmend zu schätzen wissen.

Was ist aktuell das grösste Projekt?

Zurzeit arbeiten wir an verschiedenen grösseren Projekten, die in der Planung oder Umsetzung sind. Ein grosses Unterfangen sind zwei Hotelprojekte in Saudi-Arabien am Roten Meer mit rund 250 kleineren Gebäuden. Hier in der Region stehen ebenfalls einige grössere Bauten an, wie das Klanghaus im Toggenburg, das Bürogebäude für die Appenzeller Bahnen und die Regiobus AG, der Neubau für die psychiatrische Klinik in Herisau, das Bundesasylzentrum in Altstätten oder das Regierungsgebäude in Frauenfeld.

«2022 betrug der Anteil von ausländischen Bauten umsatzmässig fast die Hälfte.»

Werden die Projekte generell immer grösser – also weg vom EFH oder der Aufstockung, hin zum grossvolumigen Wohn- und Gewerbebau?

Holz kommt zurück ins urbane Umfeld. Und dort wird verdichtet gebaut. In diesem Kontext ist es wahrscheinlich, dass auch die Holzbauten grösser – länger oder höher – werden.

Was kann Blumer Lehmann, was andere nicht können?

Das ist eine gute Frage. Einer unserer grossen Wettbewerbsvorteile ist das komplette Wissen über den Rohstoff Holz und die grosse Wertschöpfungstiefe, die auch Transportkosten



Katharina Lehmann:

Grosse Wertschöpfungstiefe.

und Emissionen minimiert. Die Summe an Wissen in allen Bereichen unserer Firma über die Planung und Verarbeitung des Rohstoffes ist sicher aussergewöhnlich hoch und führt zu einem hohen Kundennutzen.

Sie haben kürzlich den Vorarlberger Holzbauer oa.sys übernommen und erhalten damit neben Deutschland und Luxemburg ein weiteres Standbein in der EU. Wie wichtig sind die EU-Standorte?

Wir möchten an unseren ausländischen Standorten für die jeweils lokalen Märkte produzieren, näher bei unseren Kunden sein und Transportdistanzen minimieren. Und zudem können wir an den Orten unserer Niederlassungen zusätzliche Fachkräfte und Spezialisten gewinnen. Das sind die Hauptmotive unserer Entscheide und nicht die Frage, ob wir ausser- oder innerhalb der EU arbeiten.

«Die Holzbauprojekte werden grösser und komplexer.»

Und wie sieht das Auftragsverhältnis heute aus – bauen Sie mehr im Ausland oder in der Schweiz?

Die Schweiz ist nach wie vor unser wichtigster Markt und wir setzen alles daran, unsere Schweizer Kunden optimal zu bedie-

nen. 2022 betrug allerdings der Anteil von ausländischen Bauten umsatzmässig fast die Hälfte. Dies aufgrund zahlreicher Grossprojekte in Deutschland, Luxemburg, Schweden oder Saudi-Arabien.

Sie machen sowohl Auftragsarbeiten von externen Architekten als auch Eigenentwicklungen, wenn man so sagen will. Wie ist hier das Verhältnis, kommen mehr Kunden mit konkreten Ideen oder wollen sie Unterstützung von Ihnen bei der Entwicklung eines Projekts?

Bei beinahe allen Bauten arbeiten wir mit externen Architekten zusammen – partnerschaftlich und je nach Gebäudekategorie und Schnittstellen mit unterschiedlichen Leistungspaketen. Heute ist es oft der Fall, dass ein Bauherr direkt zu uns kommt und bei uns eine massgeschneiderte Lösung sucht, die wir dann im Netzwerk und mit unseren Partnern anbieten, planen und ausführen.

2025 feiern Sie Ihr 150-Jahre-Jubiläum. Ist dann Konsolidierung angesagt oder planen Sie schon weitere Ausbauschritte?

Nach dieser aktuell sehr intensiven Investitionsphase am Standort Gossau benötigen wir wohl eine Pause der Konsolidierung und hoffen, dass diese auch eintreten wird. Aber ich befürchte, dass es uns auch dann nicht langweilig werden wird und wir gefordert bleiben.



Moschee aus Holz: Cambridge Mosque

Katharina Lehmann ist Keynote-Speakerin am LEADER Digital Award

Mit dem LEADER Digital Award 2023 werden am 4. Mai zum dritten Mal herausragende Digitalprojekte aus der Ostschweiz ausgezeichnet. Als Keynote-Speakerin konnte Katharina Lehmann gewonnen werden: Sie wird zeigen, wie Digitalisierung und Holzbau zusammengehen. Seit 27 Jahren steht die 51-Jährige als CEO und Inhaberin an der Spitze des Familienunternehmens Blumer Lehmann im Erlenhof in Gossau.

Lehmann setzt auf neue Technologien und baut kontinuierlich die Wertschöpfungskette aus. So entwickelte sie den Holzindustrie-Bereich zum leistungsfähigsten Ostschweizer Holzproduzenten mit rund 450 Mitarbeiter. Lehmann wird dem LDA-Publikum verraten, wie auch in einer sehr traditionellen Branche die Digitalisierung nicht nur stark fortgeschritten, sondern gar unverzichtbar ist.



Text: Stephan Ziegler
Bilder: Thomas Hary, zVg

Netzwerk trägt und greift

Antonia Payr Eppisser machte sich 2011 mit ihrer SEA Marketing & Event GmbH aus Heerbrugg selbstständig. Vor zehn Jahren brachte die eidg. dipl. Marketingleiterin FA und Autorin damit die erste Serie ihrer «Multitaschen» auf den Markt – soeben ist eine neue Reihe fertig geworden. 2022 schloss Payr zudem das CAS Senior Management an der HSG ab.



Ausbrechen statt einbrechen: Das Motto des gleichnamigen Buches ist für Antonia Payr als Autorin Pflicht. «Im März war es mal wieder so weit: Drei Wochen ausbrechen aus dem Alltag war angesagt, Akkus aufladen am Meer», sagt sie. Mit zwei kleinen Kindern eine Herausforderung. Mitten im Wattenmeer an der Nordsee ist Payr klar geworden, warum sie Unternehmerin ist: Das tun zu dürfen, was sie gern macht, erfüllt sie. «Spirituelles Kapital vermittelt ein starkes Gefühl für den Unternehmenssinn und wirkt transformativ.» Bisher habe sie sich noch immer nach Chancen umgeschaut und aus jeder Situation das Beste gemacht, denn «wir können den Wind nicht ändern, aber die Segel anders setzen».

Das Kinderbuch «Die magische Kakaobohne» im Februar in den Händen zu halten, ist Payrs aktuellster Meilenstein, der sie besonders stolz macht. Vittoria Kreis hatte sie 2021 dafür kontaktiert. «Ich liebe Schokolade und es ehrt mich, ein Teil des Projektteams zu sein. Denn Netzwerk trägt und greift.» Den Tipp mit der Zeichnerin bekam sie von ihrem Büropartner Gian Kaufmann von foto-shots.ch. Von vier Testskizzen überzeugte Michelle Brändle am meisten.

«Netzwerken gehört somit zu meinem Leben», sagt Antonia Payr. «Seit ich mich erinnern kann, liebe ich es, Zeit mit positiven Menschen zu verbringen. So kam es, dass mir Nicola Eichmann als Botschafterin fürs Rheintal von den Leaderinnen Ostschweiz erzählte und mich in dieses Netzwerk einführte.» Was sie schon früh gelernt hat: Je mehr man in eine Gemeinschaft investiert, desto mehr kann man daraus mitnehmen.

Die «Leaderinnen Ostschweiz» bringen Fach- und Führungsfrauen zusammen, fördern den Austausch, vermitteln Wissen und unterstreichen mit ihrer Arbeit die Verbundenheit zur regionalen Wirtschaft.





Über 80 Länder zu Gast in St.Gallen

Seit 2017 steht Beat Ulrich als CEO an der Spitze der St.Galler Stiftung für internationale Studien und damit auch des St.Gallen Symposiums. Dieses genießt weltweit einen hervorragenden Ruf als wichtigster Generationendialog. Rund 1000 internationale Persönlichkeiten treffen sich am Symposium jeweils zum konstruktiven Gedankenaustausch beziehungsweise zur Lösungssuche zwischen Jung und Erfahren. 2023 wagt sich das SGS zum ersten Mal «unters Volk» in St.Gallen. Und trifft dort auf den LEADER Digital Award.

Beat Ulrich, das St.Gallen Symposium ist die weltweit grösste Plattform für generationenübergreifenden Dialog und Zusammenarbeit. Zum ersten Mal durchgeführt wurde es bereits 1970. Sprechen die Alten und die Jungen nach einem halben Jahrhundert immer noch nicht miteinander?

Doch, das machen sie – insbesondere an unseren Formaten. Angesichts der akzentuierten Herausforderungen gesellschaftlich, geopolitisch, umwelttechnisch und wirtschaftlich ist dies auch wichtiger denn je. Wir sind überzeugt, dass nur gemeinsam ein besserer Weg vorwärts möglich ist und dass es aktuell wichtiger ist denn je, auch unterschiedliche geopolitische Ansichten zusammenzubringen.

Ins Leben gerufen wurde es als Reaktion auf die 68er-Bewegung; Wolfgang Schürer, Terje Wølner-Hanssen, Clemens Brenninkmeijer, Franz Kriegler und Urs Schneider wollten zeigen, dass Dialog gerade auch mit unterschiedlicher Haltung zum Beispiel zu Kapitalismus besser ist als blosser Protest. Was ist die Philosophie heute?

Die Welt ist seit da vernetzter, technologischer und schneller geworden, lebt aber noch alte geopolitische Muster und ist von

kurzfristig orientiertem Handeln geprägt. Wir wollen einerseits, dass bei Entscheiden an die Auswirkungen auf die nächsten Generationen gedacht wird. Andererseits sind wir überzeugt, dass die engagierten jungen Menschen, die wir ans Symposium bringen, bei den aktuellen Führungskräften neue Ideen und Denkweisen bewirken können.

Ebenso wichtig wie das Generationenübergreifende scheint heute das Nationenübergreifende zu sein: Die Gäste kommen aus über 80 Ländern. Wie wichtig ist St.Gallen für den internationalen Austausch?

Nach gut drei Jahren der Pandemie und angesichts des geopolitischen Auseinanderdriftens der Welt ist es entscheidend, gerade die internationalen jungen Menschen nun auch wieder zusammenzubringen. Auch wir Europäer müssen uns mit unterschiedlichen Denkweisen in der Welt auseinandersetzen und den Dialog suchen. Wenn jeder der Entscheidungsträger das Symposium mit einem besseren Verständnis für Haltungen verlässt und neue Kontakte geknüpft wurden, haben wir einen wichtigen Beitrag geleistet. Das gilt auch für die Teilnehmer aus der DACH-Region.

Das Symposium bringt jedes Jahr führende Persönlichkeiten von heute und morgen aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft zusammen, «um das gegenseitige Verständnis und das gemeinsame Handeln in Bezug auf unsere dringendsten Herausforderungen und Chancen zu fördern». Gibt es einen konkreten Nutzen aus dem SGS?

Unseren Nutzen machen wir gerne an der wachsenden internationalen Community fest, die Dialog und Innovation über Protest stellt und gemeinsam über Generationen und Grenzen hinweg nach Lösungen sucht. Mittlerweile sind das rund 5 000 engagierte jüngere Menschen aus über 100 Ländern. Zudem entstehen konkrete Projekte wie die Einbindung von internationalen jungen Menschen in die Führungsebene von Politik und Wirtschaft.

Die globale SGS-Gemeinschaft umfasst mehr als 400 Unternehmen und Institutionen sowie über 300 Universitäten. Wie werden diese ausgewählt?

Wir sind grundsätzlich nicht selektiv, sondern offen für Institutionen und Partnerunternehmen oder Universitäten. Bei Ersteren ist für uns entscheidend, dass sich die Führungskräfte effektiv dem Dialog stellen und nach St.Gallen kommen – und bei den Universitäten möchten wir natürlich, dass sie auf unsere Formate wie den globalen Aufsatzwettbewerb aufmerksam machen und unserem studentischen Team eine Plattform geben. Engagement ist also entscheidend.

600 erfahrene Führungskräfte, 250 junge Talente, davon 100 Autoren der besten studentischen Essays weltweit: Am SGS kann man nicht «einfach so» teilnehmen. Wer gelangt wie auf die Gästeliste?

Es sind Führungskräfte, die sich dem Dialog mit der nächsten Generation stellen wollen und überzeugt sind, daraus neue Ideen und Vorgehensweisen zu gewinnen. Die Hinweise auf die jungen Talente erhalten wir von unseren internationalen Partneruniversitäten und können dann im Rahmen einer Jury die Engagiertesten auswählen.

Jetzt haftet dem St.Gallen Symposium seit jeher ein etwas elitärer Geruch an, es sei eine Veranstaltung «für die da oben», für die HSG-ler. Täuscht der Eindruck?

Mittlerweile definitiv. Wir möchten den Dialog auch mit der Region führen und haben Zugänge über Livestreams der grössten Sessions geschaffen, die jeder hier in St.Gallen und weltweit kostenlos verfolgen kann. Wir wollen multiplizieren und die Erkenntnisse auch in der und für die Region nutzen. Da machen wir uns auch die Live-Technologie zum Partner.

Mit «St.Gallen Symposium in Town» veranstalten Sie heuer zum ersten Mal fünf Sessions nicht an der HSG und nicht nur für geladene Gäste, sondern für alle in der Innenstadt. Warum hat das 52 Jahre gedauert?

Das Symposium führt schon länger öffentliche Formate durch, aber irgendwie gab es noch Berührungsängste, weil zu wenig klar war, dass diese

allen offenstehen. Wir freuen uns nun auf unsere Idee mit dem Ansatz in der Stadt und sind überzeugt, wirklich alle Interessierten unkompliziert einzubinden – und da betone ich, dass von jung bis alt und von links bis rechts alle herzlich zum Dialog willkommen sind. Wir müssen miteinander reden – konstruktiv, kritisch und im Sinne der nächsten Generationen. Wer weiss, vielleicht wird dies zum «Honky Tonk des Dialoges».

Das SGS arbeitet auch zum ersten Mal mit dem LEADER Digital Award zusammen, der am 4. Mai verliehen wird. Wie wichtig ist eine Veranstaltung wie der LEADER Digital Award für die Ostschweiz aus Ihrer Sicht?

Ich bin überzeugt, dass unser Standort die Chancen der digitalen Transformation noch besser nutzen kann. Dazu werden auch die School for Computer Science der Uni und die IT-Bildungsoffensive beitragen. Mit dem LDA werden Fortschritte und Projekte in diese Richtung belohnt und dem Thema wird eine wichtige Bühne gegeben – also toll, dass es den Award gibt!

Die Session «St.Gallen Symposium in Town x LEADER Digital Award» um 16.30 Uhr im «National» wird Weltbestsellerautor Jon Krohn als Einstimmung auf die Preisverleihung im «Einstein» bestreiten. Wird KI – Krohns Spezialgebiet – dereinst als dritte Kraft am SGS teilnehmen, nebst den Generationen?

Wir werden KI und weitere digitale Entwicklungen bestmöglich nutzen, ja. Schon in diesem Jahr wird es eine Metaverse-Experience geben und wir haben alle Essays auf eine Open-Content-Plattform öffentlich zugänglich gemacht. Ich sehe dies als zusätzlichen Dialog zwischen Menschen und Technologie, mit Chancen und Gefahren, die wir alle jetzt schon erleben – auch hier sehen wir unsere Rolle, dass sich dies im Sinne der nächsten Generationen weiterentwickelt.

Das **52. St.Gallen Symposium** findet am 4. und 5. Mai zum Thema «A New Generational Contract» mit Teilnehmern aus über 80 Nationen sowie rund 100 Speakern statt. Erstmals werden öffentliche Formate in der St.Galler Altstadt angeboten: An fünf Sessions im Rahmen des «St.Gallen Symposium in Town» in den Restaurants «1773» und «National» können jeweils bis zu 80 Gäste den Dialog mit bekannten Referenten des SGS live und kostenlos erleben.

Die Session am Donnerstag, 4. Mai, um 16.30 Uhr im «National» wird Jon Krohn, Autor des Weltbestsellers «Deep Learning Illustrated», KI-Experte und Chief Data Scientist von Nebula.io, bestreiten. Als «St.Gallen Symposium in Town x LEADER Digital Award» wird der Amerikaner auf die Verleihung der Ostschweizer Digitalpreise einstimmen. Registrierungen sind über die Webseite des St.Gallen Symposium möglich: www.symposium.org



Text: Stephan Ziegler
Bilder: zVg

Tobias Hofer:

Intelligente Lösungen.



Wie ein halbes AKW eingespart werden könnte

Ab Herbst 2023 dürfen alle quecksilberhaltigen Leuchtmittel wie T5- und T8-, aber auch ringförmige Leuchtstoffröhren nicht mehr verkauft werden – ausgerechnet die Leuchtmittel, die in vielen Industrie- und Gewerbebetrieben im Einsatz sind. Tobias Hofer, Geschäftsführer der Astra LED aus Gossau, erklärt, was dieses Verbot bedeutet. Und welche Chance es beinhaltet.

Tobias Hofer, im Herbst werden T5- und T8-Leuchtstoffröhren verboten. Was bedeutet das genau?

Habe ich eine Beleuchtung mit Leuchtstoffröhren im Einsatz, darf ich diese natürlich weiter ersetzen, wenn ich über die entsprechenden Ersatzteile verfüge. Der Elektrogrosshandel wird jedoch keine neuen Leuchtstoffröhren mehr verkaufen, ebenso ist der Import nicht mehr möglich. Somit lohnt es sich, Ersatzteile an Lager zu haben, um einzelne Ausfälle zu reparieren. Das Verbot kommt übrigens nicht wegen des Energieverbrauchs, sondern weil die Leuchtmittel Quecksilber enthalten.

«Wir produzieren alle unsere Beleuchtungskörper in Gossau.»

Viele dieser Lampen werden aber auch nach dem Verbot einige Jahre leuchten. Wie sieht es mit dem Energieverbrauch aus?

Eine heute neu eingesetzte T5- oder T8-Leuchtstoffröhre hat eine lange Lebensdauer und wird noch einige Jahre funktionieren. Weniger lang werden ringförmige und Kompaktleuchtstoffröhren funktionieren, da diese eine niedrigere Lebensdauer haben.

Der Energieverbrauch verglichen mit einer LED-Lösung ist ziemlich hoch.

Heute gehen rund zehn Prozent des schweizweiten Stromverbrauchs auf das Konto der Beleuchtung. Das sind immerhin 6.5 Terawattstunden im Jahr. Die Stromproduktion des AKW Gösgen 2019 betrug etwa acht Terawattstunden ... Könnten wir die Hälfte der Energie beim Licht einsparen, bräuchten wir ein halbes AKW weniger. Das zeigt das riesige Potenzial auf.

Die Alternative heisst LED. Wie viel Sparpotenzial ergibt sich durch eine Umstellung?

Ein einfacher Austausch von Leuchtstoffröhren mit LED ermöglicht eine Energieeinsparung von 50 Prozent. Die tont

nach viel, ist aber nicht unsere Empfehlung. Denn wenn man eine intelligente Beleuchtungssanierung durchführt, können sogar bis zu 80 Prozent eingespart werden.

Das heisst?

Intelligent heisst für uns vorab eine gute Lichtanalyse und -planung. Denn allenfalls werden weniger Leuchten gebraucht, als installiert sind. Der noch wichtigere Teil ist die Sensorik, die berücksichtigt werden sollte. Sie sorgt dafür, dass Leuchten nur brennen, wenn sie auch benötigt werden und nur so hell wie notwendig leuchten (Konstantlichtregelung).

Die Schweizer Industrie verbraucht für die Beleuchtung pro Jahr etwa zwei Terawattstunden, also zwei Milliarden Kilowattstunden.

Genau. Bei 15 Rappen pro Kilowattstunde entspricht dies 300 Millionen Franken. Wenn wir 60 Prozent davon einsparen können, ist dies auch finanziell sehr interessant. Weitere Faktoren wie tiefere Wartungskosten, weil die Leuchtmittel viel weniger ausfallen, sind darin noch gar nicht enthalten.

Spüren Sie eine veränderte Nachfrage aufgrund der aktuellen Energielage?

Ja. Astra LED mit Fokus auf Schulen, Gemeinden und Industrie berät und verkauft schon seit vielen Jahren im Bereich von intelligenten Beleuchtungslösungen und Sanierungen. Bis zur aktuellen Energiekrise brauchte es viel mehr Überzeugungsarbeit, auf ein intelligentes, sensorbasiertes System zu setzen. Durch die gestiegenen Energiepreise gelingt eine Amortisation nun teilweise so rasch, dass der Umstieg auf ein intelligentes System sehr gefragt ist. Unser Umsatz ist im ersten Quartal 2023 gegenüber Vorjahr um über 50 Prozent gewachsen.

Auch bei LED gibt es Unterschiede. Welche Lösung würden Sie einem Unternehmen empfehlen?

Wie erwähnt, ist eine Bestandsaufnahme essenziell – eine Dienstleistung, die wir kostenlos anbieten. Es sollte auf jeden Fall eine intelligente Beleuchtungssanierung sein, mit integrierten Sensoren und Steuerungen.



Alle Beleuchtungskörper werden in Gossau produziert.

Und extern, bei Ihren Kunden?

Wir suchen nach Lösungen, um bestehenden Leuchten weiterverwenden zu können und nur so viele zu ersetzen, wie notwendig sind. Damit können viele Ressourcen eingespart werden. Wir streben auch eine sehr hohe Lebensdauer von unseren Produkten an: Wir gehen davon aus, dass unsere Lösungen 20 Jahre und mehr in Betrieb sein werden. In dieser Zeit können wir für alle unsere Produkte einen Service anbieten und diese Instand halten, sie sogar mit neuer Software über die Jahre aktualisieren.

Wie sieht es mit der Lebensdauer von LED-Leuchten aus?

Ich kann da nur für unsere Leuchten sprechen: Die LED-Module haben eine fast unbegrenzte Lebensdauer! Das sind sicher 100'000 Stunden Betriebszeit – und selbst danach sind die LED-Module nicht «tot», sondern leuchten einfach weniger hell. Klar, ein Vorschaltgerät oder eine Steuerung kann ausfallen. Da sprechen wir aber von Betriebszeiten zwischen zwei Fehlern von 500'000 Stunden. Die Lebensdauer wird durch eine intelligente Lichtsteuerung weiter erhöht, da die Leuchte nur so hell wie nötig und nur bei Gebrauch leuchtet.

Und wie viel Energie könnte maximal eingespart werden?

Der Umstieg von Leuchtstoffröhren auf LED mit einer guten Planung ermöglicht Einsparungen von 50 Prozent. Durch eine intelligente Licht- und Präsenzregelung z. B. in Lagern oder Korridoren können bis zu 80 Prozent eingespart werden. In einem Büro mit Tageslichtanteil gehen wir von 40 bis 60 Prozent zusätzlicher Energieeinsparung durch ein intelligentes System mit integrierter Sensorik aus.

Eine Umrüstung ist mit Kosten verbunden. Muss auch das Architekturbild verändert werden?

Ein intelligenter Umstieg kostet in der Regel «nur» etwa 30 Prozent mehr. Diese sind bei den aktuellen Energiepreisen schnell amortisiert. Nicht vergessen sollte man, dass der Komfort durch eine intelligente Lichtsteuerung stark erhöht werden kann, was sich wiederum positiv auf die Menschen im Innenraum auswirkt. Ebenfalls gibt es ökonomische Lösungen, bei denen man das Architekturbild nicht verändern muss und bestehende Leuchten oder Teile davon weiterverwenden kann.

Sie legen hohen Wert auf Nachhaltigkeit. Wie wird diese bei Astra LED gelebt?

Wir sind überzeugt, dass die Energiekrise auch eine grosse Chance zu mehr Nachhaltigkeit ist. Wir setzen konsequent auf Regionalität. Wir produzieren alle unsere Beleuchtungskörper in Gossau. Wir entwickeln unsere eigene Elektronik und Software. Sogar die LED-Module werden bei uns vor Ort produziert. Somit schaffen wir regionale Arbeitsplätze bei Astra LED und unseren regionalen Lieferanten. Dazu sind alle Transportwege minimal und wir sind sehr nahe bei unseren Kunden.

«Die meisten von uns verbringen 80 Prozent ihrer Zeit am Tag in Innenräumen.»

Licht wirkt sich auch auf die Psyche aus. Wie wichtig sind optimale Lichtverhältnisse in Büroräumlichkeiten?

Die meisten von uns verbringen etwa 80 Prozent ihrer Zeit am Tag in Innenräumen. Das heisst ohne viel Tageslicht und mit viel Kunstlicht. Das Licht im Innenraum muss gemäss Norm nicht sehr hell sein; verglichen mit einem schönen Sommertag genügt eine 200 Mal tiefere Beleuchtungsstärke. Ebenfalls hat die Veränderung des Tageslichts einen Einfluss auf unser Schlafhormon Melatonin und somit auf unsere Aufmerksamkeit. Auch reagiert unser Körper empfindlich, aber vielfach unterbewusst auf Leuchten, die blenden. All diese Parameter können in die Sanierung einbezogen werden. Dafür benötigt es Expertise, die unsere Lichtplaner mitbringen. Diese ganzen Betrachtungen kosten nicht mehr, bringen aber einen wirklichen Mehrwert.

Wie gehe ich nun vor, wenn ich mein Leuchtsystem optimieren möchte?

Lassen Sie sich ganzheitlich beraten, wie wir das bei Astra LED anbieten. Vor allem: Lassen Sie sich trotz Energiekrise und Leuchtmittelverbot Zeit, um all die Lösungen mit Sensorik, Steuerung und dem richtigen Licht zu evaluieren.

Text: Miryam Koc
Bilder: Thomas Hary

Emotionen und Zahlen in Balance bringen



Von den Aktivitäten der Olma Messen St.Gallen profitiert die ganze Ostschweiz.

Die Olma Messen St.Gallen verfolgen eine Wachstumsstrategie, welche noch vor der Pandemie initiiert wurde. Heute sieht die Welt anders aus. Die gute Nachricht: Die Olma Messen sind auf Kurs. Wieder. Nach drei schmerzhaften Jahren schrieb das Unternehmen 2022 trotz verkürztem Jahr einen operativen Gewinn. Die Richtung ist klar, das Ziel ambitioniert: Von CHF 30 Mio. Umsatz in den guten Jahren soll sich dieser bis 2031 auf CHF 40 Mio. entwickeln. Dank der Halle 1 vergrössert sich auch das Gelände – und zwar von 30'000 m² auf 43'000 m². Mit den neuen Olma Aktien entsteht die wohl grösste Ostschweizer Community.

Emotionen – mehr als eine Gefühlssache

Die ambitionierten Zahlen sind Basis der Strategie sowie des Businessplans. Die Wertschöpfung erfolgt durch die eigenen Erlebnismarken der Olma Messen St.Gallen und Dienstleistungen, welche von Emotionen und Begeisterung leben. Wie lassen sich diese harten und weichen Faktoren verbinden? Mit einem motivierten Team, konsequenter Marktorientierung und Produktentwicklung sowie der Verlängerung der Wertschöpfungskette innerhalb des Kerngeschäfts.

Die Zeit während der Pandemie nutzten die Verantwortlichen, Strategie und Businessplan auf Herz und Nieren zu prüfen. Damit sind die Olma Messen weit mehr als eine Gefühlssache.

Das ganze Jahr belebt

Die beliebtesten Treffpunkte in der Ostschweizer Agenda sind OLMA und OFFA. Doch die allermeisten Veranstaltungen bei den Olma Messen finden dazwischen statt. Politische, wirtschaftliche, sportliche, medizinische, gesellschaftliche und weitere Themen finden in den Räumen und Hallen einen passenden Rahmen. Rund 800'000 Gäste sind es, die jährlich auf dem Olma Gelände tagen, debattieren, konsumieren, lernen und lachen. Seit Frühling 2022 ist das Areal wieder belebt, das Tagesgeschäft läuft, die Zahlen sprechen für sich.

Olma Aktien zeichnen und zur grössten Ostschweizer Community gehören

Wer Liebhaberaktien wie die Olma Aktien zeichnet, schätzt auch den sozialen Teil: Die Aktionär:innen dürfen sich auf eine GV mit attraktivem Rahmenprogramm sowie pro Aktie je einen OFFA- und OLMA-Tageseintritt freuen. Vor allem aber sind die neuen Aktien eine Investition in den Wirtschaftsstandort Ostschweiz. Messen und Kongresse verleihen einem Standort Sichtbarkeit, ziehen Menschen und Unternehmen an, generieren Umsätze, Arbeitsplätze und Logiernächte.

www.olma-aktien.ch





Karin Anderegg:

Von Trends unbeeindruckt.

Von Bombay nach Ebnat-Kappel

Mitten im Toggenburg produziert das Familienunternehmen Morga AG über 1200 verschiedene Produkte. Anfang dieses Jahres ging die Reformhaus-Kette Müller, ein wichtiger Absatzkanal, Konkurs. Wie geht der Traditionsbetrieb mit 100 Mitarbeitern damit um? Verwaltungsratspräsident Ruedi Lieberherr und Geschäftsführerin Karin Anderegg steuern Morga durch die Wogen eines unruhigen Lebensmittelmarkts.

Ruedi Lieberherr, Morga produziert seit über 90 Jahren in Ebnat-Kappel. Die Spuren ihres Grossvaters führen aber nach Indien.

Ja, die Gründung der Morga AG erfolgte 1930 nach der Rückkehr meines Grossvaters aus Indien. Ernst Lieberherr war zuvor 20 Jahre für eine Schweizer Handelsfirma in Mumbai, damals noch «Bombay», tätig. In dieser so verschiedenartigen Kultur kam er auf den Geschmack vegetarischer Ernährung und lernte bis dahin in der Schweiz unbekannte, spannende Produkte kennen. So war er fasziniert von Tee, Gewürzen und Soja als eiweisshaltigem Rohstoff. Als Ernst Senior zurück in die Schweiz reiste, war sein Gepäck voll mit Sojabohnen und Erkenntnissen zu vegetarischen Ernährungsformen, die er teilen wollte. Er war seiner Zeit weit voraus, gewinnt doch die vegane und vegetarische Welle erst seit einiger Zeit an Schwung.

«Die Zusammenarbeit mit Müller geht auf die Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg zurück.»

Morga hat ein Sortiment von über 1200 verschiedenen Produkten und ist Importeur diverser Marken aus dem Ausland. Was braucht es, um so lange erfolgreich wirtschaften zu können?

Die Morga hat es in den vergangenen neun Jahrzehnten geschafft, sich stetig den wechselnden Marktbedürfnissen anzupassen, zwischen kurzfristigen Ernährungstrends und wertvollen neuen Ernährungsformen zu unterscheiden und somit eine grosse Sortimentsvielfalt aufzubauen. Neben Produkten für verschiedene Ernährungsformen stellen wir auch solche für Allergiker und Personen mit speziellen Ernährungsbedürfnissen her. Dies schaffen wir dank eines breiten Maschinenparks, einem ausgeklügelten Qualitätsmanagement, viel Erfahrung in Einkauf und Entwicklung und gut geschulten, interessierten Mitarbeitern.

Sie produzieren aber nicht nur für das eigene Label, oder?

Nein, unsere USPs werden auch von grösseren Anbietern genutzt. Wir produzieren neben den eigenen also auch Fremdmarken. Dies hilft, den Maschinenpark stetig den neusten technischen Standards anzupassen und entsprechend auszulasten.

Sind Sie der Unternehmensführung Ihres Grossvaters und Vaters treu geblieben?

Mein Grossvater war Tüftler, Initiant und «Chaot» mit wilden Ideen. Mein Vater, Ernst Lieberherr Junior, hat daraus eine gesunde Basis geschaffen. Ich habe dank der Zusammenarbeit mit einem guten Team diese Basis ausbauen und das Unternehmen so aufbauen können, wie es heute im Toggenburg dasteht.

Welche Rolle spielt der Wirtschaftsstandort Toggenburg?

Das Toggenburg ist und bleibt in vielerlei Hinsicht – auch politisch – eher eine Randregion, obwohl in Ebnat-Kappel auch renommierte internationale Industrie ansässig ist und es im Verhältnis zur Einwohnerzahl viele Arbeitsplätze bietet. Sicher gestaltet sich die Suche nach Führungskräften nicht ganz einfach. Ein Vorteil ist jedoch, dass unsere Angestellten oft langjährig bei uns tätig und in der Region verankert sind. Dadurch haben sie auch ein grosses Interesse am Unternehmen, es ist wie eine zweite Familie. Auch unsere Zusammenarbeit mit den lokalen Behörden ist sehr partnerschaftlich.

Gab es nie Überlegungen, die Produktion ins Ausland zu verlagern?

Nein. Durch unsere breite Palette produzieren wir nur in wenigen Produktgruppen grosse Mengen. Eine Verlagerung ins Ausland ist nur dann erfolgreich, wenn grosse Mengen eines einzelnen Artikels hergestellt werden müssen. Wir sind im Gegenteil für Kunden im Ausland attraktiv, da wir kleine Serien in guter Qualität zuverlässig herstellen können. Die Morga ist zudem im Familienbesitz; in der Eignerstrategie sind der Standort Toggenburg und die damit verbundenen Arbeitsplätze ein wichtiges Element.



Karin Anderegg und Ruedi Lieberherr

Karin Anderegg, Sie leiten die Geschicke des Unternehmens als Geschäftsführerin. In der Lebensmittelindustrie hat sich in den vergangenen Jahren viel getan. Es wird mehr auf Nachhaltigkeit geachtet, Veganismus und Bio-Artikel sind im Trend. Wie beeinflussen diese Entwicklungen die Morga AG?

Dies ist zum einen ein spannender Trend, der unsere Produkte für eine breitere Zielgruppe attraktiv macht. Andererseits sind Nischen nur solange interessant, wie sich nicht die ganz Grossen darin tummeln. Wir profitieren daher nicht zwangsläufig von diesen Trends: Innovationen gewinnen, andere Artikel verlieren vielleicht zugunsten grösserer Hersteller.

«Wir sind für Kunden im Ausland attraktiv, da wir kleine Serien herstellen können.»

Auch Covid hat den Markt durcheinandergewirbelt. Welchen Einfluss hatte die Pandemie auf Ihr Unternehmen?

Einen grossen. Während andere Unternehmen schliessen mussten, durften wir durchgängig arbeiten. Vor allem zu Beginn der Pandemie konnten wir kaum mehr planen. Aufträge kamen von heute auf morgen mit doppeltem Volumen, während Rohstoffe nicht mehr geliefert werden konnten ...

Wir haben aber rechtzeitig unsere Lager aufgestockt. Unsere Mitarbeiter haben grossen Einsatz geleistet und viele dieser Mehraufwände hervorragend kompensiert. Jedoch muss man sehen: Der Aufbau eines Lagers zu unterschiedlichen Preisen und ohne genau zu wissen, wie lange der hohe Absatz anhält, ist immer ein Risiko. Die definitive wirtschaftliche Beurteilung erfolgt vermutlich in etwa fünf Jahren. Uns war jedoch wichtig, dass unsere Produkte durchgängig verfügbar sind, um Situationen wie beim WC-Papier zu vermeiden.

Spiegelt sich das auch im Umsatz wider?

2021 konnten wir umsatztechnisch profitieren, die Gewinnmarge war jedoch kleiner, da Lager- und Beschaffungskosten in die Höhe geschossen sind. Ob wir beim Einkauf immer die richtigen Entscheidungen getroffen haben, wird sich noch weisen. Nach der Öffnung zeigte dann der Umsatz in die andere Richtung: Im Frühjahr 2022 sank er wieder massiv.

Und wie sieht es heute, ein Jahr später, aus?

Wir kämpfen weiterhin mit hohen Preisen auf dem Beschaffungsmarkt. Die Energiepreise und wetterbedingte Ernteausfälle weltweit, aber auch der Krieg in der Ukraine beeinflussen die Preise massiv. Wir versuchen, möglichst viele dieser Turbulenzen selbst abzudecken, kommen aber um gewisse Preissteigerungen nicht herum. Umsatztechnisch merken wir die aktuelle Konsumentenstimmung am Markt: Bio verliert gemäss neuesten Studien. Konsumenten sparen bei Lebensmitteln, da hohe Krankenkassenprämien und Energiepreise das Haushaltsbudget beeinflussen.

Im Januar 2023 kam es zum Konkurs von Reformhaus Müller. Morga hat die Kette beliefert.

Unsere ausgezeichnete Zusammenarbeit mit der Müller-Gruppe geht auf die Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg zurück. Müller war für uns und unsere Konsumenten wichtig, da wir dort eine optimale Sortimentsbreite zeigen konnten. Somit ist Müller ein grosser Verlust für die Schweiz – und für uns als Lieferant. Wir konnten aber dank eines gut organisierten Fachhandels rasch Läden in der Nähe der Müller-Standorte finden, die eingesprungen sind, um vor allem Lebensmittel für spezielle Ernährungsbedürfnisse anbieten zu können. Oft handelt es sich hierbei um Fachhändler, die bereits lange bei uns Kunde waren und nun das Sortiment entsprechend erweitert haben, aber auch neue sind dazu gekommen. Wie sich die Schliessung letztlich auswirkt, ist noch nicht ganz abzuschätzen.

Nicht mehr lange und Morga feiert Ihr 100-jähriges Bestehen. Wie blicken Sie in die Zukunft?

Aktuell gestaltet sich der Markt herausfordernd: Die Preise für Rohstoffe zeigen nach oben, die Märkte sind unruhig. Wir sind jedoch überzeugt, diese Turbulenzen dank langjähriger Erfahrung, gutem Service, hoher Qualität und ebensolcher Konstanz gut standhalten zu können. Ausserdem konnten wir spannende Projekte im Lohn gewinnen, die in den kommenden Monaten die gedämpften Erwartungen im Heimmarkt Schweiz ausgleichen sollen – vor allem aus dem grenznahen Ausland, da es dort zu Lieferausfällen oder Serviceminderungen bei anderen Pro-

duzenten kommt. Wir schauen also in eine sicher herausfordernde Zukunft, sind aber – wie in der Vergangenheit mehrfach bewiesen – anpassungsfähig: Aufgrund der Breite des Sortiments und des Maschinenparks können wir in vielen Bereichen einspringen.

«Mein Grossvater war ein Tüftler, Initiant und Chaot mit wilden Ideen.»

Zum Schluss: Ruedi Lieberherr, verraten Sie uns das Rezept der beliebten Morga-Bouillon?

Gsunds Gmües und Chrüttli mit guete Rohstoff mische, mit viel Liebi is Dösli, Gläsli oder Büteli packe und für alli mögliche Rezept nutze!

Text: Miryam Koc
Bilder: Thomas Hary

Anzeige

—
Vision?
Wir bürgen für Sie.
—

BG OST-SÜD Bürgschaftsgenossenschaft für KMU
071 242 00 60 – www.bgost.ch

BGOST
CFSUD

Erfolgreich trotz mannigfaltiger Hürden

Wie geht es der Appenzeller Wirtschaft? Was tun die beiden Kantone gegen den Fachkräftemangel und welche Auswirkungen haben Krieg, Lieferengpässe und Inflation auf das bis dato krisenresistente Appenzellerland? Die grosse LEADER-Umfrage zeigt: Obwohl die meisten Unternehmen ein erfolgreiches Jahr 2022 verzeichnen, wiegt man sich nicht in Sicherheit – und bleibt in Alarmbereitschaft.

2022 startete mit einer letzten heftigen Coronawelle. Damit verbuchten die Appenzeller Unternehmen insbesondere Probleme mit den Lieferketten und es gab deutliche Anzeichen für einen wirtschaftlichen Abschwung. Die Verfügbarkeit von Vorprodukten war vor einem Jahr noch branchenübergreifend stark eingeschränkt; die Logistikprozesse spielten sich erst allmählich wieder ein.

Mit dem Abflachen der Pandemie dann der nächste angebotsseitige Schock: die Invasion Russlands in die Ukraine. Einzelne Appenzeller Unternehmen waren davon direkt betroffen, da sie in der Ukraine oder Russland tätig waren. Weitere Unternehmen – vornehmlich aus der Industrie – bekamen die Auswirkungen indirekt über höhere Rohstoff- und Energiepreise zu spüren.

Vom Nachholeffekt profitiert

Die Energieversorgungssicherheit war dann auch eine prägende Herausforderung im Herbst. «Zum Glück kam es zu keiner Energiemangellage, speziell der milde Winter wirkte entschärfend. Appenzell Ausserrhoden wäre von einer solchen stark betroffen gewesen, da energieintensive Branchen wie die Industrie oder das Baugewerbe überdurchschnittlich stark vertreten sind», sagt Chefökonom und Geschäftsleitungsmitglied der Industrie- und Handelskammer St.Gallen-Appenzell **Jan Riss**.

Die Appenzeller Unternehmen trotzten diesen Herausforderungen weitgehend erfolgreich und profitierten von Nachholeffekten nach Corona, so **Jan Riss**. So zeigten sich die Unternehmen in einer Umfrage im vergangenen Herbst grossmehrheitlich zufrieden mit Geschäftslage, Auftragslage und Umsatz. Die Umfrageresultate zeigten indes auch den Margendruck aufgrund gestiegener Inputpreise.

Steigende Exporte

«Die allgemeinen Befürchtungen eines starken Abschwungs 2022 sind glücklicherweise nicht eingetroffen. Über alles gesehen hat sich der Geschäftsgang bei den meisten unserer Unternehmen erfreulich entwickelt. Gegenüber 2021 erhöhte sich der Umsatz in unserer Industrie im Bereich von zehn Prozent, die Exporte stiegen durchschnittlich um rund fünf Prozent», sagt **Urs Alder**, Präsident der Industrie Appenzell Ausserrhoden.

Zu diesen Unternehmen gehört auch die Wagner AG aus Waldstatt. «2022 war ein sehr herausforderndes, aber auch erfolgreiches Jahr für uns. Herausfordernd aufgrund der weiterhin hohen Volatilität in den Märkten, allen voran der Automobilindustrie, anhaltender Probleme in den Lieferketten und der hohen Inflation, z. B. aufgrund der Strom- und Gasknappheit und des Fachkräftemangels. Erfolgreich, weil wir trotz dieser Effekte überdurchschnittlich wachsen und unsere Marktstellung in unseren Zielmärkten deutlich verbessern konnten», sagt **Silvan Halter**, CEO des Anbieters für werkstoffoptimierte Lösungen aus Metall und Kunststoff für die Automobil- und Maschinenbauindustrie. Coronaeinschränkungen, Probleme in den Lieferketten, Ukrainekrieg, Inflation, Fachkräftemangel und steigende Energiepreise sowie Risiken im Zusammenhang mit einer Energiemangellage beschäftigten auch das Innerrhoder Gewerbe, wie **Michael Koller**, Präsident des Kantonalen Gewerbeverbands Appenzell Innerrhoden, erklärt. Trotzdem sei man «erstaunlich gut damit zurechtgekommen». Für das Appenzeller Traditionsunternehmen Doerig + Kreier AG, das textile Produkte veredelt, verlief laut CEO Roman Schmid das Geschäftsjahr 2022 sogar «sehr gut».



Ähnlich gut ergangen, ist es der Brauerei Locher AG, ebenfalls aus Appenzell: «Wir konnten im Kerngeschäft erfreulich wachsen und parallel einige Projekte insbesondere im Bereich Upcycling sowie andere Projekte wie das neue Besucherzentrum mit der neuen Craftbier-Linie lancieren», sagt Geschäftsleiter **Aurèle Meyer**. Dies sei auf externe Einflüsse wie dem guten Wetter, der Aufhebung der Coronabeschränkungen, aber auch auf ein schlagkräftiges Team und einem Eigentümer mit starken Visionen und Investitionsbereitschaft zurückzuführen. Die stark gestiegenen Beschaffungspreise und das kompetitive Marktumfeld beschäftigen das Unternehmen dennoch.

Vorsichtiger Optimismus

Die aktuelle Stimmung ist bei vielen deshalb vorsichtig optimistisch. «Die Zuversicht wird teilweise eingetrübt durch das schwierige globale Umfeld, das zu Planungsunsicherheiten und einer hohen Dynamik führt. Die Themen Energie und Strom haben aufgrund der Preisstabilität und der Verfügbarkeit wieder an Bedeutung verloren. Die Unternehmen haben sich organisiert und mit den Themen arrangiert», sagt **Daniel Lehmann**, Leiter Amt für Wirtschaft und Arbeit im Kanton Appenzell Ausserrhoden.

«Die Appenzeller Industrie zeichnet sich traditionell durch einen hohen Grad an Spezialisierung aus.»

Unsicherheiten beschäftigen auch **Silvan Halter**: «Wir haben in den vergangenen Jahren verschiedene Krisen erlebt, die in dieser Anzahl und Intensität so noch nie da gewesen sind. Diese haben Spuren hinterlassen. Viele Unternehmen haben sich aber im Wettbewerbsvergleich ausgezeichnet geschlagen. Wenn ich jedoch herumfrage, dann kommt oft die Frage: Was kommt als Nächstes auf uns zu?» Im Kanton Appenzell Innerrhoden ist die Stimmungslage ähnlich. «Mit Zuversicht und ambitionierten Mengen-Wachstumsprognosen seitens unserer Kunden sind wir in das Jahr 2022 gestartet. Von April bis September wurden die Kunden-Bestellungen aber deutlich reduziert. Somit hatten wir nur eine kleine Umsatzsteigerung. Viele Unternehmen hatten Lieferprobleme und hoffen, dass sich dies 2023 erholt», sagt **Philipp Wyser**, CEO der Wyon AG. Das Unternehmen ist seit über 20 Jahren auf Entwicklung und Produktion aufladbarer Lithium-Ionen-Batterien in Klein- und Mikrogrößen spezialisiert.

Bei den KMU-Frauen beider Appenzell, die im Jahr 2022 ein neues Führungsteam, bestehend aus **Nicole Stock** für AI und **Tina Grosjean** für AR, gründeten, sei die Stimmung positiv und optimistisch: «Es gibt genug Arbeit und der Austausch unter den KMU-Frauen ist stets sehr konstruktiv. Regionale und nachhaltige Angebote werden sehr geschätzt. Sei dies vom regionalen Handwerks- oder Industriebetrieb, der hiesige Arbeits- und Ausbildungsplätze sichert, bis zum Umgang mit einheimischen Produkten wie Fleisch, Kräuter, Lebens- und Heilmittel als Erfolgsfaktor. Ausgewählte Betriebe können mit den KMU-Frauen an verschiedenen Anlässen kennengelernt werden.»

Markt bleibt dynamisch

In einzelnen Branchen ist eine gewisse Zurückhaltung in der Investitionstätigkeit feststellbar. «Gerade im wichtigen Bausektor läuft aber immer noch viel und der Tourismus befindet sich wieder auf Vor-Corona-Niveau, was den Optimismus rechtfertigt», sagt **Michael Koller**.

Im Vorteil sind Branchen, die am Markt eine Preissetzungsmacht haben und steigende Rohstoff- und Herstellungskosten auf Produkte und Dienstleistungen schlagen können. «Auch sind diejenigen Unternehmen im Vorteil, die diversifiziert und nicht von einer spezifischen Kundengruppe abhängig sind. Die Baubranche und der Tourismus sind als gut laufende Branchen zu nennen, aber auch der Dienstleistungsbereich berichtet von einer guten Auftragslage», erklärt **Markus Walt**, Leiter des Amtes für Wirtschaft des Kantons Appenzell Innerrhoden.

Die tiefen Zinsen in der Vergangenheit haben in der Industrie- und Baubranche zu vollen Auftragsbüchern geführt, von denen aktuell noch profitiert wird. «Zudem profitieren exportorientierte Unternehmen von der im Vergleich zum Ausland tiefen Inflation in der Schweiz. Weiter haben sich Lieferketten mit Engpässen und Verzögerungen stabilisiert, die Verfügbar-

Urs Alder, Präsident der Industrie AR
Daniel Lehmann, Leiter Amt für Wirtschaft und Arbeit AR
Tina Grosjean, Co-Leiterin KMU-Frauen beider Appenzell
Silvan Halter, CEO Wagner AG
Jan Riss, Chefökonom und Geschäftsleitungsmitglied der IHK St.Gallen-Appenzell
Philipp Wyser, CEO Wyon AG
Michael Koller, Präsident Kantonaler Gewerbeverband AI
Roman Schmid, CEO Doerig + Kreier AG
Nicole Stock, Co-Leiterin KMU-Frauen beider Appenzell
Markus Walt, Leiter Amt für Wirtschaft AI
Aurèle Meyer, Geschäftsleiter Brauerei Locher AG



keit der Materialien ist wieder verlässlicher und die Versorgungssicherheit bei der Energie bleibt gewährleistet», ergänzt **Daniel Lehmann**. Die positiven Einflüsse könnten aber rasch durch globale Verwerfungen negativ beeinflusst werden. Die Dynamik und damit verbunden die Planungsunsicherheiten seien weiterhin sehr hoch.

Wandert die Industrie ab?

Wenn Rohstoffe oder Halbfabrikate nicht oder nur zu hohen Preisen und langen Lieferzeiten erhältlich sind, wenn Energie massiv teurer wird oder wenn Arbeits- und Fachkräfte zu wenig verfügbar sind, werde es schwierig. «Der Kanton hatte im Jahr 2022 eine Arbeitslosenquote von rund 0,5 Prozent, was als historisch tief bezeichnet werden kann», so **Markus Walt**.

Die Energiekrise ist laut dem Wagner-CEO nicht ausgestanden: «Als Grossverbraucher von Strom und Gas bin ich besorgt über die Schweizer Energiepolitik, die noch keine Lösung für die fehlenden 20 Terawatt bis 2050 liefert, damit die Versorgungssicherheit nicht garantieren kann und die Mehr- und Absicherungskosten an die Kunden überträgt. Damit ist die Schweiz allein im internationalen Wettbewerb, während im EU-Raum die meisten Länder die Strom- und Gaspreise deckeln und die Übergewinne an die Verbraucher zurückgeben», so **Silvan Halter**. Das führe zu einer massiven Verzerrung im internationalen Wettbewerb und schlussendlich zur Abwanderung von Industrie ins Ausland.

«Die Energiekosten sind für einzelne unserer Unternehmen kurzfristig förmlich explodiert und haben unser Geschäft stark belastet. Wir arbeiten zwar konsequent an unserer Prozess- und Energieeffizienz und konnten, nicht zuletzt auch unterstützt durch unser Energieprogramm «ENIA/Energie Impuls Industrie Appenzellerland», bereits namhafte Energieeinsparungen ausweisen. Da jedoch das Stromabkommen mit der EU bzw. eine Einbindung der Schweiz in den europäischen Strommarkt leider immer noch aussteht, bleiben Energieversorgung und -sicherheit bis auf Weiteres eine echte Herausforderung», sagt **Urs Alder**.

«Der Anspruch muss sein, bevorzugter Wohn-, Arbeits- und Wirtschaftsraum gleichzeitig zu sein.»

Dunkle Wolken über dem Arbeitsmarkt

Mittelfristig sei aber der Fach- und Arbeitskräftemangel die grösste Herausforderung, sind sich die Befragten sicher. Bereits heute berichten vier von fünf Ausserrhoder und Innerrhoder Unternehmen, dass sich die Suche nach Arbeitskräften schwierig bis sehr schwierig gestaltet, wie aus einer Unternehmensumfrage von IHKresearch, Industrie AR und HIKA vom Oktober 2022 hervorgeht.

Die angespannte Situation am Arbeitsmarkt liegt einerseits an der guten wirtschaftlichen Lage. Andererseits wirkt zunehmend die Demografie als struktureller Treiber. «Wir stehen am Anfang der Pensionierungswelle der Babyboomer-Generation, gleichzeitig rücken vergleichsweise wenige Junge in den Arbeitsmarkt nach», sagt **Jan Riss**.

Gemeinsam mit dem IMP-HSG hat die IHK St.Gallen-Appenzell errechnet, dass der Ostschweiz bis ins Jahr 2035 weitere rund 60'000 Arbeitskräfte fehlen dürften. Auf die beiden Appenzell heruntergerechnet, macht sich gegenüber heute eine Lücke von rund 4500 Personen auf. Zum Vergleich: Heute zählen die beiden Kantone gemeinsam etwas mehr als 36'000 Beschäftigte.

«Waren es in den vergangenen Jahren vor allem Ingenieure und Spezialisten aus bestimmten Fachgebieten, so sind es heute technische und IT-Fachleute auf allen Ebenen, nach denen wir in langwierigen Prozessen suchen müssen. Gewisse Stellen bleiben leider auf längere Zeit gar unbesetzt», sagt **Urs Alder**. Aber auch ungelernte Mitarbeiter zu finden, gestaltet sich laut Silvan Halter zunehmend schwierig. Dazu komme die Lohninflation, was die Spirale zusätzlich antreibt. Bei Fachkräften werde es auch immer schwieriger, sie zum Schichtbetrieb motivieren zu können.

«Nach unserer Einschätzung ist es wichtig, dass die Lösungsansätze beim Arbeits- und Fachkräftemangel nicht nur bei attraktiven, aber kostentreibenden Arbeitsbedingungen (Employer Branding) gesucht werden. Wegen der demografischen Entwicklung haben wir immer weniger Personen im Arbeitsmarkt. Dabei stehen wir erst am Anfang dieser negativen Entwicklung. Somit müssen Lösungsansätze auch auf politischer Ebene vorangetrieben werden», sagt **Daniel Lehmann**.

Dabei verfolge man im Amt für Wirtschaft und Arbeit im Kanton Appenzell Ausserrhoden verschiedene Lösungsansätze. So brauche es attraktive Arbeitsbedingungen nach der Pensionierung sowie ein attraktives Steuersystem – und die Kontingentierung von gut ausgebildeten Fachkräften aus Drittstaaten müsse erhöht und die Digitalisierung mit Nachdruck vorangetrieben werden.

«Die grösste Herausforderung ist es, die wahren Herausforderungen zu erkennen und anzugehen. Das gilt für die Politik genauso wie für die Unternehmen», so **Markus Walt**. Konkret würde das heissen: Arbeits- und Fachkräftemangel reduzieren und Energiemangellage überwinden. Dabei seien Unternehmen genauso gefragt wie die Politik.

Neben den erwähnten Krisen beschäftigten die KMU-Frauen beider Appenzell auch Themen wie Kinderbetreuung, die als Zusatzaufgabe zum Unternehmensalltag für viele Frauen dazu kommt. «Unter den KMU-Frauen im Appenzellerland sind die meisten Mütter immer noch die primäre Betreuungsperson ihrer Kinder. Das gipfelt in einer Doppelbelastung von Unternehmensführung und Kinderbetreuung, die unter einen Hut gebracht werden muss. Es gibt im Appenzellerland generell noch zu wenig flächendeckende Kinderbetreuungsmöglichkeiten, primär im schulergänzenden Bereich, um diese Bedürfnisse effizient und kostengünstig abdecken zu können», sagen **Tina Grosjean** und **Nicole Stock**.

Keine Monokultur

Trotz bestehender Herausforderungen zeigte sich die Appenzeller Wirtschaft bis jetzt robust und krisenresistent. «Die Appenzeller Industrie zeichnet sich traditionell durch einen hohen Grad an Spezialisierung aus. Die Holzverarbeitende Industrie ist ein gutes Beispiel. Wir müssen nicht die grössten, sondern die besten in unserer Nische sein. Wenn wir dann noch flexibel und zuverlässig sind, können wir auch in der Krise bestehen. Was ich sehr schätze, ist der offene und direkte Zugang zu Verwaltung und Ämtern im Kanton», sagt **Silvan Halter**.

Die Wirtschaft im Kanton Appenzell Innerrhoden sei laut Markus Walt keine Monokultur. Sie ist breit aufgestellt und damit etwas weniger anfällig für Krisen. Die sprichwörtlich kurzen Wege in Innerrhoden und das persönliche Engagement von Mitarbeitern und Unternehmern erleichtern das Finden von Lösungen oft.

Appenzell Ausserrhoden gehört zu jenen Kantonen in der Schweiz mit der höchsten Exporttätigkeit. Fast jeder fünfte Arbeitsplatz ist exportabhängig. «Dies deutet auf eine hohe Kompetenz und Leistungsfähigkeit hin. Die Unternehmen sind oft inhabergeführt und verfügen über eine hohe Flexibilität und eine konsequente Qualitätsstrategie», sagt Daniel Lehmann. Unterstützt wird diese Agilität auch mit kurzen Wegen zwischen Wirtschaft und Verwaltung. Zudem gibt es keine Clusterbildungen, die Branchen sind breit diversifiziert.

«Viele hiesige Unternehmen werden nachhaltig geführt und haben somit ein gesundes Polster für schlechtere Zeiten. Es wird nicht der kurzfristige Gewinn angestrebt, sondern das langfristige Überleben der Unternehmung», ergänzt Philipp Wyser.

«Als Grossverbraucher von Strom und Gas bin ich besorgt über die Schweizer Energiepolitik.»

Und wie blickt man in den beiden Kantonen in die Zukunft? «Damit wir auch in einem schneller sich wandelnden Umfeld erfolgreich sein können, müssen wir die Rahmenbedingungen dafür schaffen. Technologieführerschaft und internationale Ausrichtung werden in unserer Branche kritisch für den Erfolg sein. Sorgen machen mir die politischen Rahmenbedingungen, die ebenso gegeben sein müssen. Es geht mir hier insbesondere um die Wirtschafts-, Energie- und Migrationspolitik», so Silvan Halter.

Daniel Lehmann sagt: «Aus zahlreichen Gesprächen dürfen wir ableiten, dass die Ausserrhoder Unternehmungen die Herausforderungen der Zukunft aktiv angehen. Gleichzeitig existiert auch eine gewisse Demut gegenüber der aktuell guten Wirtschaftslage und man ist dankbar für die guten Rahmenbedingungen in unserem Kanton. Die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft, Verwaltung und Politik darf als ein wichtiges Element für diese Zuversicht erwähnt werden.»

Wenn man den Unternehmern genügend gute Rahmenbedingungen biete, werde man auch in Zukunft bestehen, ist sich Markus Walt für Appenzell Innerrhoden sicher. «Wenn wir allerdings die Hände in den Schoß legen, von Vergangenen profitieren und hoffen, dass der Staat alles regeln wird, wird es nicht lange gut gehen. Dabei bin ich mir bewusst, dass die Anstrengung eines Grossteils der Bevölkerung dazu notwendig bleiben wird.»

Und Jan Riss hält abschliessend fest: «Die beiden Appenzell vereint ein gemeinsames Alleinstellungspotenzial: die Softurbanität. Der Anspruch muss sein, bevorzugter Wohn-, Arbeits- und Wirtschaftsraum gleichzeitig zu sein.»

Text: Miryam Koc

Bilder: Thomas Hary, Marlies Thurnheer, zVg

Alle gegen alle

Es ist wieder so weit: Wahlen stehen vor der Tür. Die Parteien bedienen ihre Zielgruppen. Politische Kompromisse sind nicht mehr möglich.



Am 22. Oktober 2023 wird das Stimmvolk über die neue Zusammensetzung des National- und Ständerats entscheiden. Das dauert zwar noch etwas; auf politische Lösungen kann bis dahin aber nicht mehr gehofft werden. Denn wer nachgibt, hat bereits verloren. Der Mitte-Präsident versuchte beispielsweise in den vergangenen Monaten alles, um die eigene Kostenbremse-Initiative am Leben zu halten. Auch gute gesundheitspolitische Ansätze wurden im Keim erstickt.

Parteipositionen statt Konsens

Seit dem Beginn des Ukraine-Kriegs will die grösste Partei unseres Landes das Instrument der Neutralität in ein statisches Verfassungsziel giessen. Als kleines und neutrales Land benötigen wir aber aussenpolitische Flexibilität, um auf völkerrechtswidrige Angriffe gegen souveräne Staaten angemessen zu reagieren. Auch die Reform der beruflichen Vorsorge ist infrage gestellt. Wurde an der letzten Session eine Mehrheit erzielt, so wird diese von den Polparteien schon wieder mit dem Referendum bedroht.

Ja zur OECD-Mindeststeuer

Das SP-Verhalten zur Abstimmung über die OECD-Mindeststeuer löst ebenfalls Kopfschütteln aus. Wissen wir doch, dass die grossen Unternehmen für die Erhaltung unseres Wirtschaftsstandorts mit einer Mindeststeuer auf den Gewinn belastet werden müssen. Die Linke erhält so ihre geforderten Mehreinnahmen. Dennoch wehrt sie sich aus Verteilungsgründen fahrlässig gegen diese wichtige Vorlage.

Und dann der CS-Crash! Dass die unrühmliche Rettung uns vor schwerem Schaden bewahrt hat, war allseits schnell vergessen. Es sind Wahlzeiten ... Was zählt, sind Schuldzuweisungen, erkennbare Positionsbezüge und die Bedienung von Wahlwünschen. Der Schweiz konsensorientiert zu dienen, ist derzeit nicht möglich.

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



Franziska Fitzi:

Weltweiter Vertrieb.

Passion, Ruhe und Ehrgeiz

Haben Sie schon einmal etwas von der Säntis Analytical AG aus Teufen gehört? Wenn Sie nicht gerade dort wohnen oder Bedarf an «Verbrauchsmaterialien für die Analytik» haben, vermutlich eher nicht. Das Team um CEO Franziska Fitzi und Verwaltungsratspräsident Erich Wick gehört aber in der Branche zu den Weltmarktführern.

Franziska Fitzi, die Säntis Analytical AG ist weltweit führende Entwicklerin, Produzentin und Anbieterin von Verbrauchsmaterialien für die Analytik. Was genau sind «Verbrauchsmaterialien für die Analytik»?

Es handelt sich um Verbrauchsmaterialien für spezifische Analysengeräte im Labor, mit dem man die fünf Elemente Wasserstoff, Stickstoff, Sauerstoff, Kohlenstoff und Schwefel (CHNOS-Analytik) nachweisen kann. Konkret handelt es sich dabei um Probenbehälter (aus Aluminium, Zinn, Silber oder Nickel), verschiedene Chemikalien und Katalysatoren, reduziertes und oxidiertes Kupfer sowie Reaktorrohre aus Quarz, Keramik und rostfreiem Stahl.

Und wer sind Ihre Kunden?

Die genannten Produkte vertreiben wir weltweit über ein Händlernetz sowie an die Analysegeräte-Hersteller direkt. Eine Ausnahme bildet der Schweizer Markt, wo wir direkt Endverbraucher (ETH, PSI und Universitäten) beliefern. Beim Endverbraucher handelt es sich vor allem um Laborinstitute von Unis, aus der Forschung und Entwicklung sowie aus der Lebensmittelanalytik.

Wo produzieren Sie Ihre Produkte?

Sämtliche Produkte werden in unserem Betrieb in Teufen entwickelt. Die Produktion ist jedoch ausgelagert, einerseits

in unsere Firma in Italien, andererseits bei zwei langjährigen Geschäftspartnern in der Region Zürich und in England. Diese beiden Firmen stellen diese Produkte exklusiv für uns her. Die abschliessende Qualitätskontrolle bzw. -sicherung wird bei uns in Teufen durchgeführt. Von hier aus werden die Produkte dann auch weltweit versandt.

«Sämtliche Produkte werden in unserem Betrieb in Teufen entwickelt.»

Welches sind die Herausforderungen bei der Entwicklung und Produktion solcher Produkte?

Aufgrund der Messgenauigkeit der Analysengeräte ist die grösste Herausforderung die Reinheit der Produkte. Bei der Entwicklung sind die guten Beziehungen zu den Geräteherstellern ausschlaggebend. Dadurch sind wir sehr flexibel und immer bei den neusten Trends vorn mit dabei.

Leiden Sie auch unter Material- und Fachkräftengpässen?

Generell sind auch wir von den allgemeinen Materialengpässen betroffen. Erschwerend kommt hinzu, dass wir ja mit vielen reinen Rohmaterialien (z. B. Kupfer) produzieren, die schon vor den Rohmaterialproblemen der letzten Monate nur bei wenigen Lieferanten verfügbar waren und so der Engpass um so einschneidender ist. Glücklicherweise sind wir in der Lage, dank umfassender Lagerfläche hier in Teufen grosse Mengen an Rohmaterial sowie Fertigprodukte für unsere Kunden verfügbar zu halten. Erfreulicherweise können wir auf viele langjährige Mitarbeiter zählen, sodass wir vom Fachkräftemangel nicht gross betroffen sind.

Der Sämtis war Namensgeber für Ihr Unternehmen. Auf Ihrer Webseite steht dazu, dass die Parallelen zum Unternehmen zwar nicht ganz offensichtlich wären, sie mit dem Gipfel aber trotzdem mehr teilen würden als nur den Namen. Was denn?

Firmengründer Erich Wick war und ist immer noch ein passionierter Berggänger. Es vergeht kein Jahr, in dem er den Gipfel des Sämtis nicht mindestens zweimal bestiegen hat. Diese Passion, die Ruhe beim Wandern sowie der Ehrgeiz, nicht aufzugeben, spiegeln sich im Namen unserer Firma wider. Auch heute noch finden viele Firmenanlässe auf und um den Sämtis herum statt.

Die Sämtis Analytical AG gibt es sein 1999. Wie soll sich Ihr Unternehmen in den nächsten Jahren entwickeln?

Wir konnten unseren Umsatz seit der Gründung kontinuierlich steigern. Es war und wird aber nie der Hauptfokus der Firma sein, einfach zu wachsen, sondern viel mehr unseren Kunden eine kontinuierliche Qualität an Produkten bieten zu können. Wir wollen uns somit auf die bestehenden Produkte fokussieren und diese stetig weiterentwickeln, damit unsere Kunden die höchstmögliche Qualität erhalten. Logischerweise sind wir in den bald 25 Jahren unseres Bestehens gewachsen – und sind dennoch immer noch wie eine Familie.

«Wir sind sehr flexibel und immer bei den neusten Trends vorn mit dabei.»

Zum Schluss: Es fällt auf, dass in Ihrem Unternehmen in Teufen, mit Ausnahme von Erich Wick, alles Frauen sind. Sogar die Hauskatze und der Bürohund sind weiblich. Ist das Zufall oder bewusst so gewollt?

Die Teamzusammensetzung ist zufällig so zustande gekommen. Ehrlicherweise müssen wir aber auch sagen, dass mein Managing Partner nicht ganz unglücklich darüber ist, Hahn im Korb zu sein.

Text: Patrick Stämpfli
Bild: Thomas Hary

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



«Die Übernahme schafft Sicherheit»

Die Appenzeller Traditionsfirma Goba AG wird neu von einem Trio geführt. Der Vorsitzende der Geschäftsleitung Kurt Widmer spricht im LEADER-Interview über die neue Dynamik, den Verkauf des Unternehmens in den Aargau und warum sich der Geschmack von Flauder verändert hat.

Kurt Widmer, Gabriela Manser ist per Ende 2022 aus der operativen Leitung der Goba zurückgetreten. Gemeinsam mit Silvia Wetli und Roland Wehrli leiten Sie nun die Geschicke der Firma. Was hat sich für Sie verändert?

Aufgrund des schon bisher grossen Vertrauens in meine Person und die operative Leitung über die letzten Jahre sowie dank unserer Co-CEO-Rollen im vergangenen Jahr sind die persönlichen Veränderungen auf einem ganz gesunden Mass. Der zusätzliche Austausch mit den Pfister-Stiftungsvertretern darf bereits heute als grossen Mehrwert für die Goba AG bezeichnet werden.

Vor genau einem Jahr wurde bekannt, dass 90 Prozent des Unternehmens an die F.G. Pfister Beteiligungen AG aus Suhr verkauft wurden. Weshalb kam es zu diesem Schritt?

Die Goba AG hat es – wie alle Unternehmen in der Schweiz – verdient, dass eine passende Nachfolgelösung frühzeitig gefunden werden kann. Bei uns waren die weiterzuführende Eigenständigkeit sowie Treue gegenüber unserer Philosophie und Werten zentrale Elemente innerhalb des Findungsprozesses. Wir sind dankbar, dass Gabriela Manser auch hier mit unverkennbarem Unternehmertum und ganz im Sinne des Werkplatzes Schweiz agiert hat.

Sie haben die Organisations-Struktur massgeblich geprägt. Was ist Ihnen bei der Führung wichtig?

Die soziale Nachhaltigkeit. Bei uns steht jeder Mensch, ob Mitarbeiter, Kunde, Lieferant oder Partner, im Mittelpunkt. Dies lebt die Goba AG seit Jahrzehnten. Die strukturellen Organisationsveränderungen in den vergangenen Jahren hatten zum



Roland Wehrli, Silvia Wetli und Kurt Widmer führen die Goba AG gemeinsam.

und viel Kraft in die persönlichen Beziehungen im ganzen Marktumfeld einsetzen. Der Entwicklung von Zuckerreduktion in unseren Erfrischungsgetränken wird analog den vergangenen Jahren weiter stark Rechnung getragen und an der Quelle verwurzelt, schliesst nicht aus, dass wir «a place to be» auch überregional zelebrieren.»

Stichwort überregional. Goba ist im Appenzellerland fest verankert. Was sind die Vorteile des Wirtschaftsstandortes?

Sicher der Sympathie-Bonus, dem politisch und wirtschaftlich viel Sorge getragen werden muss. Agilität, gemeinsames Denken und rasches Handeln, ein gesunder Menschenverstand und ein Miteinander auf allen Ebenen – und vor allem Mut und Kreativität.

Wie wichtig ist die Zusammenarbeit mit regionalen Unternehmen?

Entscheidend! Vor allem in unserem gemeinsamen Tun der regionalen, ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit wie auch in der Kreislaufwirtschaft.

«Die Übernahme fördert unser strategisches Denken zusätzlich.»

Ziel, dass die reduzierte Geschäftsleitung Raum für Führungsnachwuchs schaffen konnte. Jedes von uns drei GL-Mitgliedern darf eine Stellvertretung im Teilzeitpensum an der Seite wissen. Für mich sind konsequente Führung auf Augenhöhe, Stärken zu fördern, Fehler zuzulassen, neue Arbeitsmodelle zu ermöglichen und die Wichtigkeit der eigenen Person zu verringern ganz zentrale Elemente im eigenen Führungsverständnis.

Und wie hat die Übernahme das Unternehmen seitdem beeinflusst?

Auf operativer Ebene gering. Die Übernahme schafft viel Sicherheit und fördert unser strategisches Denken zusätzlich. So können wir noch mutiger und kreativer an unserer Zukunft arbeiten. Auch für unsere 78 Angestellten sind nur geringfügige Veränderungen spürbar. Unsere Kunden aus der ganzen Schweiz erleben uns unverändert als eigenständiges, partnerschaftliches Appenzellerer KMU mit hoher Innovationskraft.

Gleichzeitig wolle man dadurch «das nächste Kapitel in der Entwicklung von Goba eröffnen». Wie sieht dieses aus?

Ich zitiere kurz aus dem Inhaltsverzeichnis dieses nächsten Kapitels: «Die Goba Mineralquelle und Manufaktur wird weiter auf innovative, ehrliche Produkte und Dienstleistungen setzen

Wie war das Geschäftsjahr 2022 für die Goba AG?

Wir durften nach dem erfolgreichsten Jahr für die Goba 2019 und der darauffolgenden Coronazeit das letzte Jahr bereits wieder auf diesem Erfolgs-Niveau abschliessen. Uns liegt weiterhin ein nachhaltiges, massvolles Wachstum am Herzen. Der Dank gehört all unseren Mitarbeitern, Geschäftspartnern, Kunden und Konsumenten.

Worauf ist das gute Ergebnis zurückzuführen?

Sicherlich auf das immer stärkere Bewusstsein der Konsumenten, die unser schöpferisches Denken und Handeln gepaart mit gesundem Menschenverstand und wirtschaftlicher Verantwortung schätzen und mit uns teilen. Andererseits auf unsere Beziehungspflege, die auch während der Coronazeit in keiner Weise reduziert, sondern weiter ausgebaut wurde.

Der Geschmack des beliebten «Flauders» hat sich verändert. Wieso?

Unseren altbewährten Aromastoff konnten wir durch einen Extrakt aus reinen Schweizer Pflanzen ersetzen. Dieser Transfer brachte leichte sensorische Veränderungen mit sich. Diese Kräuter dürfen nur in der Schweiz wachsen. Dies ist aus unserer



Bei jeder Gelegenheit
ein genussvolles Geschenk.

bischofberger

ONLINE
BIBER
SHOP

Bischofberger AG
Appenzeller Biber- und
Nuss-Spezialitäten
CH-9057 Weissbad AI
www.baerli-biber.ch

60
JAHRE

Sicht auch der Anspruch, welchen Goba-Kunden an ein regional verwurzelt, nachhaltig agierendes KMU haben dürfen. Der tiefe Zuckeranteil konnte erhalten bleiben.

Was erhoffen Sie sich vom Jahr 2023?

Das neue Jahr soll vor allem Frieden bringen. Ich bin zuversichtlich, dass aufgrund der unsicheren Situationen und Instabilitäten ein gemeinsames Wirken von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft wieder viel Kraft gewinnen kann. Für die Goba wünsche ich mir, dass wir weiterhin so bewusst und anständig mit unseren zur Verfügung stehenden Ressourcen umgehen und die Schweiz immer wieder neu überraschen dürfen.

*«Der tiefe Zuckeranteil im
Flauder konnte erhalten bleiben.»*

Apropos überraschen: Was dürfen wir Neues in den Regalen erwarten?

Von uns wird es weiterhin kein Geheimrezept geben, vielmehr werden wir mit grosser Innovationskraft in die kommenden Bedürfnisse unserer Konsumenten investieren. Und von der salzigen Linie aus unserer Manufaktur werden Sie in Kürze neue Genuss-Produkte kennenlernen können.

Ex-Goba-CEO **Gabriela Manser** verkaufte Anfang 2022 90 Prozent ihres Unternehmens an die F.G. Pfister Beteiligungen AG aus Suhr. Manser führte den Familienbetrieb ab 1999 in dritter Generation. Die Firma beschäftigt knapp 80 Mitarbeiter und verfügt über drei Standorte in Appenzellerland: den Hauptsitz mit der Abfüllerei in Gontenbad, das Logistikzentrum und die Manufaktur in Bühler sowie die Erlebniswelt «Flauderei» im Dorf Appenzell. Neben dem Mineralwasser ist es vor allem die Flauder-Linie, welche die Goba AG bekannt gemacht hat.

Die **F.G. Pfister Beteiligungen AG** – Fritz Gottlieb Pfister (1891–1984) war der Gründer der Stiftung; er machte den väterlichen Betrieb «Möbel Pfister» gross – engagiert sich mit ihrem Verwaltungsratspräsidenten Rudolf Obrecht im Goba-VR und sieht sich als Partner in der strategischen Unternehmensentwicklung. Ihre Investitionen konzentrieren sich auf KMU, die eine zukunfts-fähige Nachfolgelösung suchen. Die Grundidee ist: kaufen, halten, ausbauen und entwickeln. Der Zweck der F.G. Pfister Stiftung umfasst «eine nachhaltige Unternehmenspolitik, Arbeitsplätze in der Schweiz zu schaffen und zu erhalten sowie den Werkplatz Schweiz zu stärken». Verwaltungsratspräsidentin der Goba AG ist weiterhin Gabriela Manser.



Olma
Messen
St.Gallen

**Investiere in
Begeisterung.**

olma-aktien.ch

Jetzt
Olma Aktien
zeichnen!

Bei dieser Publikation handelt es sich um Werbung.
Den Prospekt finden Sie auf olma-aktien.ch.

Text: Miryam Koc
Bild: Thomas Hary

Die kanadische Bewusstseins-Pionierin aus dem Appenzellerland

Von allen Apple Podcasts ist «The Work of Byron Katie» der meistgesuchte mit täglich über einer Million Klicks. «The Work» ist ein meditativer Prozess, der hilft, mit Stress umzugehen. In der Ostschweiz wird er von Tammy Ketura aus Speicher angeboten.



Die Amerikanerin Byron Katie hat eine Methode entwickelt, mit der jeder Mensch die Urteile, die er über seine Aussenwelt fällt, als Mittel zur Selbsterkenntnis einsetzen kann: «The Work» ist ein ebenso einfaches wie wirkungsvolles System zur Erlangung innerer und äusserer Freiheit.

Neu steht die international bewährte Methode in der Ostschweiz vor Ort oder online verfügbar: Die Kanadierin Tammy Ketura, die in Speicher lebt und arbeitet, ist Friedensforscherin, Soziologin, Lehrcoach für «The Work of Byron Katie», Bestsellerautorin («Change Makers»), Unternehmerin und Mama.

«Wir Unternehmenden lieben unsere Geschäfte – und haben den Stress, der damit verbunden ist. Stress entsteht, wenn wir etwas nicht mögen, nicht wollen oder uns dabei nicht sicher fühlen. Solche Situationen können Angst und Ohnmacht auslösen», sagt Ketura. Obwohl diese Gefühle normale körperliche Reaktionen sind, schränken sie Klarheit, Freude, Resilienz und Gegenwärtigkeit ein – und somit alles, was wir für Handlungsfreiheit benötigen: Frieden, Kreativität, Innovationsfähigkeit und Flexibilität. «Aber: Stress kann positiv genutzt, seine Macht in Unterstützung transformiert werden.»

«Besonders im heutigen Nach-Pandemie-Kontext, mit Klima- und Energiekrise sowie einem Krieg in Europa ist die Marktwirtschaft von Disruptionen geprägt – man denke nur etwa an den CS-Schock. Das führt zu noch mehr Unsicherheiten, Stress und Ängsten und zum Bedürfnis, sein Business bewusster, flexibler und sicherer aufzustellen, sagt Ketura.

Vom 9. bis 12. Oktober 2023 findet im Hotel Post Bezaun im Bregenzerwald die Retraite **«Wisdom für Business»** statt, wo Unternehmer/innen und Kader lernen, Stress positiv einzusetzen und frische Lösungen für geschäftliche Herausforderungen zu finden, die ihr Business nachhaltig zum Positiven verändern können. Infos und Early-Bird-Anmeldung unter tammyketura.com/wisdomfuerbusiness



Wenn Stress zur Belastung und Beschränkung wird: Was kann man dagegen tun?

Das Programm «The Work» ist Stressreduktion pur und bietet einfach umsetzbare Lösungen. Eine Art «Mental Well-being ohne Therapien, ein Spa für den Verstand», so Ketura. Sie begleitet Führungskräfte und Teams auf ihren persönlichen Reisen, um «The Work» zu erfahren und daraus zu lernen.

Ketura hat gegen 8000 Stunden Erfahrung damit; sie wird für ihre Diskretion, Ehrlichkeit und Kompetenz geschätzt. «Tammy, was wir bei dir machen, ist Problemlösung auf einem bisher nicht gekannten Niveau. Die Ergebnisse waren für uns vorher schlicht unvorstellbar», bedankte sich etwa ein St.Galler Unternehmer. Auch andere Klienten berichten, wie dank «The Work» ungeahnte Ergebnisse sichtbar werden, wie sie nachher vernetzter, wertgeschätzter, effizienter und verbundener vorangekommen sind. Keturas Verdienst ist es, die Menschen erfahren zu lassen, wie Stress positiv und inspirierend genutzt werden kann.

Den einfachsten Weg, sich selbst und «The Work» zu erfahren, ist bei einer Live-Session mit Tammy Ketura – entweder vor Ort oder online. Eine Einführung in «The Work of Byron Katie» bieten Keturas Tagesseminare, die viermal pro Monat angeboten werden: vor Ort auf Deutsch in Speicher, Chur und online sowie online auf Englisch. «The Work» ist auch für Jugendliche und Paare geeignet.

Für Führungskräfte heissen Keturas Angebote «Happy Teams» und «Wisdom für Leaders», die von Einzelpersonen und Gruppen in Anspruch genommen werden können: Führungskräfte lernen, ihre innere Weisheit zu aktivieren, und Teams, wie sie noch fließender, glücklicher und produktiver zusammenarbeiten. Und im November 2023 bietet Tammy Ketura ihre erste Coach-Ausbildung für «The Work» an.

Tammy Ketura Holderschwendi 7, CH-9042 Speicher, +41 78 878 06 22
tammy@tammyketura.com, www.tammyketura.com





Äthiopisches Bier aus Appenzell

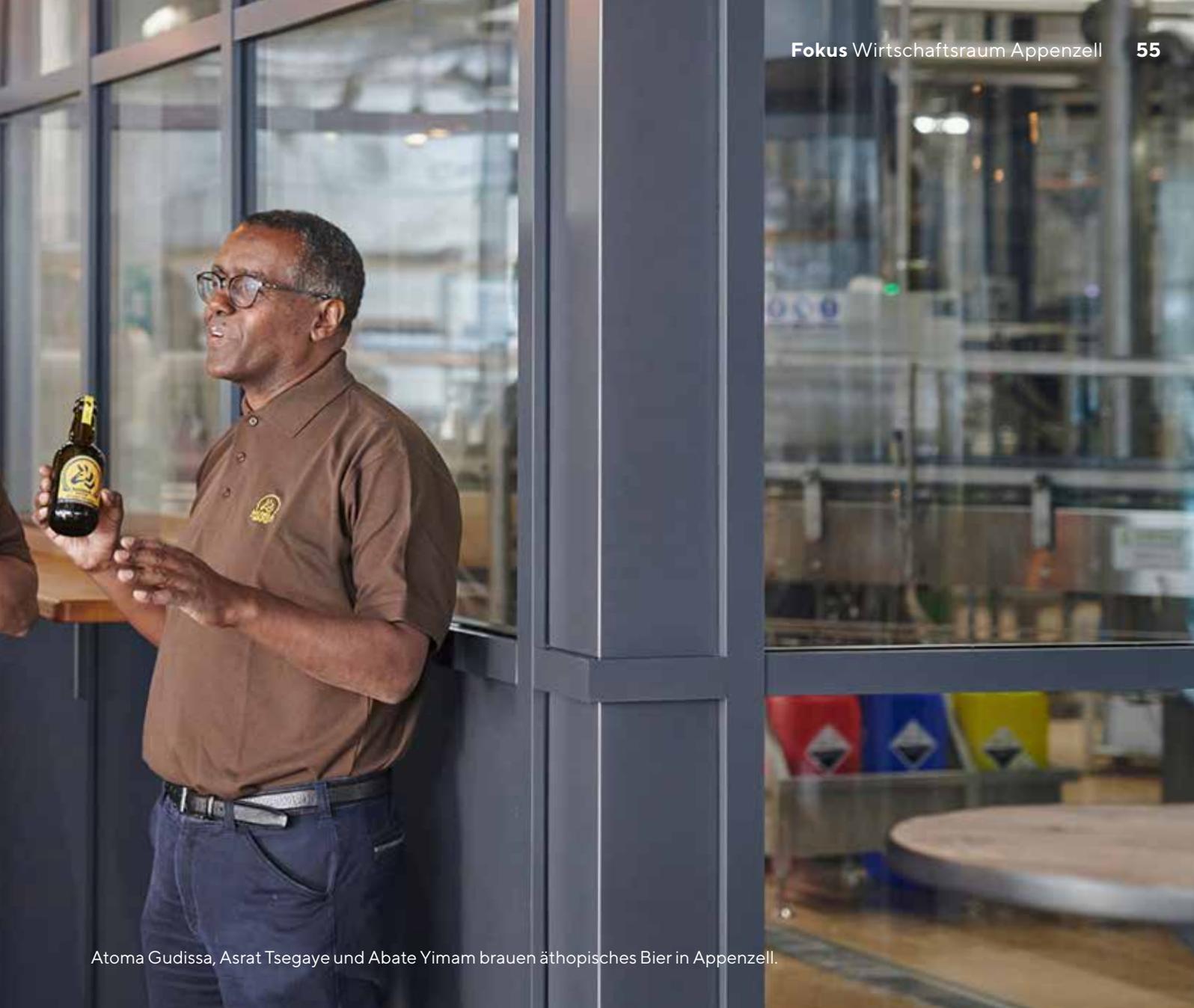
Das Appenzellerland ist nicht nur für feinen Käse und ebensolche Biberli bekannt – mit dem «Quöllfrisch» stellt es auch eines der beliebtesten Biere der Schweiz her. Die Herstellerin, die Brauerei Locher AG aus Appenzell, produziert nun auch äthiopisches Bier – und Lebensmittel, die aus «Brauabfällen» hergestellt werden.

Es sei kaum bekannt, was mit Nebenprodukten der Bierbrauerei alles möglich ist, sagt Simon Haas, Lebensmitteltechnologe und Produktentwickler bei Brewbee. «Biertreber etwa enthält mehr Proteine und Ballaststoffe als andere Rohstoffe – man ist schneller und vor allem länger satt.»

Das Start-up wurde von der Brauerei Locher in Appenzell gegründet, um als erste Food-Upcycling-Marke der Schweiz Brauerei-Nebenprodukte wie Treber, Bierhefe, Weichbier und Nebenwürze in nachhaltige Lebensmittel und Fleischalternativen – «Tschipps», Pizza, Müesli und «Gschnetzlets» – zu verwandeln. Früher landeten solche Nebenprodukte als Viehfutter in der Landwirtschaft, heute ist das wegen vieler Restriktionen kaum mehr möglich. Deshalb wanderten sie in die Biogasanlage – bis Brewbee kam.

Während Jahren hat Brewbee (der Name setzt sich aus den englischen Wörtern brew (brauen) und bee (Biene) zusammen) «bienenfleissig» an Techniken und Rezepten gefeilt, um beim Food-Upcycling neue Massstäbe setzen zu können. «Wir sind stolz darauf, mit der Verarbeitung von Nebenprodukten aus der Bierbrauerei die Verschwendung wertvoller Ressourcen zu stoppen und daraus gleichzeitig hochwertige Lebensmittel zu produzieren, die schmecken», sagt Aurèle Meyer, Geschäftsleiter der Brauerei Locher.

Die Idee wurde nun vom Fachhandel geadelt, sozusagen: Neu führt Coop schweizweit sowohl Müesli als auch Pizzen, Chips und Fleischalternativen von Brewbee im Sortiment. Simon Grieder, Leiter Beschaffung Getränke und Spezialgeschäfte bei Coop, begründet: «Die Produkte von Brewbee



Atoma Gudissa, Asrat Tsegaye und Abate Yimam brauen äthiopisches Bier in Appenzell.

überzeugen uns auf ganzer Linie und zeigen, wie eine Schweizer Innovation nachhaltig gegen Foodwaste wirken kann.»

Äthiopisches Bier «Made in Appenzell»

Mit ihrer Bierrezeptur folgen drei Freunde aus Äthiopien einer jahrhundertealten Tradition und vereinen exotische Zutaten mit Quellwasser aus dem Alpstein. Mit Kardamon, Teff, Dagussa und Maschilla brauen Abate Yimam, Atoma Gudissa und Asrat Tsegaye ihr eigenes Bier, das als «Nubia Brew» die Schweizer Bierszene bereichern soll. Abgefüllt werden die vier Sorten in der Brauerei Locher in Appenzell, auch der Standort der Nubia Brew AG ist im Appenzeller Hauptort.

«Es war immer unser Wunsch, zusammen ein eigenes Bier zu kreieren, das die Braukunst aus Äthiopien auszeichnet und diese mit der Appenzeller Biertradition verbindet», sagt Abate Yimam. Der bald 60-jährige Braumeister kam in den 1970er-Jahren aus Äthiopien nach Appenzell, wo er in Trogen im Kinderdorf Pestalozzi zur Schule ging und schliesslich in Gossau die Ausbildung zum Bierbrauer absolvierte.

«Ich habe mich früh für das Bierbrauen interessiert, da dieses kunstvolle Handwerk auch in Äthiopien weitverbreitet ist

und ein Kulturgut Äthiopiens ist», sagt Yimam. «Viele äthiopische Haushalte brauen ihre eigenen Biere und bieten sie zum Verkauf an.»

Abate Yimam sammelte Erfahrungen in verschiedenen Schweizer Brauereien, bevor er in München schliesslich den Titel eines Braumeisters erlangte. Zusammen mit Atoma Gudissa und Asrat Tsegaye beschloss er 2014, sein eigenes Unternehmen auf die Beine zu stellen.

«Wir werden der Biercommunity mit neuen Geschmäckern exotischen Wind einhauchen.»

«Wir drei kamen als Zehnjährige nach Trogen und haben uns hier in der Schweiz ein eigenes Leben und eine eigene Existenz aufgebaut», erinnert sich Yimam. Um ihrer äthiopischen Herkunft Tribut zu zollen, begannen die drei zuerst mit Gewürzen zu handeln, bevor sie sich schliesslich auf die Brau-



prodartis

Führend in additiver
Fertigung

Das Swiss Triple Impact-Verzeichnis ist ein Register von Organisationen, die das STI-Programm abgeschlossen haben und mutige und konkrete Ziele eingegangen sind, um die nachhaltigen Entwicklungsziele (SDGs) der Agenda 2030 zu erreichen.

Die prodartis AG will ihren Beitrag zur Erreichung der SDGs bis 2030 auf die produktivste Art und Weise leisten, nämlich in ihrem Kerngeschäft: die additive Fertigung von Serienbauteilen in hoher Qualität – werkzeuglos, präzise, flexibel, wirtschaftlich und **nachhaltig**.



prodartis AG
Zielstrasse 38
9050 Appenzell
info@prodartis.ch



swiss
triple impact



**SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS**

Appenzeller Druckerei



**De Stift chascht
nüd graad gad zom
Schriibe bruuche.**

Zomi Wohl

Die umfassende Ausbildung des Nachwuchses sowie die Förderung von Mitarbeiter*innen nehmen bei der Appenzeller Druckerei eine hohen Stellenwert ein.

Meh öbe d' Mitarbeiter*inne
ond witeri Theme onde
zomiwohl.ch



Yves Habermacher, Johannes Lenz und Simon Haas machen aus Bier-Nebenprodukten Lebensmittel.

Expertise von Abate Yimam beriefen. Ab 2015 tüftelten sie an einer speziellen Rezeptur für ihr eigenes Bier: Nubia Brew war geboren und erlangte in der Biercommunity rasch Kult-Status.

Mit ihrer Rezeptur haben die drei offensichtlich auch das Interesse der etablierten Brauereien in der Schweiz geweckt: Neu wird Nubia Brew in den Räumlichkeiten der Brauerei Locher in Appenzell gebraut. Yimam ist für den eigens aus Teff (Zwerghirse), Dagussa und Maschilla (Sorghumsorten) gebrauten Sud zuständig, während Locher die Abfüllung übernimmt.

Max Bürki, Produktionsleiter und langjähriger Braumeister der Brauerei Locher, zeigt sich nach erfolgreichen Testsuden vom äthiopischen Bier begeistert: «Wir freuen uns sehr, dass dieses kreative Trio mit Nubia Brew seine äthiopischen Ein-

flüsse zu uns ins Appenzell trägt. Diese interkulturelle Partnerschaft zeigt, dass verschiedene Brautraditionen vereinbar sind und einander inspirieren können.»

Nubia Brew ist in den Sorten Mulu Amber, Georgis Premium, Cardamon Beer und der alkoholfreien Variante Selam in ausgewählten Restaurants und im Getränkefachhandel erhältlich. Geschmacklich bewegen sich die Biere von süsslich-herb über fruchtig-mild bis würzig-herb. «Wir werden der Biercommunity mit neuen Geschmäckern exotischen Wind einhauchen», ist Abate Yimam überzeugt.

Text: Stephan Ziegler

Bilder: zVg

Anzeige

**EINFACH.
GOLD.
RICHTIG.**

**Das philoro
EDELMETALL-ABO**

JETZT ABSCHLIESSEN!

edelmetallabo.ch



philoro
VIEL GOLD. VIEL ZUKUNFT.

Jörg Müller:

Marktführer- schaft halten.

Von Ikea bis Amazon

In Waldstatt werden Druckfarben für die ganze Welt hergestellt: Seit 1996 werden die wässrigen Dekor-, Verpackungs- und Inkjet-Druckfarben «Made im Appenzellerland» der Arcolor AG mit einem Exportanteil von 95 Prozent in aller Herren Länder distribuiert. Rund 80 Mitarbeiter stellen massgeschneiderte Produkte für die gängigen Druckverfahren und den Digitaldruck her. Jeder von uns ist wohl schon mit Arcolor-Farben in Kontakt gekommen – unbewusst.

Jörg Müller, Arcolor wurde 1996 gegründet, ein Jahr später verliess die erste Farblieferung die Produktion in Waldstatt – und vier Jahre später wurden schon 7000 Tonnen hergestellt. Wie viele Tonnen sind es heute?

Wir stellen seit einigen Jahren konsant ungefähr 15 000 Tonnen her. Obwohl wir wachsen, wird die Menge nicht grösser, da wir zunehmend Konzentrate verkaufen. Diese werden vor Ort durch unsere Partner oder Endkunden mit Wasser auf die gewünschte Farbstärke verdünnt. Das reduziert auch Verpackungs- und Transportkosten und hilft mit, unsere Produkte ökologischer zu distribuieren.

Das Wachstum war so gross, dass 2006 ein Neubau und 2020 ein Erweiterungsbau errichtet wurde. Wie lange reicht die jetzige Fläche noch?

Wir haben mit der letzten Erweiterung einige Reserven aufgebaut. Deshalb werden in der nächsten Zeit keine zusätzlichen Flächen benötigt, auch wenn wir weiterhin wachsen.

«Schon bei der Auswahl der Angestellten gehen wir sehr sorgfältig vor.»

Was gab 1996 die Initialzündung zur Gründung einer Firma, die wässrige Druckfarben herstellt? Gab es das damals auf dem Weltmarkt noch nicht?

Damals herrschte im Dekordruckfarbenmarkt praktisch eine Monopolstellung durch einen deutschen Farbenhersteller, der seine Position ausnutzte und kein Geld in die Weiterentwicklung der Produkte investierte. Dies erkannten die Gründer von Arcolor und entwickelten eine neue, überlegene Produktlinie. In unserer Marktnische wurde das durch die Dekordrucker schnell erkannt. So konnte Arcolor relativ rasch die weltgrössten Dekordrucker als Kunden gewinnen. Zwischenzeitlich haben verschiedene andere Farbhersteller auch nachgebessert – es besteht ein reger Wettbewerb. Wir wollen aber weltweit die Marktführerposition durch konstante Innovation halten.

Heute werden Ihre Farben weltweit eingesetzt, so bedruckt Ikea ihre Möbel mit Farben aus Waldstatt. Gibt es noch weitere Beispiele, wo wir als Konsumenten mit Ihren Produkten in Berührung kommen?

Ein weiteres Produkt, womit viele Konsumenten Kontakt haben, sind die Klebebänder von Amazon-Versandverpackungen. Meist handelt es sich um ein blau-schwarzes Klebeband, manchmal auch mit anderen Farben für spezielle Anlässe. Ausser in den USA werden weltweit alle Klebebänder mit Arcolor-Farben bedruckt und bei jeder Amazon-Lieferung verwendet.

Was machen Sie besser als Ihre Mitbewerber?

Das sind verschiedene Punkte. Wir haben uns im Markt ganz klar als ökologischer Qualitätshersteller positioniert. Wir sind wohl teurer als der Wettbewerb, aber mit unseren Produkten kann eine Druckerei effizienter arbeiten. Ausserdem liefern wir immer ein Gesamtpaket, das neben dem eigentlichen Produkt auch Dienstleistungen wie Beratungen oder Schulungen be-

inhaltet. Wir sind auch auf eher schwierige Anwendungen spezialisiert, wo keine Massenprodukte eingesetzt werden können – und der Kunde bereit ist, für diese Leistung etwas mehr zu bezahlen.

Sie bieten auch Farben für Multipass-Inkjet-Drucker an. Werden diese nur für Ausmusterungen für Ihre Dekortiefdruckfarben genutzt?

Wir bieten wässrige Farben sowohl für Multipass-Inkjet- als auch für Single-Pass-Drucker an. Die Multipass-Drucker werden vor allem bei unseren Dekorkunden für die Ausmusterung verwendet. Interessanter sind aber die Single-Pass-Drucker, da diese in der Produktion eingesetzt werden und grosse Mengen an Farbe verbrauchen. Hier sind wir wiederum breit aktiv, wobei es sich immer um hochlichtechte, wässrige Inkjet-Farben handelt.

Ein weiteres Fachgebiet sind Lacke. Was unterscheidet Ihre von herkömmlichen Lacken?

Unsere Lacke sind eine Ergänzung zu den Farben und sind auch auf unsere eigenen Farben zugeschnitten, um das bestmögliche Resultat für eine bestimmte Anwendung zu erreichen.

Seit 2019 haben Sie auch eine Produktion in China. Unterscheiden sich die Farben für den asiatischen Markt von denjenigen, die in Waldstatt hergestellt werden?

Gegenwärtig sind die Produkte in China genau gleich, da alle Halbfabrikate in der Schweiz hergestellt werden. Zukünftig dürfte es in China aber auch spezifisch an die lokalen Marktbedürfnisse angepasste Produkte geben, für die in den westlichen Ländern keine Nachfrage besteht.

Waldstatt liegt nun nicht gerade zentral; können Sie Ihren Bedarf an Fachkräften trotzdem decken?

Ja. Wir haben Mitarbeiter aus dem Rheintal, vom Bodensee und aus Winterthur, also doch ein grosses Einzugsgebiet. Wir sind nah an der Stadt St.Gallen, falls jemand in der Stadt wohnen möchte – und um uns herum kann man schöne Angebote finden, wenn jemand auf dem Land wohnen will. Der Standort Waldstatt ist diesbezüglich also kein relevanter Nachteil.

Zum Schluss: Sie wurden schon öfter als «Top-Arbeitgeber» ausgezeichnet. Was ist Ihr Erfolgsgeheimnis, um Mitarbeiter zu finden und zu halten?

Die Mitarbeiter sind unser wichtigstes Gut. Diese Aussage wird wohl jede Firma sofort unterschreiben. Jedoch sind wir in der gelebten Umsetzung vermutlich etwas konsequenter als andere: Schon bei der Auswahl der Angestellten gehen wir sehr sorgfältig vor und suchen Menschen, die von der Persönlichkeit zu uns passen. Wir pflegen einen ehrlichen und konstanten Austausch und scheuen uns auch nicht, Probleme direkt anzusprechen. Gemeinsam suchen wir dann die beste Lösung für uns als Firma und den Mitarbeiter. Das funktioniert in einer überschaubaren Firma, wie wir es sind, recht gut und erzeugt Zugehörigkeitsgefühl und Zufriedenheit.

Text: Stephan Ziegler
Bild: Thomay Hary

Herr der Drohnen

Die Remote Vision GmbH aus Herisau hat sich auf professionelle Drohnensysteme spezialisiert. Dazu gehören nicht nur Drohnen für den anspruchsvollen Freizeit-Piloten, sondern vor allem auch solche für Behörden, Industrie und Landwirtschaft. CEO Ueli Sager kennt nicht nur den hiesigen Drohnenmarkt genau, sondern unterrichtet auch angehende Drohnteniker am ZbW.

Ueli Sager:

**Preisrange
nach oben offen.**



Ueli Sager, welche Drohne ist zur Zeit der Renner in Ihrem Sortiment?

Ein sehr interessantes Modell ist die DJI Matrice 30T, eine regenfeste, zuverlässige Multisensor-Drohne. Wir gehen aber bei der Beurteilung von Drohnen selten vom Gerät aus, sondern vom Projekt und Einsatzbereich. Eine «gute» Drohne ist immer jene, die optimal auf die Anforderungen der Tätigkeit passt.

Wozu wird die Matrice 30T eingesetzt?

Vor allem von Behörden, da sie durch das starke Zoom, die Wärmebildkamera und den Laser-Rangefinder vielfältige Anforderungen abdeckt, unabhängig vom Tageslicht oder Regenfall.

Unter Ihren Kunden sind aber nicht nur Behörden, oder?

Nein. Wir konzentrieren uns auf die Anwendungsgebiete Landwirtschaft, Behörden, Inspektion und Vermessung. Aus diesen Berufsfeldern kommen unsere Kunden hauptsächlich.

Und welche Branche ist am häufigsten vertreten?

Die drei Kompetenzgebiete sind ungefähr gleich stark vertreten. Es bestehen aber saisonale Schwankungen: Im Frühling besteht ein Schwerpunkt auf den landwirtschaftlichen Anwendungen, die zum Start der Feldarbeits-Saison beim Kunden einsatzbereit sein müssen.

«Wir unterscheiden nicht zwischen Hobby- und Profidrohnen, sondern zwischen Hobby- und Profi-Anwendungen.»

Für welche Zwecke werden heute professionelle Drohnensysteme vor allem eingesetzt?

Es gibt eine Vielzahl von Einsatzzwecken und wöchentlich kommen neue hinzu. Die etablierten Möglichkeiten der Luftfoto- und -videografie sind für uns weniger spannend, da sich diese Anwendungen bei privaten und gewerblichen Nutzern bereits gut etabliert haben. Arbeitsbereiche, für die wir uns nationale und teils internationale Bekanntheit erarbeitet haben, sind aber Pflanzenschutz-Sprühdrohnen, drohnenbasierte Laservermessungen (Lidar), thermografische Vermessungen aus der Luft sowie bei der Integration von kundenspezifischen Sensoren an Drohnen.

Drohnen sprühen auch?

Unter anderem! Ein Beispiel: Durch das Aufbringen einer Kalklösung kann das Klima grosser Treibhauseinrichtungen reguliert werden. Das Aufbringen mit einer Sprühdrohne ist wesentlich effizienter als manuell, die Arbeitssicherheit höher und das Resultat präziser sowie homogener. Oder: Schwere Unfälle werden durch die Polizei mit Drohnen dreidimensional abgebildet. Dieser digitale Zwilling der Unfall-Situation kann nachträglich dargestellt und ausgewertet, die Unfallstrasse schnellstmöglich wieder freigegeben werden. Und schliesslich kann durch regelmässige Laser-Vermessungen von Gletschern der

Rückgang der Eismasse dokumentiert und ein Vorschaumodell erstellt werden.

Dann sind heute schon fast alle Bereiche abgedeckt, in denen Drohnen eingesetzt werden können?

Ja, aber die Benutzerfreundlichkeit der Hightech-Werkzeuge wird immer besser. Fortgeschrittene Software erlaubt es den Bedienern, auch äusserst komplexe Arbeitsvorgänge mit wenigen Knopfdrücken abzuwickeln. High-end-Drohnen überwachen dabei sich und die Umwelt selbstständig, um gefährliche Zustände schon vor dem Eintreffen zu erkennen.

Hat die Künstliche Intelligenz auch bei Drohnen schon Einzug gehalten?

Einzelne Vorgänge wie etwa das Objekt-Tracking mit einer Kamera werden mit KI-Ansätzen gelöst. Für viele professionelle Anwendungen wiegt aber das Thema Datenschutz so schwer, dass die Anbindung von Cloud-Services nicht gewünscht ist, wodurch die meisten KI-Systeme ausgeschlossen sind.

Für den Hobbygebrauch finden sich Drohnen zwischen 200 und 2'000 Franken. Wo bewegen sich professionelle Systeme – und was unterscheidet sie von den Freizeitmodellen?

Wir unterscheiden nicht zwischen Hobby- und Profidrohnen, sondern zwischen Hobby- und Profi-Anwendungen. So kann beispielsweise eine 500-Franken-Kleinstdrohne auch in professionellen Projekten eingesetzt werden – beispielsweise für die behördliche Indoor-Erkundung. Andererseits gibt es Hobby-User, die für ihre Anliegen nur das Beste wünschen und auch mal 20'000 Franken ausgeben ... Die Preisrange ist nach oben offen – unser teuerstes High-end-Modell hat einen Listenpreis von etwa 70'000 Franken, wobei drei Viertel der Kosten das hochauflösende Präzisionskamarasystem verursacht.

Sie bilden auch Drohnentechniker am ZbW aus. Was umfasst der Lehrgang?

Der Lehrgang umfasst alle Grundlagen, die ein Techniker in einem Betrieb für den professionellen Umgang mit Drohnen mitbringen sollte. Die reine Drohnen-Bedienung ist dabei nur ein kleiner Teil. Wesentlich intensiver geschult werden die juristischen Bedingungen und Möglichkeiten, Wartungs- und Reparatureingriffe, Betriebsprozesse und die Bedienung von Software für Flugplanung und Datenauswertung.

Und an wen richtet er sich?

Ich empfehle die Ausbildung technisch interessierten jungen Menschen, die eine Berufslehre abgeschlossen haben und sich in diesem jungen Arbeitsgebiet positionieren möchten. Derzeit suchen wir vor allem weitere Betriebe, die anhand des bestehenden Konzeptes ebenfalls Drohnentechniker ausbilden. Wir möchten das Netzwerk der Ausbildungsbetriebe vergrössern und mit dem Austausch zwischen den Betrieben, dem ZbW und den Lernenden noch mehr Dynamik und Know-how in die Ausbildung bringen.

Wie sind Sie selbst zum Drohnenspezialisten geworden?

Ich habe mich schon als Junge für den Flug-Modellbau interessiert und mich beim Elektroingenieur-Studium intensiv mit Robotik beschäftigt. Die Schnittmenge der beiden Themen ergab das, was man heute als Drohnen bezeichnet.



THE XM

PLUG-IN-HYBRID



#joyelectrified by 

Sepp Fässler AG
Appenzell | Wil
faessler-garage.ch



WIRTSCHAFTS
FORUM
OBERSEE

WIRTSCHAFTSFAKTOR MENSCH

ÜBER DEN UMGANG MIT EINER
KNAPPEN RESSOURCE

→ Detailliertes Programm unter:
www.wirtschaftsforum-obersee.ch

ENTRA,
Rapperswil

15.
Juni
2023

Melden Sie
sich jetzt an!



Presenting Partner



Main Partner



Und wie kam der Kontakt mit dem ZbW zustande?

Das ZbW liegt einerseits geografisch sehr nahe, andererseits genießt sein Ausbildungsangebot einen guten Ruf. Wir waren mit mehreren Stellen und Schulen im Gespräch, das ZbW zeigte aber den unkompliziertesten Weg zum Ziel. Mir erscheinen die ZbW-Angebote sehr praxisbezogen. Der Zugang zu den Angeboten sowie den Personen dahinter ist unkompliziert und direkt. Das gibt ein gutes Gefühl vor und während der Ausbildung.

«Eine gute Drohne ist immer jene, die optimal auf die Anforderungen der Tätigkeit passt.»

Seit diesem Jahr gelten in der Schweiz die europäische Drohnenregelung. Was bedeutet das für unsere Drohnenpiloten?

Dass sie sich initial intensiver mit der Situation auseinandersetzen müssen. Nebst der Halter-Registrierung gibt es für die Piloten obligatorische Schulungen und Prüfungen. Bei der Implementation der EU-Drohnenregulierung wurden allerdings einige Risiken und Problemstellungen falsch eingeschätzt. Andere wurden so lange zwischen den Interessengruppen und Ländern diskutiert, dass der entstandene Kompromiss nur schwer verständlich ist. Natürlich gibt es auch Szenarien, die durch das neue Gesetz erst bewilligbar werden. Ich finde es schade, dass die Schweiz ihre Position als führendes Forschungs- und Entwicklungsland in Europa preisgab, indem sie die Gesetzeslage den EU-Vorgaben präzise gleichschaltete.

Auf eine relevante Verbesserung der Sicherheit bei Drohnenflügen können wir also nicht hoffen?

Nein, aber es gab schon mit der alten Gesetzgebung weder Tote noch Schwerverletzte bei Drohnenflügen zu beklagen. Für uns als Drohnen-Schulungs- und -Beratungsbetrieb steigt der Betriebsaufwand massiv – es entstehen aber auch neue Geschäftsfelder.

Das Zentrum für berufliche Weiterbildung ZbW

bietet Lehrgänge, die auf eidg. anerkannte Prüfungen vorbereiten oder einen Diplomabschluss der Höheren Fachschule HF ermöglichen. Im Weiteren gehören die Ausbildungen von Aus- und Berufsbildenden sowie individuelle Fach- und Firmenkurse zum Portfolio. Das ZbW betreibt zudem ein Zentrum für überbetriebliche Kurse. Basislehrjahre für die Berufsrichtungen Informatik und Mechanik runden das Angebot ab.

Über 400 Dozenten engagieren sich – nebst ihrer hauptberuflichen Tätigkeit in der Realwirtschaft – für das ZbW und vermitteln ihr Praxiswissen. Sowohl am Hauptsitz in St.Gallen als auch in Sargans steht eine grosszügige Bildungsinfrastruktur zur Verfügung. zbw.ch



Text: Stephan Ziegler

Bild: Thomas Hary

Die Bedeutung der Unternehmenskultur

Mit Blick auf die Stabilität des Schweizer Finanzsystems stellt sich die Frage, was aus der Causa Credit Suisse gelernt werden kann bzw. muss.



Dabei scheinen mir zwei Aspekte zentral: Erstens bin ich mit Blick auf die CS und zahlreiche weitere Unternehmen überzeugt, dass sich überbordende Komplexität negativ auf den langfristigen Erfolg auswirkt. Managementkapazitäten werden überproportional gebunden, Interessenkonflikte aufgebaut und Kosten nehmen aufgrund der Schnittstellenbewirtschaftung exponentiell zu. Und insbesondere sind die Risiken bei zu hoher Komplexität schlicht nicht mehr beherrschbar.

Zweitens scheint mir offensichtlich, dass alle Massnahmen wirkungslos sind, wenn die Unternehmenskultur nicht bestimmte Grundvoraussetzungen erfüllt. Selbstverständlich gibt es unzählige erfolgsversprechende Unternehmenskulturen. Zudem darf in dieser Diskussion auf keinen Fall für alle Bank-Mitarbeitenden bzw. -Geschäftsbereiche pauschalisiert werden. Aber wenn in den Führungsetagen und im Investment Banking Gier und Selbstüberschätzung in Kombination mit falschen Anreizen an die Stelle von Verantwortung, Leidenschaft, Bescheidenheit oder Integrität treten, dann ist das Scheitern nicht mehr fern. Gerade bei Banken bleibt beispielsweise das Risikomanagement ohne eine darauf abgestimmte Unternehmenskultur stumpf.

Lösungsansätze zur Verbesserung der Stabilität des Bankensystems sollten daher auf integrale Führungspersonen, einfache(re) Geschäftsmodelle und angemessene Anreizsysteme fokussieren. Glücklicherweise beweisen viele Banken in der Schweiz tagtäglich, dass sie diese Voraussetzungen bereits heute erfüllen. Doch wer glaubt, eine Unternehmenskultur lasse sich mittels Regulierungen anordnen oder Risiken könnten komplett aus dem System eliminiert werden, irrt meiner Ansicht nach. Wie sagte Frau Bundesrätin Karin Keller-Sutter doch so treffend: «Anstand können Sie nicht per Gesetz verordnen.»

Dr. Michael Steiner
Vorsitzender der Geschäftsleitung
acervis Bank AG

Bruno Motzer:

Höhere Mieten ab 2024.



Appenzellerland: Hoher Leerstand trotz Nachfrageüberhang

Nach über sieben Jahren hob die Schweizerische Nationalbank den Leitzins im September 2022 wieder in den positiven Bereich an. Während mehr als einer Dekade profitierten Eigentümer von historisch tiefen Hypothekarzinssätzen. Letztere haben sich im vergangenen Jahr mehr als verdoppelt; Experten verkünden das Ende des Immobilienbooms. Wie wirkt sich dies auf den Wohnungsmarkt aus? Bruno Motzer, eidg. dipl. Immobilienreuhänder und Mandatsleiter bei der altrimo ag aus Appenzell, kennt die Antworten.

Während Jahren kannten die Immobilienpreise nur eine Richtung: nach oben. «Fremdfinanzierungen waren günstig, das Angebot konnte mit der Nachfrage nicht mithalten», begründet Bruno Motzer. Die Covid-Pandemie intensivierte den Wunsch nach den eigenen vier Wänden zusätzlich. Gemäss dem Immobiliendienstleister Wüest Partner AG stiegen im Raum Ostschweiz die Preise für Eigentumswohnungen im Zeitraum 2017–2022 um 23 Prozent. «Bei den Einfamilienhäusern fiel die Erhöhung mit über 30 Prozent noch deutlicher aus», weiss der altrimo-Spezialist.

Sinkende Nachfrage nach Wohneigentum

Das letzte Jahr läutete nun aber eine Trendwende auf der Nachfrageseite ein. Seit Juli 2022 normalisiert sich die Nachfrage nach Eigentumswohnungen zunehmend. «Die Gründe

dafür sind vielfältig: Viele Haushalte konnten in den vergangenen Jahren ihren Wunsch nach Stockwerkeigentum befriedigen. Andere wiederum ziehen sich zurück, da ein Kauf aufgrund des fehlenden Angebots aussichtslos erscheint. Die stark gestiegenen Finanzierungskosten (Fremdkapitalkosten und Amortisation) sowie die teuerungsbedingten Mehrausgaben drücken zunehmend auf das Budget», sagt Bruno Motzer.

Bei Buy-to-let-Objekten sei der Nachfragerückgang am deutlichsten zu spüren. Experten der Credit Suisse erwähnen in ihrer neusten Studie, dass in den vergangenen Jahren rund ein Fünftel aller Eigentumswohnungen nicht selbst bewohnt, sondern vermietet wurden. «Ein solches Investment lohnt sich heute in den allermeisten Fällen nicht mehr. Die Renditen fallen merklich tiefer aus, sind doch die Finanzierungskosten wesentlich stärker gestiegen als die Mieten», so Motzer.

Auf der Angebotsseite verlangsamt die immer noch tiefe Bautätigkeit die Marktangleichung. Sowohl bei den Eigentumswohnungen als auch bei den Einfamilienhäusern ist nach wie vor ein Nachfrageüberhang festzustellen. «Dementsprechend ist auch 2023 von einer Preissteigerung auszugehen, im Vergleich zur jüngsten Vergangenheit aber in wesentlich moderaterem Umfang», prognostiziert Motzer.

Trendwende im Mietwohnungsmarkt

Auch dem Mietwohnungsmarkt steht eine Wende bevor: Eine erhöhte Nachfrage steht einem verminderten Angebot gegenüber. «In der Tendenz steigen die Angebotsmieten 2023 nach einer mehrjährigen rückläufigen Phase wieder an. Das Appenzellerland weist im Vergleich mit den umliegenden Regionen eine eher hohe Leerstandsquote auf. Demgegenüber zeigt die Auswertung der Anzahl Suchabonnemente einen Nachfrageüberhang auf. Daraus lässt sich schliessen, dass die angebotenen Objekte nicht oder nur teilweise den Bedürfnissen der Suchenden entsprechen», analysiert Bruno Motzer. Insbesondere Altbauten in schlechtem energetischem Zustand mit hohen Heiz- und Nebenkosten hätten in Zeiten steigender Rohstoff- und Energiepreise einen schweren Stand.

Auch die Bestandesmieten dürften 2023 und im kommenden Jahr steigen. «Fachleute rechnen im Sommer oder Herbst 2023 mit einer ersten Erhöhung des Referenzzinssatzes auf 1,5 Prozent. Dies erlaubt den Vermietern eine Erhöhung des Mietzinses um drei Prozent, sofern sie alle bisherigen Senkun-

gen weitergegeben haben», sagt Bruno Motzer. Gemäss Mietrecht können Vermieter auch 40 Prozent der Inflation sowie allgemeine Kostensteigerung auf die Mieter überwälzen. Von diesem Recht werden viele Vermieter Gebrauch machen, «sofern die Faktoren kumuliert eine Mietzinserhöhung rechtfertigen».

Mieten wird billiger als Kaufen

«Der starke Zinsanstieg verbunden mit dem nach wie vor hohen Preisniveau erhöhen die finanzielle Belastung für Wohneigentum stark», bilanziert Bruno Motzer. Nachdem Kaufen mehr als zehn Jahre günstiger war als Mieten, sei nun wieder Gegenteil der Fall. Dieser für die Nachfrageseite negative Aspekt werden auf der Angebotsseite mit der historisch tiefen Bautätigkeit wieder wettgemacht. «Somit dürften sich die Preise für Wohneigentum auch 2023 auf hohem Niveau halten», ist Motzer überzeugt.

Im Mietwohnungsbereich führt die tiefe Bautätigkeit in Kombination mit der soliden Nachfrage zu einer Verknappung des Angebots, «was in der Tendenz wiederum zu höheren Mieten bei den ausgeschriebenen Objekten führt». Aufgrund der Trägheit des Referenzzinssatzes dürften sich höhere Nettomieten bei bestehenden Mietverträgen aber erst 2024 manifestieren, blickt Motzer in die Zukunft.

Text: Stephan Ziegler

Bild: Thomas Hary

Anzeige



nebes onde
Dach ond
Fach bringe*

Tobias Dörig, Kreditkundenberater

*etwas mit Erfolg erledigen

Irgendwann ist das Mass voll und Zeit für eine gründliche Standortbestimmung, vielleicht sogar für radikale Lösungen – dabei begleiten wir Sie gerne!

appkb.ch

Empfehlenswert.  Appenzeller
Kantonbank



Appenzeller 3D-Innovationen für die ganze Welt

Die Prodartis AG aus Appenzell gehört zu den weltweit führenden Unternehmen im Bereich des industriellen 3D-Drucks. Das Potenzial für neue Anwendungen in diesem Bereich ist gross, weshalb CEO Ralf Schindel bereits neue Innovationen in der Pipeline hat.

Ralf Schindel, weshalb ist die Prodartis AG in Appenzell beheimatet und nicht in Zürich oder St.Gallen?

Neben der hohen Teilequalität legen wir grössten Wert auf die persönliche, geradlinige, ehrliche und verlässliche Beratung. Das sind auch jene Tugenden, die man in Appenzell nicht suchen muss. Zudem sind 3D-Daten unsere Basis – und was ist schon dreidimensionaler als der Alpstein? (lacht)

Was sind die Vorteile von additiv gefertigten Bauteilen gegenüber herkömmlichen?

Weil damit sehr komplexe Formen wie Kanäle, Hinterschnitte oder Hohlkammern in einem Prozess und werkzeuglos gebaut werden können. So ist es möglich, eine ursprünglich aus mehreren Teilen bestehende konventionell gefertigte Baugruppe umzukonstruieren, sodass alle Funktionen der Baugruppe in einem Bauteil vereint werden. So entfällt die gesamte Montage der Einzelteile. Bei dieser sogenannten Stücklistenreduktion werden Bauteile, Material, Energie und Montagezeit eingespart, was nicht nur die Umwelt schont, sondern auch das Portemonnaie unserer Kunden.

Ralf Schindel:

Kohlenstoff aus Rizinus.

Wo liegen die Herausforderungen bei der Fertigung von 3D-Bauteilen?

Da wir im Wettbewerb mit den konventionellen Technologien stehen, ist unsere grösste Herausforderung, eine konstant hohe und gleichbleibende Qualität zu gewährleisten. Zudem ist nach wie vor zu wenig bekannt, dass so nicht nur Prototypen und Funktionsmodelle, sondern auch Bauteilserien von mehreren 1000 oder gar 10 000 Teilen wirtschaftlich produziert werden können. Deshalb sind wir auch in der Lehre tätig – mit Workshops zur additiven Fertigung bzw. zum industriellen 3D-Druck.

Leiden auch Sie unter Engpässen bei den Rohstoffen?

Wir sind in der glücklichen Situation, dass wir Spezialkunststoffe verarbeiten, die auf dem Weltmarkt nicht zur grossen Masse zählen. Diese sind (noch) nicht von den Lieferengpässen betroffen, wohl aber müssen auch wir mit Preiserhöhungen kämpfen.

Und wie sieht es mit Fachkräften aus? Finden Sie genügend?

Wir suchen laufend Fachkräfte; dies ist ein Spießrutenlauf. Es ist zu wenig bekannt, dass Appenzell auch eine spannende und schlagkräftige Industrie beherbergt, wie Firmen aus der Elektrobranche, MEM- oder Medtech-Branche. Zugutekommt

uns, dass der industrielle 3D-Druck eine sehr flexibel einsetzbare und deshalb attraktive Technologie ist, die im Trend liegt.

In der Schweiz ist Prodartis führend in einigen Nischen der additiven Fertigung. Welche sind das?

Wir sind fokussiert im Bereich der additiven Fertigung von Kunststoffteilen in Klein- und mittelgrossen Serien. Kunststoffteile deshalb, weil wir von einer viel höheren Produktivität ausgehen können als etwa bei der Metallteilefertigung. Die Branchen mit dem grössten Potenzial sind der Maschinen- und Gerätebau, Robotik und Automation, die Labor- sowie die Medtech-Branche.

«Die Stücklistenreduktion schont nicht nur die Umwelt, sondern auch das Portemonnaie.»

Für wen produziert Prodartis sonst noch 3D-Bauteile?

Immer wieder spannend sind Aufträge für den Leichtbau. So fertigten wir 2015/16 für das Flugzeugprojekt «Solar Impulse» von Bertrand Piccard acht extrem leichte und dünnwandige (< 0,6 mm Wandstärke) Belüftungssysteme. Auch fertigen wir für den vierbeinigen Roboter «ANYmal» des Zürcher Robotik-Unternehmens ANYbotics verschiedene gewichtsoptimierte Serienbauteile.

Was unternimmt Prodartis in Sachen Nachhaltigkeit?

Wir sind stolz, dass wir bei der Nachhaltigkeit fördernden Agentur Swiss Triple Impact gelistet werden. Das bestätigt unseren steten Beitrag in das Thema. Darunter verstehen wir neben der steten Reduktion unseres CO₂-Fussabdrucks auch die Wichtigkeit des betrieblichen Gesundheitsmanagements. Dazu sind wir Unternehmer unseren nachfolgenden Generationen und unseren Mitarbeitern gegenüber verpflichtet!

Und welche Innovationen sind von Prodartis in nächster Zeit zu erwarten?

Materialeitig haben wir soeben ein nachhaltiges, Ressourcen schonendes Material im Markt eingeführt. Es wird aus einem zu 100 Prozent aus den Samen der Rizinuspflanze gewonnenen Kohlenstoff hergestellt und hat hervorragende Materialeigenschaften. Auch neu ist ein Polyamid mit einer sehr hohen antibakteriellen Wirkung, was wichtig für Bauteile mit Hautkontakt ist wie z. B. Orthesen oder Einlagen. Ein grosser Schritt war der Umzug Ende 2022 in ein für unsere Bedürfnisse perfektes Gebäude der ALBA Group in Appenzell. Hier haben wir ideale Platzverhältnisse, die es ermöglichen, uns weiterzuentwickeln.

Text: Patrick Stämpfli

Bild: Thomas Hary

C R O N  B E R G

Asset Management Treuhand Family Office



Nichts geht über das
beruhigende Gefühl,
gut aufgehoben zu sein.

Cronberg AG | Davidstrasse 38 | 9000 St.Gallen | +41 71 447 10 10 | www.cronbergasset.ch

OSTSCHWEIZ DRUCK

**Zeit für
Veränderungen**

ostschweizdruck.ch

Business-House Oberstrasse 153: Repräsentanz mit gutem Gewissen

Immer mehr Gewerbemietler entscheiden sich für ein Objekt, das einen positiven energetischen Fussabdruck ermöglicht. Nicht nur aus finanziellen, sondern auch aus Renommee-Überlegungen. Ein anschauliches Beispiel dafür ist der repräsentative Büro- und Gewerbebau Oberstrasse 153 in St.Gallen, der 2022-2023 energetisch auf Netto-Null-Betriebsenergie saniert wurde. Noch sind Mietflächen zu haben.



Die Mettiss AG aus St.Gallen bewirtschaftet und vermietet seit 1986 erstklassige Büro- und Gewerberäume an guten Lagen im Raum St.Gallen. Sie arbeitet mit Nachdruck daran, ihr Portfolio auf bilanziert Netto-Null-Betriebsenergie zu sanieren. Mit Erfolg: Schon Ende 2023 werden 70 Prozent ihrer Flächen diesen Anspruch erfüllen. Der konsequent umgesetzte Low-Tech-Anspruch führt zu einem ausgezeichneten Raumklima und minimalen Betriebs- und Unterhaltskosten bei maximaler Flexibilität in der Raunteilung. Das Ganze hat nicht nur finanzielle Vorteile für Mieter, sondern ermöglicht es ihnen, ihren dem Zeitgeist mehr als entsprechenden Geschäftssitz auch Image-bildend zu nutzen. Das gute Gewissen alles Mögliche fürs Klima getan zu haben, gibt es gewissermassen gratis dazu.

Die Oberstrasse 153 als Leuchtturmprojekt

Das Gebäude im St.Galler Westen wurde 2022-2023 energetisch auf Netto-Null-Betriebsenergie saniert. Die Mieter profitieren von einer grosszügigen Tiefgarage mit Elektroladestellen und eigenem Photovoltaik-Strom. Der repräsentative Büro- und Gewerbebau befindet sich an ausgezeichneter Lage an der Oberstrasse 153. Das Gebäude ist von Grün umgeben, ein kleiner Naturteich ziert den Hof. Strassenseitig geniesst man eine unverbaute Aussicht Richtung St.Otmar-Quartier. Die frisch sanierten, hellen Mieträume bestehen durch eine Raumhöhe von 3,2 m, grosse Fensterflächen, eine günstige Raumtiefe und freie Teilbarkeit der Räume. Die Anbindung im neuen Entwicklungsgebiet Güterbahnhof ist ausgezeichnet: Vor dem Haus eine Bushaltestelle, bis zum Autobahnanschluss A1 Kreuzbleiche sind es nur wenige Minuten, und eine Veloschnellroute führt in fünf Fahrminuten zum Hauptbahnhof. Vor dem Haus gibt es selbstverständlich Besucherparkplätze.

Die Vorteile der Oberstrasse 153 auf einen Blick

- Sofort verfügbare Büroflächen von 270 bis 825 m²
- Open-Space-Offices mit Raumtrennung und Meeting-Tanks oder Chatpots
- Hohe (3,2 m), lichtdurchflutete Räume
- Behindertengerecht ausgebaut
- Gut erschlossene Lage Nähe Autobahnanschluss Kreuzbleiche
- ÖV vor dem Haus, Einstellplätze mit E-Ladestationen
- Grün ums Haus mit Naturteich im Innenhof
- PV-Anlage und Erdwärmepumpe für Strom, Lüftung, Heizung und Kühlung



Die Bewirtschaftung aller Mettiss-Immobilien erfolgt durch die immo10 AG aus St.Gallen, so auch die Oberstrasse 153. CEO Michael Kaufmann steht als persönlicher Ansprechpartner allen Interessenten zur Verfügung: 071 313 20 23 michael.kaufmann@immo10.ch

Erblin Avdija, Produktmanager
des Edelmetall-Abos bei philoro.

«Das klassische Sparkonto und Gold-Investitionen kombiniert»

Die philoro SCHWEIZ AG wurde 2017 gegründet. Der europaweit agierende Edelmetallhändler ist Teil der 2011 in Wien gegründeten philoro HOLDING GmbH und zählt zu den führenden privaten Anbietern im Bereich der qualitativ hochwertigen Edelmetallveranlagung in Europa. Das Familienunternehmen hat mehr als eine Million Kunden, rund 250 Mitarbeitende und umfasst 16 Standorte im deutschsprachigen Raum sowie ein Büro in Hongkong und in New York. Die Filialen in der Schweiz befinden sich in Wittenbach bei St. Gallen und in Zürich nahe der Bahnhofstrasse. Eine Liechtensteiner Filiale gibt es in Eschen.

Die philoro-Dienstleistungen umfassen das gesamte Spektrum der Veranlagung in Edelmetalle – vom An- und Verkauf über die Lagerung bis zur persönlichen Beratung. Neben höchsten Service- und Sicherheitsstandards im Online-Shop sowie im Filialbetrieb steht philoro für höchste Qualitätsansprüche im Handel und Vertrieb, aber auch bei der Produktqualität seiner Goldbestände. Haben Sie Fragen zum Thema Gold oder andere Edelmetalle, so besuchen Sie uns gerne in unserer Filiale in Wittenbach.

philoro SCHWEIZ AG

St. Gallerstrasse 7, CH-9300 Wittenbach

Öffnungszeiten:

Mo. – Do. 9.30 – 18.00 Uhr
Fr. 9.30 – 16.00 Uhr
Sa. 10.00 – 15.00 Uhr

Telefon: +41 71 229 09 99

info@philoro.ch, www.philoro.ch

Sind Sie an Informationen rund um das Thema Edelmetalle interessiert, dann abonnieren Sie den Newsletter von philoro (Code scannen):



Die aktuelle geopolitische Lage und die Bankenkrise machen Investitionen in Gold und andere Edelmetalle attraktiv. Damit man bereits mit kleineren Beträgen investieren kann, hat der Wittenbacher Edelmetallhändler philoro das Edelmetall-Abo entwickelt. Produktmanager Erblin Avdija erklärt im Interview die Vorteile dieser Lösung.



Gold ist für die Wertaufbewahrung begehrt

Erblin Avdija, die Bankenkrise hat den Goldpreis in letzter Zeit stark beflügelt. Warum ist es gerade jetzt sinnvoll, in Gold oder andere Edelmetalle zu investieren?

Die Erfahrung zeigt, dass sich Gold besonders in Krisenzeiten bewährt. Der Grund dafür ist, dass Gold schon seit Jahrtausenden für die Wertaufbewahrung begehrt ist. Gold ist nur begrenzt verfügbar und die Menge kann nicht wie bei Wertpapieren künstlich erhöht werden.

Ist es sinnvoll, auf einen sinkenden Goldpreis zu warten, um einen möglichst tiefen Einstiegspreis zu erhalten?

Zuwarten ist nicht sinnvoll. Der Zeitpunkt für Investitionen in Gold ist grundsätzlich immer gut. Im Sinne einer langfristigen Strategie sollte man immer einen Teil des Ersparten in Gold anlegen. Gold ist wie eine Versicherung – das lässt man liegen und hat für den Ernstfall eine reale Absicherung.

«Im Sinne einer langfristigen Strategie sollte man immer einen Teil des Ersparten in Gold anlegen.»

Neben der klassischen Veranlagung in Gold und andere Edelmetalle bietet philoro das Edelmetall-Abo an. Was hat Sie dazu bewegt, diese Lösung auf den Markt zu bringen?

Wir wollten unseren Kunden eine Möglichkeit bieten, um so günstig wie möglich in Edelmetalle zu investieren. Wir haben die einfachste und die sicherste Anlagemöglichkeit miteinander kombiniert. Nämlich das klassische Sparkonto und das Investieren in Gold. Entstanden ist daraus das Edelmetall-Abo.

Für wen ist das Edelmetall-Abo geeignet?

Grundsätzlich für alle, die bankenunabhängig und zu top Konditionen in Edelmetalle investieren möchten. Besonders bei kleinem Budget ist das Edelmetall-Abo interessant, weil man bereits ab 50 Franken pro Monat investieren kann.

Stösst die Möglichkeit für kleine Investitionen auf Interesse?

Das Edelmetall-Abo entspricht definitiv dem Bedürfnis unserer Kunden. Auch die letzte Edelmetallstudie der Universität St.Gallen (HSG) und philoro hat gezeigt, dass Kleinbeträge beim Anlegen in Edelmetalle immer beliebter werden. Übr-

gens sind vermehrt auch jüngere Menschen daran interessiert, in Gold oder andere Edelmetalle zu investieren.

Wie funktioniert das Edelmetall-Abo?

Kleinanleger können mit dem Edelmetall-Abo mit monatlichen Beträgen ab 50 Franken zum jeweils aktuellen Kurs in Gold und Silber investieren. Die entsprechenden Edelmetalle werden auf ein persönliches Depot gebucht und können bei Bedarf in der gewünschten physischen Form – zum Beispiel als Goldvreneli – entgegengenommen werden. Die Registrierung erfolgt via PC oder Handy vollkommen online. Nach der Freischaltung erhält man Zugriff auf das persönliche Dashboard, wo man stets den Überblick hat und auch jederzeit Einstellungen vornehmen kann.

Kann man die monatlichen Beträge anpassen oder müssen diese immer gleich bleiben?

Das Edelmetall-Abo ist absolut flexibel. Über das persönliche Kundenportal ist es möglich, den monatlichen Einzahlungsbetrag jederzeit anzupassen oder Sonderzahlungen vorzunehmen. Auch ist es möglich, die monatlichen Investitionen für bis zu drei Monate zu pausieren.

Was sind die Vorteile des Edelmetall-Abos?

Es sind die günstigen Konditionen und die Einfachheit, die es ausmachen. Bei monatlichen Investitionsbeträgen von bis zu 500 Franken fährt man viel günstiger, als wenn man die Edelmetalle auf dem klassischen Weg im Ladengeschäft kaufen würde. Auch die physische Auslieferung der Edelmetalle ist besonders einfach: Im Kundenportal kann man wählen, ob man sich einen bestimmten Betrag auszahlen lassen oder die Edelmetalle in physischer Form beziehen möchte.

Muss man für die physische Hinterlegung der Edelmetalle eine Lagergebühr bezahlen?

Für jede monatliche Investition wird zum entsprechenden Wert Edelmetall physisch in einem Hochsicherheitslager verwahrt. Bis zu einem Depotwert von 5000 Franken zahlt man keine Lagergebühren.

Wie kann man ein Edelmetall-Abo eröffnen?

Ein Edelmetall-Abo kann man einfach online unter www.edelmetallabo.ch eröffnen. Es braucht lediglich einen PC oder ein Handy mit Kamera, die Möglichkeit, eine SMS zu empfangen, und einen Ausweis. Mit der Eröffnung des Edelmetall-Abos ist der erste Schritt in eine goldene Zukunft getan.



Mehr Netzwerk, eine grössere Reichweite und ein Angebot für alle

Seit der Fusion des Switzerland Innovation Park Ost (SIP Ost) mit dem Startfeld profitieren auch etablierte Unternehmen von neuen Angeboten zur Innovationsförderung. Bei der Verantwortlichen für das Networking Center, Bärbel Selm, haken wir nach, welchen Nutzen sich daraus für innovative Unternehmen aus der Ostschweiz ergibt.

Bärbel Selm, der SIP Ost gehört zur nationalen Initiative «Switzerland Innovation». In welcher Beziehung steht ihr zueinander und wie arbeitet ihr zusammen?

Der Schweizerische Innovationspark ist eine von der Politik (Bund und Kantone), der Wissenschaft und der Privatwirtschaft gemeinsam betriebene Public-Private-Partnership-Initiative von nationaler Bedeutung. Die Dachorganisation «Switzerland Innovation» koordiniert und vernetzt die sechs über die Schweiz verteilten, eigenständigen Innovationsparks.

Der SIP Ost betreibt einen dieser sechs Standorte. Er beschleunigt Innovationen, indem er die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen, Start-ups, Hochschulen und Forschungsinstitutionen fördert und so die Umsetzung von Forschungsergebnissen in marktfähige Produkte vorantreibt. Dafür arbeitet der SIP Ost eng mit regionalen Forschungspartnern in den Bereichen Sensorik, Gesundheit und Digitalisierung zusammen.



Veranstaltung am SIP Ost

Das Startfeld und der SIP Ost haben fusioniert. Bedeutet dies, dass es das Startfeld und die Start-up Förderung nicht mehr gibt?

Natürlich gibt es das Startfeld noch! Die etablierte und wichtige Marke «Startfeld» lebt innerhalb des SIP Ost weiter. Startfeld enthält die gesamte Start-up Förderung unseres Parks, die noch weiter gestärkt wird.

Was hatte die Fusion für Auswirkungen auf das Innovations-Ökosystem?

Durch die Fusion stehen innovativen Unternehmen in der Ostschweiz – egal ob etablierte Unternehmen oder Start-ups – weitere Fördermöglichkeiten offen. Sie können auf ein umfangreicheres Ökosystem zugreifen, erhalten eine grössere Reichweite und finden mehr und spezifischere Anregungen und Erkenntnisse.

Wie kann man im Ökosystem des SIP Ost partizipieren?

- Netzwerkanlässe besuchen, an denen sich Gleichgesinnte und Experten aus unterschiedlichen Wissensgebieten kennenlernen und austauschen.
- An Workshops zu aktuellen Forschungsthemen teilnehmen, um neue Erkenntnisse zu gewinnen und mit Fachexperten zu sprechen.
- Veranstaltungen von Kunden in den inspirierenden Räumlichkeiten des SIP Ost besuchen
- Mieten von Sitzungs- und Büroräumen sowie Co-Working
- Member werden unter: www.innovationspark-ost.ch/member



Wie können nun innovative Unternehmen aus der Ostschweiz vom SIP Ost profitieren?

Das kommt darauf an, was sie brauchen. Für die einen funktionieren wir wie ein Match-Making für Unternehmen, indem wir sie mit passenden Experten zusammenbringen. Andere kommen zu uns, weil sie erkennen wollen, in welchen Bereichen sie noch innovatives Potenzial besitzen. Nochmals andere kommen auf ihrem bereits eingeschlagenen Weg nicht weiter und suchen Inspiration oder Rat, den wir mittels inspirierender Umgebung, Workshop oder Expertenwissen liefern können. So vielfältig wie die Ostschweiz ist, so vielfältig sind auch wir.

Gibt es Beispiele für solche Aktivitäten?

Zusammen mit unseren Forschungspartnern, der Empa, der Universität St. Gallen, dem Kantonsspital St. Gallen und der Ostschweizer Fachhochschule OST schaffen wir Mehrwerte für das Ostschweizer Ökosystem. So konnten wir gemeinsam mit der Empa einen Stand an der Olma betreiben, an welchem Besucher:innen aktuelle Innovationen rund um das Thema «Digital Twin» hautnah erleben konnten. Grosse Nachfrage erlangte zum Beispiel auch die Eventreihe mit dem Titel «Demenz geht uns alle an», die wir im vergangenen Herbst zusammen mit dem Seminar für Soziologie an der Universität St. Gallen durchführten.

Worauf fokussiert ihr euch in Zukunft?

In naher Zukunft fokussieren wir uns auf die Erweiterungsbauten des Parks. Kurzfristig entstehen hier im Ostflügel zusätzliche Flächen und Workshop-Räume, für die wir derzeit ein spannendes Veranstaltungsprogramm mit Vorträgen und Workshops zusammenstellen. Und auch abseits der Bauvorhaben sind wir mit unseren Forschungspartnern an innovativen Projekten dran. So viel sei schon mal gesagt: Wir werden alles daran setzen, um auch in Zukunft innovative Köpfe aus der Ostschweiz gekonnt miteinander zu verknüpfen!



Das grünste Rechenzentrum der Schweiz

Seit fünf Jahren ist das Datacenter der Rechenzentrum Ostschweiz AG in Gais nun in Betrieb. RZO-CEO Christoph Baumgärtner spricht über die Anfangszeit, herausfordernde Momente und das neue Engagement als Sponsor des LEADER Digital Awards.

Christoph Baumgärtner, das RZO ist neu Platinsponsor des LEADER Digital Awards. Weshalb engagiert sich das RZO bei einem solchen Anlass?

Ganz einfach: RZO sieht sich als Kommunikations-Hub und als «Enabler» für digitalen Lösungen in der Ostschweiz.

Welche Bedeutung haben solche Anlässe für die digitale Ostschweiz?

Ich halte es für wichtig, dass sich möglichst alle Marktteilnehmer und deren Möglichkeiten kennen. So entstehen immer wieder neue Ideen und Lösungsansätze. Dafür sind Veranstaltungen wie der LEADER Digital Award ideal.

Das RZO feiert dieses Jahr sein fünfjähriges Bestehen. Wie zufrieden sind Sie mit dem Verlauf der vergangenen Jahre?

Der Start war offen gesagt etwas harzig. Nachdem wir namhafte Kunden gewonnen hatten, nahm der Vertrieb aber Fahrt auf. Mund-zu-Mund-Propaganda war und ist schon immer die beste Werbung.

Wer gehört denn alles zu diesen Kunden?

Viele unserer Kunden wollen nicht genannt werden. Mit einigen haben wir jedoch auch sogenannte Case Studies gemacht, die

auch auf unserer Webseite zu finden sind. Unter diesen sind AR Informatik, Inventx, Geoinfo oder die Universität St.Gallen.

Nach dem harzigen Start kamen Corona und der Ukraine-Krieg. Welche Auswirkungen haben diese Ereignisse auf das RZO?

Eines der besten Verkaufsargumente ist und war schon immer die persönliche Führung durch unser Datacenter. Und genau dies war während der Pandemie nur noch eingeschränkt möglich. Die drohende Strommangellage im letzten Winter hat jedoch einen regelrechten Boom ausgelöst, um diesen Rückstand nun wieder kompensieren zu können.

Apropos Strom: Ein oft gehörter Vorwurf an Rechenzentren ist, dass sie regelrechte Stromfresser seien. Das RZO in Gais wird allerdings als «grünstes RZ der Schweiz» bezeichnet. Was macht es so «grün»?

Als Erstes möchte ich gerne eine Lanze für alle professionellen Colocation Datacenter brechen.

Nur zu ...

Wir benötigen den Löwenanteil des Stroms ja nicht für uns selbst, sondern für die IT-Geräte unserer Kunden. Diese Geräte



Christoph
Baumgärtner:

Regelrechter Boom.

würden auf jeden Fall Strom benötigen, egal, wo sie betrieben werden. Da der Strom zu beinahe 100 Prozent in Wärme umgesetzt wird, müssen die Geräte mit ausreichend kühler Luft versorgt werden. Da bei uns ein spezielles Kühlkonzept zum Einsatz kommt und Gais auf 920 m liegt, benötigen wir deutlich weniger zusätzlichen Strom für die Kühlung als andere Standorte.

«Die drohende Strommangel- lage hat einen regelrechten Boom ausgelöst.»

Wird auch die Abwärme genutzt?

Selbstverständlich! Diese kann zu einem erheblichen Teil wiederverwendet werden: Wir können jährlich 1,5 GWh an die benachbarte Berg-Käserei abgeben, die damit rund 18 Millionen Liter Milch verarbeitet und 1800 Tonnen Käse herstellen kann. Dass die ganze Gebäudehülle ausserdem eine Photovoltaik-Anlage ist, rundet das Konzept ab.

Lässt sich die Effizienz auch in anderen Zahlen als Kälteleistungen ausdrücken?

Die Effizienz wird bei Datacentern mit einem sogenannten PUE-Wert dargestellt (Power Usage Effectiveness, Energieverbrauchseffektivität). Dieser Faktor kann theoretisch zwischen 1 und unendlich liegen. Viele Untersuchungen haben gezeigt, dass ein durchschnittlicher Serverraum einen PUE-Wert zwischen 2.0 und 2.5 hat.

Was bedeutet dieser PUE-Wert genau?

Im konkreten Fall heisst das, dass zwei- bis zweieinhalbmal so viel Strom benötigt wird, wie die IT-Geräte selbst benötigen. Der Rest wird hauptsächlich für die Kühlung und für die unterbrechungsfreie Stromversorgung (USV) benötigt. Im RZO beträgt dieser PUE-Wert lediglich 1.15! Damit leisten wir einen

Neun Projekte im Final des LEADER Digital Award

Aus 42 Einreichungen hat die LEADER-Digital-Award-Jury 17 Nominierte selektioniert, die am 22. März ihr Projekt vor der Jury vorstellen konnten. Die Jurymitglieder haben nun neun Finalisten – je drei pro Kategorie – erkoren.

Bei den Unternehmen sind dies die **Fatzer AG**, Romanshorn, mit ihrem digitalen Seilprüfsystem TRUscan, die **Forster Rohner AG**, St.Gallen, mit ihrem volldigitalisierten Stickerei-Workflow und die **Kemaro AG**, Eschlikon, mit ihrem Reinigungsroboter K900. Bei den Start-ups sind die **Helga AG**, St.Gallen, mit ihrer Musikindustrie-Software helga.works, die **Quickpac AG**, St.Gallen, mit ihrer optimierten Letzte-Meile-Politik und die **Siresca AG**, Frauenfeld, mit ihrer Einmessungs-App für Elektroinstallateure dabei. Bei den Organisationen zählen der **Lehrmittelverlag St.Gallen**, Rorschach, mit seiner Web-App schulsportplaner.ch, das **SBW Haus des Lernens**, Romanshorn, mit seinem Tool für digitale Schülerkunst-Galerien und die **St.Galler Stadtwerke**, St.Gallen, mit ihrem automatisierten Einsatzoptimierungssystem für die Fernwärmeerzeugung zu den Finalisten.

Aus diesen werden am 4. Mai im Einstein St.Gallen die Sieger der jeweiligen Kategorien bekannt gegeben. Daneben wird auch noch ein Publikumspreis mit einem Live-Voting vergeben. Das Rechenzentrum Ostschweiz ist neuer Platinsponsor des Awards.



Tickets für die Award-Night sind unter leaderdigital.ch verfügbar.

wesentlichen Beitrag zur Energiewende. Oder anders ausgedrückt: Wenn unser Datacenter einmal voll ausgelastet ist, werden wir so viel Strom einsparen können, wie die ganze Gemeinde Gais benötigt.

Das RZO ist nicht nur «grün», sondern auch besonders sicher. Ganz plump gefragt: Können die Daten im RZO überhaupt gestohlen werden?

Wir haben tatsächlich ein sehr umfangreiches Sicherheitsdispositiv. Mit all unseren Massnahmen scheint es quasi unmöglich, «physisch» an die Daten heranzukommen. Unser Geschäftsmodell besteht ja darin, dass wir einen sicheren Ort mit genügend Strom und Kühlung zur Verfügung stellen und unsere Kunden ihre IT-Geräte selbst betreiben. Somit können sich unsere Kunden hauptsächlich auf die elektronische Sicherheit konzentrieren.

Wie soll sich das RZO in den kommenden Jahren weiterentwickeln?

Selbstverständlich haben wir Wachstumspläne und können bereits bis Ende Jahr an einem weiteren Standort in der Ostschweiz unsere Services anbieten.

Text: Patrick Stämpfli
Bild: Thomas Hary



Natal Schnetzer, MetroComm AG, Nicole Hasselwander, SAK, Eva De Salvatore, <IT>rockt!

Digital Conference Ostschweiz: Digitalisierung zum Anfassen

Am 15. Juni findet im Rechenzentrum Ostschweiz in Gais die erste Digital Conference Ostschweiz statt. Erwartet werden neben innovativen Ausstellern auch hochkarätige Referenten aus den Bereichen Informatik, Wirtschaft und Wissenschaft.

Das Rechenzentrum Ostschweiz (RZO), der Verein <IT>rockt! und das Ostschweizer Wirtschaftsportal LEADER feiern alle in diesem Jahr ein Jubiläum: Das RZO sein Fünfundzwanzigstes, <IT>rockt! das Zehnjährige und der LEADER feiert seinen 20. Geburtstag. Deswegen laden sie zusammen mit der St.Gallisch-Appenzellischen Kraftwerke AG (SAK) am 15. Juni 2023 zur ersten Digital Conference Ostschweiz in den Räumlichkeiten des RZO in Gais ein. Medienpartner des Anlasses ist der Ostschweizer Digital-Hub east#digital. Moderiert wird die Conference von Christoph Lanter.

Life Hack, ChatGPT und digitale Zwillinge

Neben einem abwechslungsreichen Rahmenprogramm und Ausstellern, die ihre trendigen Digitalisierungslösungen vorstellen, können sich die Besucher der Digital Conference Ostschweiz auch auf spannende Referate von interessanten Persönlichkeiten freuen.

Krisenexpertin Bettina Zimmermann (CEO/Mitinhaberin GU Sicherheit & Partner AG) erklärt nach einem Live Hack von GObugfree, was Unternehmen nach einem Cyberangriff tun können und wie man sich darauf vorbereiten kann. Zukunftsforscher Stephan Sigrist (Gründer Thinktank W.I.R.E.) blickt unter dem Motto: «ChatGPT ist nur den Anfang» tief in die Welt der künstlichen Intelligenz und Marcel Salathé (Leiter digitale Epidemiologie, ETH Lausanne) nimmt die Besucher in seinem Referat mit in das Universum digitaler Zwillinge und zeigt auf, was damit alles möglich ist. Zudem werden in verschiedenen Verticals und Podien aktuelle Digital-Themen vertieft behandelt. Moderiert werden diese Side Events von Isabel Schorer, Agenturleiterin Farner St.Gallen und Vorstandsmitglied Verein Ostwärts. Und natürlich kommt an der Digital Conference Ostschweiz auch die Kulinarik nicht zu kurz. Bei lokalen Gaumenfreuden können sich die Besucherinnen und Besucher austauschen, netzwerken oder einfach nur geniessen.

Digitalisierung betrifft uns alle

«Die Digitalisierung mit all ihren Facetten, wie künstliche Intelligenz, Datensicherheit, Ortsunabhängigkeit, Prozessoptimie-

rungen und vielem mehr stellt für beinahe alle Unternehmen eine grosse Herausforderung dar. Kein Unternehmen kann sich vor diesen Themen verschliessen und muss sich aktiv damit auseinandersetzen. Die Digital Conference Ostschweiz nimmt diese Themen in geraffter Form auf und bietet den Unternehmen fokussiert eine Plattform», sagt Daniel Lehmann, Leiter des Amts für Wirtschaft und Arbeit des Conference-Gastkantons Appenzell Ausserrhoden, für den die Digitalisierung ebenfalls ein zentrales Thema ist. So verfügt Appenzell Ausserrhoden bereits über ein flächendeckendes LoRa-Netz (IoT-Netz) und die Verwaltung beschäftigt sich intensiv mit der Einführung des E-Governments. «Die Durchführung des Events in Appenzell Ausserrhoden zeigt die Bedeutung der Digitalisierung in unserem Kanton. Das Amt für Wirtschaft und Arbeit wird deshalb mit Sicherheit an diesem Anlass vertreten sein», so Lehmann.

Plattform für lokale Unternehmen

«Die Digital Conference Ostschweiz wartet nicht nur mit interessanten Referaten und Side Events auf, sondern ermöglicht Unternehmen auch, sich in diesem spannenden Umfeld zu präsentieren. Sei das in Form eines Sponsorings oder als Aussteller», erklärt Verleger Natal Schnetzer, Inhaber der LEADER-Herausgeberin MetroComm AG. Die MetroComm AG betreibt seit 2019 auch den Digital-Hub eastdigital.ch und gibt der digitalen Ostschweiz damit eine bislang einmalige Plattform.

Tickets ab sofort erhältlich

Der Ticketpreis für die Digital Conference Ostschweiz beträgt 290 Franken pro Person. Im Preis inbegriffen sind ein Frühstück, ein Mittagessen sowie ein Apéro am Ende der Veranstaltung. Da die Anzahl der Plätze begrenzt ist, lohnt sich eine rasche Anmeldung. Teilnehmer der Konferenz sind zudem ab 17.45 Uhr eingeladen, am RZO-Networking-Grillfest teilzunehmen. Hier treffen sich weitere Kunden und Partner des RZO sowie Interessierte aus Politik und Wirtschaft.

Weitere Informationen für Besucher, Aussteller und Sponsoren sowie zum Ticketkauf finden Sie auf digitalconference.ch.





Oldtimer fahren für einen guten Zweck

Die 8. Charity Classic des Kiwanis-Club Weinfelden vom 8. Juli steht auch 2023 unter dem Motto «Fahrspass für einen guten Zweck». Der Erlös der traditionellen Benefizveranstaltung kommt dem Ostschweizer Kinderspital zugute.

«Wir machen alles selbst» ist dabei der Leitsatz des Kiwanis-Club Weinfelden. Etwa 60 Personen – Mitglieder, Partner, Mitarbeiter und Freunde – helfen beim Auf- und Abbau der Infrastruktur und bei der Essensvorbereitung, servieren die Mahlzeiten, erstellen das Roadbook, betreuen Start, Ziel und die Wertungsprüfungen. «So gelingt uns bei jeder Durchführung ein tolles Resultat», sagt Claude Schönherr, Projektleiter für die Charity Classic beim KC Weinfelden.

Neue Musikinstrumente fürs Kispi

Seit 2009 wird die Charity Classic alle zwei Jahre durchgeführt. Es starten jeweils rund 75 Old- und Youngtimer zur Rallye mit Wertungsprüfungen. «Wir sind dankbar für die grosse Unterstützung der Oldtimer-Fans. Fahrspass und der Benefizgedanke sind bei ihnen tief verankert», freut sich Schönherr.

Mit dem Erlös der Benefizveranstaltung unterstützt der Kiwanis-Club Weinfelden heuer das Ostschweizer Kinderspital, damit Musikinstrumente für Therapien angeschafft werden können. Die Musik- und Kunsttherapie ist als ergänzende Behandlungsmethode für Frühgeborene bis zu jungen Erwachsenen anerkannt.

Von Weinfelden ins Tösstal

Am Samstag, 8. Juli, starten beim Pestalozzi-Schulhaus in Weinfelden Oldtimerfahrzeuge bis Baujahr 1991 ab 9 Uhr im Minutentakt. Mithilfe eines Roadbooks geht's am Morgen ins Thurgauer Hinterland bis ins Tösstal und zurück zum Mittagessen nach Weinfelden. Am Nachmittag geht es entlang des Seerückens bis in die Region Andelfingen und teilweise der Thur entlang ins Ziel zurück nach Weinfelden. Die Zieleinfahrt wird ab 16 Uhr beim Schulhaus Pestalozzi erwartet, wo die Fahrzeuge anschliessend ausgestellt werden.

Gewertet werden die Resultate der Durchfahrtskontrollen und mehrerer Wertungsprüfungen auf der rund 190 km langen Strecke. Die besten Teams werden im Rahmen eines gemeinsamen Nachtessens am Zielort geehrt.

Startplatz mit Oldtimer zu ersteigern

Wie verträgt sich eine Oldtimer-Rallye mit Klimaschutz und Nachhaltigkeit? «Einerseits sind die Oldtimer seit vielen Jahren im Einsatz und haben daher eine lange «Lebensdauer», andererseits konnte das OK mit der Horag Hotz Racing AG einen Partner in Sachen fossilfreiem Kraftstoff gewinnen», sagt Claude Schönherr. Diverse Teilnehmer starten mit dem neuen alternativen Treibstoff «P1» im Tank ihrer Classics, der zu etwa 85 Prozent CO₂-neutral ist.

Dank des Sponsorings der Rent a Classic GmbH, der grössten Schweizer Oldtimermietplattform, und der Unterstützung von RicardoForGood, einer Benefizaktion der Versteigerungplattform Ricardo, versteigert das OK der Charity Classic im Mai einen Startplatz inkl. Oldtimer. Somit kann auch ein Team ohne Oldtimer- oder Rallye-Erfahrung in den Genuss dieses einmaligen Erlebnisses kommen und tut erst noch etwas Gutes. Auch der Erlös der Versteigerung geht vollumfänglich zugunsten des Kinderspitals. ricardo.ch/de/shop/charity-classic



Bis zum 2. Juli kann man sich für die **8. Charity Classic Weinfelden** unter charity-classic.ch anmelden.

Kiwanis ist eine weltweite Vereinigung, die Mitglieder setzen sich durch uneigennützige Dienste dafür ein, den Kindern und Jugendlichen auf unserer Welt eine Chance zu geben.

Das gemeinsame Motto lautet: «Serving the children of the world». Der **Kiwanis-Club Weinfelden** wurde 1997 gegründet, zählt rund 35 Mitglieder und setzt sich für Kinder sowie Benachteiligte ein. kcweinfelden.ch



Porsche Passion Day St.Gallen 2023



Zur Bildergalerie

Am 1. April feierte Porsche sein 75-Jahre-Jubiläum mit dem schweizweiten «Passion Day». Dabei konnte die Geschichte der Ikonen aus Zuffenhausen live erlebt werden. Fotografiert für den LEADER im Porsche Zentrum St.Gallen hat Thomas Hary.





IHK Business Outlook 2023

Zur Bildergalerie



Am IHK Business Outlook diskutierten Korpskommandant Thomas Süssli, HSG-Professor Christoph Frei, Mirko Lehmann (Endress+Hauser) und Franziska Tschudi Sauber (Weidmann) unter der Moderation von IHK-Direktor Markus Bänziger die «Sicherheit im Kontext des Aussenhandels». Fotografiert für den LEADER am 23. März im Pfalz Keller St.Gallen hat Thomas Hary.



WISG-General- versammlung 2023

Am 20. März führte die Wirtschaft Region St.Gallen ihre ordentliche GV durch. Dabei lösen Nayla Stössel und Alexander Morant als Co-Präsidenten David Ganz (Präsident) und Andreas Pfister (Vizepräsident) im WISG-Vorstand ab. Fotografiert bei der Fortimo für den LEADER hat Thomas Hary.

Zur Bildergalerie





Immo Dialog Ost 2023

Nach der Premiere des ehemaligen Ostschweizer Immobiliengesprächs im vergangenen Jahr trafen sich am 30. März Vertreter der Immobilienbranche erneut in St.Gallen zum Austausch und Netzwerken. Namhafte Referenten gaben beim «Immo Dialog Ost» vertiefte Einblicke in den Ostschweizer Immobilienmarkt. Fotografiert für den LEADER in der Olmahalle 9.2 hat Thomas Hary.

Zur Bildergalerie



0,12 Prozent

Die Schweiz will wieder einmal die Welt retten. Diesmal vor dem «Klima». Das «Klimaschutzgesetz», über das wir am 18. Juni abstimmen, soll bis 2050 unsere Netto-Treibhausgasemissionen auf null reduzieren.

Die Schweiz ist verantwortlich für 0,12 Prozent des weltweiten CO₂-Ausstosses. Trotzdem sollen wir bis 2050 Netto-Null Treibhausgasemissionen erzeugen. Für diese «Dekarbonisierung» will man die fossilen Energieträger wie Öl, Gas, Benzin oder Diesel beim Verkehr, beim Heizen und in der Industrie verbieten. Dabei werden 60 Prozent der heute in der Schweiz verbrauchten Energie aus fossilen Energieträgern gewonnen. Man will also Benzin- und Dieselmotoren genauso verbieten wie Öl- und Gasheizungen.

Das heisst vor allem, dass es künftig noch mehr Strom braucht. Und das, obwohl wir schon jetzt nicht wissen, woher die Elektrizität kommen soll, die wir brauchen – ohne die «Dekarbonisierung» und obwohl wir immer noch vier Kernkraftwerke am Netz haben. Aber die müssen ja auch noch weg. Neue Windparks oder Gross-Photovoltaikanlagen? Ja bitte gerne, aber doch nicht hier: Die gleichen Kreise, die Brennstoffe verteufeln, steigen gegen «grüne» Energie auf die Barrikaden.

«Die Inquisition arbeitet heute in der Abteilung Klima.»

Thom Renzie, deutscher Autor (*1959)

Ausstieg aus Kern- und fossiler Energie und gleichzeitiger Widerstand gegen jede Form des Ausbaus von erneuerbaren Energieträgern bringen die Energiekosten zum Explodieren. Gemäss einer ETH-Studie steigen die Energiekosten mit dem «Klimaschutzgesetz» von heute rund 3 000 auf bis zu 9 000 Franken pro Kopf und Jahr.

Aber auch unsere Firmen würden leiden. Schweizer Unternehmen haben bereits heute aufgrund der hohen Lohn- und Produktionskosten Mühe, mit der ausländischen Konkurrenz mitzuhalten. Wenn wir die Energie künstlich verknappen und die Energiekosten verteuern, werden mehr Unternehmen ins Ausland abwandern. Dort steht teilweise dreckigster Strom viel günstiger zur Verfügung.

Der Umbau unseres Landes auf «Netto Null» soll laut einer Studie der Bankiervereinigung 387 Milliarden Franken kosten. Dazu kommen 37 Milliarden Franken für den Netzausbau. Wer das bezahlen soll? Raten Sie mal.

Stephan Ziegler
LEADER-Chefredaktor



LEADER

3/2023

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

Verleger:	Natal Schnetzer
Chefredaktor:	Stephan Ziegler, Dr. phil. I sziegler@metrocomm.ch
Autoren:	Philipp Landmark, Marion Lohrer, Patrick Stämpfli, Miryam Koc, Stephan Ziegler, Michael Götte, Stefan Schneider, Robert Nef, Michael Steiner, Roland Rino Büchel, Sven Bradke
Fotografie:	Thomas Hary, Marlies Thurnheer, Gian Kaufmann, 123RF, Pixabay, zVg
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 www.metrocomm.ch leader@metrocomm.ch
Geschäftsleitung:	Natal Schnetzer nschnetzer@metrocomm.ch
Verlags- und Anzeigenleitung:	Oliver Iten oiten@metrocomm.ch
Marketingervice/ Aboverwaltung:	Fabienne Schnetzer info@metrocomm.ch
Abopreis:	Fr. 60.- für 18 Ausgaben
Erscheinung:	Der LEADER erscheint 9 x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni, August, September, Oktober, November/Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben
Gestaltung/Satz:	MetroComm AG
Produktion:	Ostschweiz Druck AG, Wittenbach

Die mit «Profil» gekennzeichneten Beiträge gelten als 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



MADE IN
ST GALLEN

Digital Conference Ostschweiz

15. Juni 2023

Erlebe inspirierende Referate, eine innovative Ausstellung und lokale Kulinarik.

ab 9.00 bis 10.00

Zmorge und Hausmesse

Mit Frühstück, Kaffee und tollen Gesprächen in den Tag starten!



Bettina Zimmermann
CEO und Mitinhaberin
der GU Sicherheit &
Partner AG

10.00 bis 10.15

Grusswort der Veranstalter

Sönd willkomm in Gais – wir feiern, du profitierst

10.15 bis 11.45

Cyber Security – wie reagiere ich als Unternehmen im Ernstfall?

Live Hack GObugfree & Bettina Zimmermann
Die Krisenexpertin zeigt uns, was im Falle eines Falles zu tun ist!



Christina Kistler
CCO und Partnerin der
GObugfree AG

12.00 bis 13.15

Mittagessen, Networking und Hausmesse

Es wird schmackhaft und an den verschiedenen Ständen gibt es vieles zu entdecken!



Dr. Stephan Sigrist
Stratege und Gründer
des Think Tanks W.I.R.E.

13.30 bis 14.15

ChatGPT ist nur der Anfang

Dr. Stephan Sigrist lässt uns tief blicken in die Welt der künstlichen Intelligenz!



Prof. Marcel Salathé
Pionier im Bereich der
künstlichen Intelligenz,
Epidemiologe

14.15 bis 15.00

Pause

Schnell noch eine feine Stärkung bevor wir wieder eintauchen!

15.00 bis 16.30

Digitale Zwillinge und Podium

Prof. Marcel Salathé nimmt uns mit in das Universum digitaler Zwillinge. Anschliessend Podium.

16.30 Bekanntgabe Digital Shaper of the year

Der Jubiläums-Ticketpreis beträgt 290 CHF. Die Anzahl der Plätze ist begrenzt.

ab 16.45 bis 17.45

Apéro, Networking und Hausmesse

Setze deine Entdeckungsreise fort und geniesse den Abend!

ab 17.45 🍷 RZO Networking Grillfest



Melde dich jetzt an.
Wir freuen uns auf dich!
dcono.ch



WAS MACHT EINE ROLEX ZU EINER ROLEX?

Es sind nicht die Rädchen. Es ist nicht der Stahl, den wir bearbeiten, oder das Gold, das wir schmieden. Es ist nicht die Summe aller einzelnen Teile, die bei uns mit ständiger Aufmerksamkeit und zahlreichen Fertigkeiten von Hand entworfen, gefertigt, poliert und zusammengesetzt werden. Es ist die Zeit, die es erfordert. Die vielen Tage

und Monate, die nötig sind, bis wir schliesslich dieses eine Wort auf jedes einzelne Zifferblatt drucken können, das unsere Werkstätten verlässt: *«Superlative»*. Es ist das Zeichen unserer Autonomie, unserer Verantwortung, unserer Integrität. Denn das ist alles, was wir machen. Aber wir machen es alles. Damit Sie es sich zu gegebener Zeit zu eigen machen können.

#Perpetual


HUBER


ROLEX