AXA
Risiko-Management als Basis
Ihres unternehmerischen Erfolgs?
Jetzt mehr erfahren:

Ihre Immobilie + Unsere geprüften Kunden = Erfolgreich verkauft
IMMOLEAGUE®
national & international

LEADER

DAS OST ER UNTERNEHMERMAGAZIN

leaderdigital.ch
Mai 4 / 2025
Preis CHF 8.50
22. Jahrgang

Martin Fengler
Erfolg mit hochpräzisen Wetterdaten

Start-up-Landschaft Ostschweiz
Magische Start-ups wachsen auf dem Boden der Realität

Fokus Wirtschaftsraum Thurgau
Zwischen Exportdruck und Innovationsstau

Helvetia
Abschied von St.Gallen

MIT RÜCKBLICK
LEADER Digital Award

Geplant für uns.
Gebaut für Sie.
www.dd-immo.swiss
D+D
IMMOBILIEN

säntis
der berg

Meine Inspiration
Mein Säntis

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

Starke Nerven, kluger Kurs

Die Resultate der aktuellen Umfrage der Industrie- und Handelskammern St.Gallen-Appenzell und Thurgau zum Thema US-Zölle lassen aufhorchen – aber keineswegs verzweifeln. Ja, die Zahlen sind ernst zu nehmen: 90 Prozent der befragten Unternehmen erwarten negative Auswirkungen, mehr als die Hälfte rechnet mit konkreten Umsatz- und Margeneinbussen. Doch wer genauer hinschaut, entdeckt nicht nur Risiko, sondern auch eine beeindruckende Reife im Umgang damit.

Denn die Ostschweizer Wirtschaft reagiert nicht mit Panik, sondern mit Weitsicht: Die Unternehmen analysieren die Lage nüchtern, führen gezielte Kundengespräche, justieren Preise, optimieren Prozesse. Mehr als 60 Prozent haben noch keine abschliessenden Massnahmen beschlossen – nicht aus Untätigkeit, sondern weil sie genau wissen: Jetzt gilt es, klug zu navigieren, nicht übereilt zu reagieren. Ostschweizer Unternehmer wissen, wie man in schwierigen Gewässern den Kurs hält.

Dabei kommt ihnen zugute, was unsere Region schon immer ausgezeichnet hat: ein solider industrieller Kern, internationale Erfahrung, Innovationsfreude – und eine gewisse stoische Gelassenheit. Die Ostschweiz hat bereits andere Krisen gemeistert – mit Eigenverantwortung, Pragmatismus und Tatkraft.

Erfreulich ist auch die politische Komponente: Die Gespräche zwischen Bundespräsidentin Karin Keller-Sutter, Wirtschaftsminister Guy Parmelin und US-Finanzminister Scott Bessent sind ein wichtiges Signal. Dass die Schweiz als vertrauenswürdige Verhandlungspartnerin gilt, stärkt die Position unserer Exportwirtschaft und zeigt: Wir sind nicht allein.

Und selbst wenn keine rasche Lösung in Sicht ist – fast die Hälfte der Unternehmen sieht in der Herausforderung auch eine Chance: für neue Märkte, neue Geschäftsmodelle, neue Wege. Wer jetzt in die Diversifikation investiert, sich breiter aufstellt, gewinnt strategische Stärke für die Zukunft.

Natal Schnetzer, Verleger

Anzeige

COFOX Office
Bürotechnik für schlaue Füchse

COFOX: Ihr cleverer Partner im Fleet Management.

Viele KMUs kennen es: Je mehr Geräte im Einsatz sind, desto mehr fehlt die Übersicht. Mit unserem COFOX Fleet Management haben Sie den Workflow schnell wieder im Griff. Mit unserer intelligenten Software-Lösung sorgen wir dafür, dass Ihre Druckergeräte sicher und kostensparend funktionieren.

So erhöhen Sie die Effizienz in Ihren Unternehmen: Dank unseres schnell implementierbaren Software-Agenten müssen Sie sich keine Sorgen mehr um den Tonerfüllstand machen. Sobald dieser 20 % erreicht, liefern wir automatisch Ersatz. Und auch die präzise Abrechnung der variablen Kosten bringt Transparenz in Ihre Druckkostenverwaltung.

Möchten Sie Ihre internen Druckprozesse effizienter gestalten?
Sprechen Sie mit uns.

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

St. Gallen | Zizers | Scuol | Schaffhausen

cofox.ch

Berit-Klinik wird Stadionsponsorin des FCSG

Der FC St.Gallen 1879 hat eine neue Namensgeberin für sein Stadion gefunden: Ab Sommer 2026 übernimmt die Berit Klinik AG das Naming-Right für acht Jahre – als Nachfolgerin der Kybun-Joya-Gruppe.

Die Berit Klinik aus Speicher feiert 2025 ihr 50-jähriges Bestehen – mit neuem Markenauftritt, einer Säntisbahn-Gondel im modernisierten Berit-Design und einer besonderen Partnerschaft: In einem guten Jahr wird sie Naming-Partner des Stadions des FC St.Gallen 1879.

Für den Verwaltungsratsdelegierten und CEO Peder Koch ist die neue Partnerschaft ein Herzensanliegen: «Wir wollen der Ostschweiz etwas zurückgeben – und danken für 50 Jahre Vertrauen, Unterstützung und Wertschätzung.» Die Namenswahl für das Stadion soll gemeinsam mit dem FCSG und seinen Fans erfolgen. Auch FCSG-Präsident Matthias Hüppi zeigt sich erfreut: «Mit der Berit Klinik haben wir einen Partner gefunden, der unsere Werte teilt und in der Region tief verankert ist.»

Gemeinsam wolle man einen Stadionnamen finden, der sowohl die Identität des Vereins als auch die Partnerschaft mit Berit widerspiegelt.

Dass die Fans bei der Namenswahl mitreden dürfen, unterstreicht die tiefe Verwurzelung der Klinik und des FCs in der Region. Berit bringt sich dabei bewusst als Partnerin ein, die den Club, seine Geschichte und seine Anhänger versteht. Bis zur Enthüllung des neuen Stadionnamens im Juli 2026 bleibt genügend Zeit für kreative Ideen.

Text: Stephan Ziegler
Bild: zVg

Inhalt

10 Spotlight
Wichtiges in Kürze

12 Verbandelt
Auf einen Kaffee mit Ruedi Thomann

15 Vernetzt
Im Chat mit Markus Rutz

16 east#digital
Die Ostschweiz 2.0

18 Brisant
Warum Unternehmen St.Gallen den Rücken kehren

22 Schwerpunkt Start-up-Landschaft Ostschweiz
Magische Start-ups wachsen auf dem Boden der Realität

46 Fokus Wirtschaftsraum Thurgau
Zwischen Exportdruck und Innovationsstau

80 Adrian Spillmann
So macht Bühler Batterien effizienter

82 Helvetia
Abschied von St.Gallen

86 Yannick Brunner, Stefan Schneider und Heini Seger
«Nachfolge ist kein Ereignis, sondern ein Prozess»

90 Benjamin J. Fuchs
Webmaschinen, Wandel und Weitblick

96 Rückblick
Barcamp St.Gallen, KGV-SG-Delegierten-versammlung, Mitgliederversammlung IT rockt!, Generalversammlung IHK Thurgau

98 LEADER Digital Award
Digitale Business-Modelle im Schaufenster

122 Schlusspunkt
Realitätsverweigerung

Anzeige

Mehr
als Reinigung.
Easy.

Mehr auf pronto-ag.ch

pronto
Wir verstehen mehr
als Reinigung.

Alles, was recht ist

Mit der am 1. Januar 2023 in Kraft getretenen Aktienrechtsrevision hat der Gesetzgeber die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Durchführung von virtuellen und hybriden Generalversammlungen modernisiert und erstmals klar geregelt.

Für Unternehmen und Unternehmer stellt sich damit die Frage: Sind Sie organisatorisch und statutarisch bereit, von diesen neuen, praktischen Möglichkeiten zu profitieren? Eine virtuelle GV findet vollständig im digitalen Raum mit elektronischen Hilfsmitteln statt, ohne physischen Versammlungsort. Die Aktionäre üben ihre Rechte ausschliesslich online aus. Dafür braucht es allerdings eine statutarische Grundlage. Besteht eine solche, kann der Verwaltungsrat entscheiden, ob die GV virtuell abgehalten werden soll.

Auch möglich ist die Durchführung einer hybriden GV. Sie kombiniert eine physische Versammlung mit der Möglichkeit der elektronischen Fernteilnahme. Diese Form kann der VR auch ohne statutarische Grundlage anordnen. Ein gesetzlicher Anspruch der Aktionäre auf Online-Teilnahme besteht allerdings nicht – ausser die Statuten räumen einen solchen ausdrücklich ein. Allerdings muss sichergestellt werden, dass die Teilnahme mit elektronischen Hilfsmitteln auch tatsächlich funktioniert. Führt etwa eine flächendeckende Störung dazu, dass die GV nicht ordnungsgemäss abgehalten werden kann, sind Beschlüsse grundsätzlich zu wiederholen. Individuelle Verbindungsprobleme bei einzelnen Aktionären gelten in der Regel jedoch nicht als Hinderungsgrund.

Dr. Nicolas Buob, Rechtsanwalt und Notar, Stach Rechtsanwälte AG, St.Gallen

Klartext von Beni: Wandel und Schocks

Für die exportorientierte Wirtschaft war die Ankündigung der amerikanischen Zölle ein Schock. Dank des Gegendrucks der Finanzmärkte hat Donald Trump seine Pläne nochmals auf den Prüfstand gestellt. Aber allein die Tatsache, dass die wirtschaftliche und militärische Führungsmacht der westlichen Welt derart sprunghaft und unberechenbar agiert und globale Handelskonflikte auslöst, führt zu erheblichen Unsicherheiten, die weder für das Investitionsklima noch für die Konsumstimmung positiv sind.

Die Ostschweizer Wirtschaft ist ein zentraler Pfeiler der Schweizer Industrie. Der Erfolg des industriellen Ökosystems beruht in der Schweiz auf Innovation, liberalem Arbeitsmarkt, Berufsbildung und sicheren Marktzugängen, die für die hoch diversifizierten industriellen Wertschöpfungsketten zentral sind.

Die ersten drei Punkte haben wir weitgehend selber in der Hand. Für sichere Marktzugänge braucht es Handelsverträge. In der hoch dynamischen Region Südostasien haben wir mittlerweile mit den meisten Staaten Verträge, mit China aktualisieren wir das Freihandelsabkommen. Das Abkommen mit Indien hat das Parlament genehmigt und die Verträge mit Mercosur (Argentinien, Brasilien, Uruguay, Paraguay) sind auch auf gutem Weg.

Darüber hinaus ist der diskriminierungsfreie Zugang zu unserm klar wichtigsten Markt – Europa – weiterhin von zentraler Bedeutung. Wir haben uns mit dem bilateralen Weg im Spannungsfeld zwischen wirtschaftlichen Interessen und Souveränität gut und erfolgreich eingerichtet. Wir verdienen mit Güterexporte in die EU 12´200 Euro pro Kopf, umgekehrt sind es für die EU nur 270 pro Kopf. Nun muss es darum gehen, diesen Weg erfolgreich weiterzuentwickeln. Scheitert der bilaterale Weg, führt dies zu einem wesentlich grösseren Schock als die amerikanischen Zölle. Die Ostschweiz mit ihrer starken und exportorientierten Industrie wäre übermässig betroffen.

Die heute 330´000 Arbeitsplätze in der Maschinen- Elektro und Metallindustrie sichern wir nicht nur mit dem Binnenmarkt Schweiz, dafür braucht es auch sichere Marktzugänge in alle Regionen der Welt.

Beni Würth, Ständerat SG (Die Mitte)

Regli ist Verwaltungsratspräsident
Beat Kölbener hat auf die Generalversammlung vom 26. April 2025 seinen Rücktritt als Verwaltungsratspräsident der Appenzeller-Alpenbitter-Herstellerin Emil Ebneter & Co. AG eingereicht. Als Nachfolger wählte die Aktionärsversammlung Walter Regli.

Strässle ist neue Präsidentin
An der GV des SVIT Ostschweiz wurde Claudia Strässle einstimmig zur Präsidentin gewählt; sie folgt auf Thomas Mesmer. Strässle ist Immobilienbewirtschafterin und -bewerterin sowie Inhaberin und Geschäftsführerin der Strässle Immobilien-Treuhand GmbH in Wängi.

Schär soll CEO werden
Mit der geplanten Ernennung von Samuel Schär zum CEO ab Januar 2026 sichert die Uzwiler Bühler Group ihre Führungsnachfolge. Schär trat vor 20 Jahren bei Bühler ein, 2013 wurde er in die Konzernleitung berufen. Zuletzt leitete er die weltweite Services-&-Sales-Organisation.

Kubli wird Geschäftsführer
Der Verwaltungsrat der Pizolbahnen AG hat Christian Kubli zum Geschäftsführer ernannt. Der ausgebildete Maschinenmechaniker mit Weiterbildungen zum Techniker und Wirtschaftsingenieur wird seine Position am 1. Juni 2025 antreten.

Hälg übernimmt Leitung
Nach fast zehn Jahren an der Spitze übergibt Heimat-Gründer Roger Koch die operative Führung der Steinacher Tabak- und Hanfmarke an seinen langjährigen Wegbegleiter Christian Hälg. Hälg soll Heimat in eine neue Ära der Eigenständigkeit und des stärkeren internationalen Wachstums führen.

Kopf des Monats

Stefan Frei

Nach 29 Jahren Engagement hat Stefan Frei sein Amt als Verwaltungsratspräsident der Alpha Rheintal Bank niedergelegt – als letztes verbliebenes Gründungsmitglied und prägende Persönlichkeit einer Erfolgsgeschichte, die eng mit seinem Namen verbunden ist.

Stefan Frei startete seine Laufbahn bei der ARB als Vorsitzender der Geschäftsleitung und übernahm 2020 das Verwaltungsratspräsidium. Unter seiner Führung entwickelte sich die ARB zu einer der stärksten Regionalbanken der Schweiz. Ein strategischer Meilenstein war 2018 die Integration der Volksbank St.Margrethen, die das Filialnetz und die Position im Rheintal markant stärkte.

An der Generalversammlung 2025, die gleichzeitig das 25-Jahre-Jubiläum der Bank markierte, wurde sein Rücktritt offiziell bekannt gegeben. Sein Abschied war geprägt von einem Mix aus Emotion und Humor. In seiner Rede erinnerte Frei sich an frühe Sitzungen mit ganz praktischen Fragen – etwa zur Platzierung von Aschenbechern – und zeigte damit, dass Führung nicht nur Strategie, sondern auch Menschlichkeit bedeutet. Wegbegleiter würdigten ihn als analytischen Denker mit tiefem Bezug zur Region, der stets die Balance zwischen unternehmerischer Klarheit und kollegialem Stil fand.

Auch nach seinem Rücktritt bleibt Frei der Bank verbunden: Die Investitionen in den Neubau des Hauptsitzes in Berneck, der 2026 starten soll, tragen noch seine Handschrift. Der Ex-VRP verabschiedete sich mit einem Rucksack voller Pläne: Mehr Zeit für Familie, Natur und die vielen Wege, die man nicht als Bankpräsident, sondern als Privatmensch beschreiten kann.

Stefan Frei, Bankier

Spotlight

Maestrani kauft Chocolat Ammann

Die Maestrani Schweizer Schokoladen AG übernimmt per August 2025 im Zuge einer Nachfolgeregelung die Tätigkeiten der Chocolat Ammann AG aus Heimberg BE und verlegt deren Produktion an ihren Standort Flawil. Die traditionsreiche Marke Chocolat Ammann geht damit ins Portfolio von Maestrani über – die Zukunft der beliebten «Mohrenköpfe» ist somit gesichert.

S. Müller Holzbau AG feiert Tag der offenen Tür

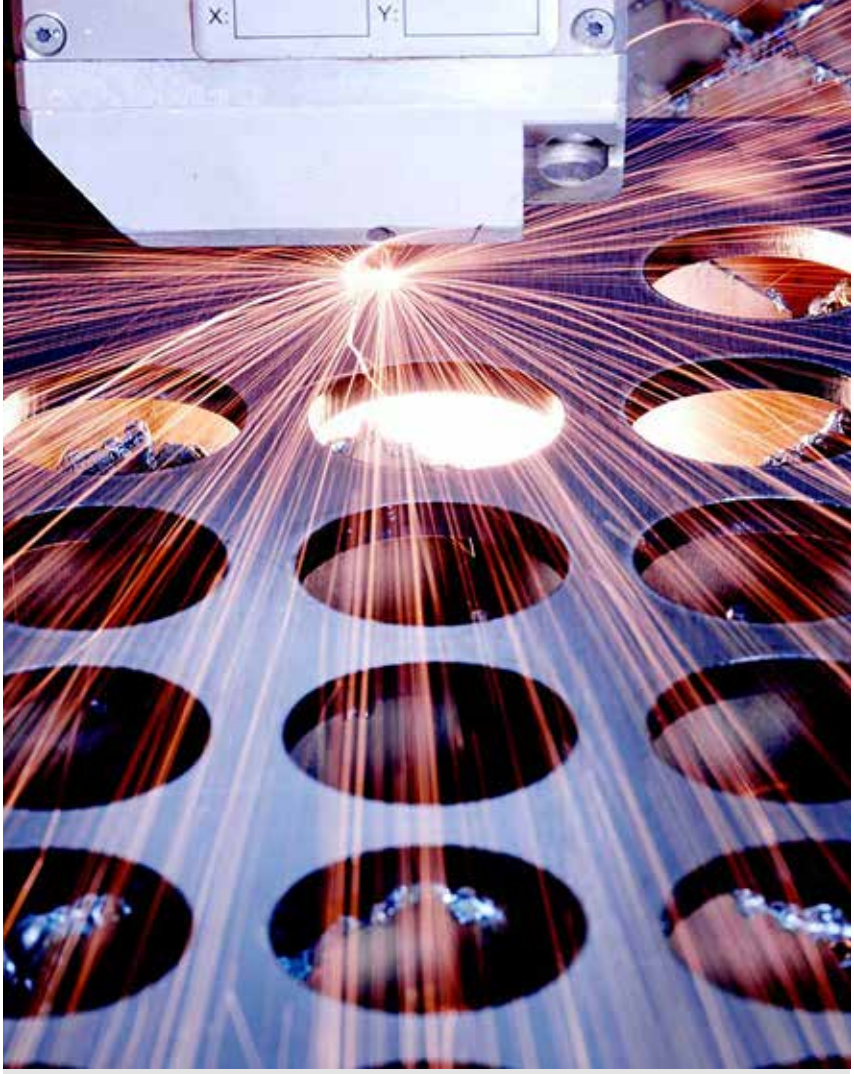
Am 24. Mai lädt die S. Müller Holzbau AG von 10 bis 17 Uhr an ihren Firmenstandort an der Sirnacherstrasse 6a in Wil ein. Besucher erhalten Einblicke in modernste Holzbau-Technik, die Arbeitswelt des Unternehmens und ein abwechslungsreiches Familienprogramm – inklusive Begegnung mit Schwinger Damian Ott.

Swisca gewinnt «IAOM Best of Show Award»

Das Appenzeller Unternehmen Swisca wurde an der diesjährigen International Association of Operative Millers Expo in Oklahoma City mit dem Best of Show Award ausgezeichnet – dem prestigeträchtigsten Innovationspreis der Branche. Der Plansichter «Sifto» überzeugte das Fachpublikum mit seinem modularen Aufbau und einer neuartigen Siebtechnologie.

Der Industrieweg Rheintal ist eröffnet

Seit dem 10. Mai lässt sich die Geschichte der Industrialisierung des Rheintals auf einem Höhenweg nachwandern und nacherleben – auf 23 Tafeln zwischen Rheineck und Rüthi.



Almega will neue Perspektiven bieten

Nach dem Produktionsstopp und der Konkurseröffnung der Comcanapro AG (vormals Schlegel AG) in Goldach am 3. März 2025 setzt die Almega Metalltechnik AG ein Zeichen der Unterstützung: Das Unternehmen aus Weinfelden bietet den betroffenen Mitarbeitern (und Kunden) neue Perspektiven.

Die Schlegel AG war über viele Jahre eine feste Grösse in der regionalen Metalltechnikbranche und ein wichtiger Arbeitgeber im Kanton St.Gallen. Der Konkurs betrifft zahlreiche Mitarbeiter sowie bestehende Kundenbeziehungen und hinterlässt eine spürbare Lücke in der lokalen Wirtschaft.

Joachim With, CEO und Inhaber der Almega Metalltechnik AG, sagt: «Wir möchten erfahrenen Fachkräften aus der ehemaligen Comcanapro AG gezielt neue Möglichkeiten eröffnen. Unser Unternehmen wächst stetig, und wir wissen, wie wertvoll das Wissen und die Erfahrung dieser Mitarbeiter sind.»

Neben der Übernahme von Angestellten bietet Almega auch kurzfristige Lösungen für Kunden der Comcanapro AG im Bereich der Metalltechnik an. «Für uns geht es nicht nur darum, Kapazitäten auszubauen, sondern auch darum, qualifizierten Fachkräften eine Zukunftsperspektive zu bieten», so With.

Bubits-Pistolen sind jetzt «Made in Mels»

Die österreichische Marke Bubits, bekannt für ihre kompakten Pistolen, wird künftig in der Schweiz produziert: Die Bubits International AG hat die Fertigung ihrer Pistolenfamilie nach Mels verlegt. Die Entwicklung der neuen Pistolenfamilie erfolgte unter der Leitung des österreichischen Waffenentwicklers Wilhelm Bubits im Auftrag von Werner Heeb, Inhaber der Melser Hepag AG.

VAT eröffnet Innovation Center in Haag

Am 1. Mai hat die VAT auf ihrem Campus in Haag ihr neues Innovation Center eröffnet. Das Bauprojekt umfasste ein Budget von 45 Millionen Franken. Auf rund 12´000 m² sind über vier Etagen die Forschungs-, Entwicklungs- und Anwendungsaktivitäten der VAT unter einem Dach vereint.

Hypo wächst zweistellig

Die Hypo Vorarlberg in St.Gallen konnte ihre Bilanzsumme 2024 ein weiteres Mal deutlich um 11,4 Prozent auf nun 1481 Millionen Franken steigern. Der Geschäftserfolg liegt mit 6,8 Millionen signifikant über dem Vorjahr und stellt das beste operativ erwirtschaftete Ergebnis in der Geschichte der Hypo St.Gallen dar.

Stadler baut Präsenz in der Slowakei aus

Am 30. April unterzeichneten die slowakische Staatsbahn Železničná spoločnosť Slovensko und Stadler einen Vertrag über die Lieferung von bis zu vier weiteren elektrischen Doppelstockzügen vom Typ Kiss. Mit den neuen Zügen wird Stadler seine Präsenz in der Slowakei verdoppeln. Der Vertragswert beläuft sich auf rund 100 Millionen Euro.

Rhema 2025 knüpft an Vorjahres-Erfolge an

An den sechs Messetagen besuchten wiederum 40´000 bis 45´000 Gäste die Regionalmesse in Altstätten. Rund 200 Aussteller und Partner präsentierten ihre Dienstleistungen und Produkte.

Initiative bringt künstliche Intelligenz ins echte Leben

Die neue Plattform ki-kurse.ai bietet KI-Kurse für unterschiedliche Zielgruppen an. Alle Kurse zeigen, wie KI-Anwendungen praktisch, verständlich und verantwortungsvoll genutzt werden können. Dabei setzt das Team auf echte Begegnung und aktiven Austausch statt Online-Lernen.

Akris übernimmt Meister 1881

Die traditionsreiche Zürcher Schmuck- und Silberadresse Meister 1881 wurde per 1. Mai von der St.Galler Akris AG übernommen. Das familiengeführte Modeunternehmen will die Geschäfte unter gleichem Namen und mit dem bestehenden Sortiment weiterführen.

Säntis-Schwebebahn ist auf Kurs

Im abgelaufenen Geschäftsjahr verzeichnete die Schwebebahn 367´348 Passagierfrequenzen – praktisch gleich viele wie im Vorjahr. Der Bahnumsatz beträgt 6,4 Millionen Franken (plus 2,3 Prozent). Die Gastronomie und Hotellerie generierten gemeinsam einen leicht höheren Spartenumsatz von 13,1 Millionen – ein Plus von 0,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Obwohl das Hotel einen Rückgang der Auslastung auf 61,5 Prozent hinnehmen musste, konnte der Spartenertrag der Hotellerie dank optimiertem Personaleinsatz und tieferen Energiekosten leicht gesteigert werden.

LEADER digital

Publizieren Sie Ihre Veranstaltung gratis auf leaderdigital.ch, der grössten Wirtschaftsnews-Plattform der Ostschweiz.

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.

«Heimat ist dort, wo Landwirtschaft betrieben wird»

In der Rubrik «Verbandelt» trifft sich der LEADER mit den Geschäftsführern der kleinen und grossen Ostschweizer Wirtschaftsverbände auf einen Kaffee. Heute dabei: Ruedi Thomann, Präsident des St.Galler Bauernverbands (SGBV).

Ruedi Thomann, was hat Sie motiviert, das Amt des Präsidenten des St.Galler Bauernverbands zu übernehmen?
Das grosse Vertrauen, die Solidarität und die geschlossene Unterstützung der Bauernfamilien gegenüber dem SGBV haben mich motiviert, als Präsident voranzugehen.

Welche Themen möchten Sie in Ihrer Amtszeit besonders anpacken?
Die Produktion von qualitativ hochwertigen Lebensmitteln muss sich lohnen. Der Kulturlandverlust soll auf ein Minimum reduziert werden. Auch die Agrarpolitik 2030 wird ein zentrales Thema sein.

«Das Thema PFAS wird uns noch lange beschäftigen.»

Wo sehen Sie die grössten Herausforderungen für die Landwirtschaft im Kanton St.Gallen?
Das Thema PFAS wird uns noch lange beschäftigen. Immer wichtiger wird zudem die Aufklärung und Sensibilisierung der urbanen Bevölkerung, was Landwirtschaft bedeutet. Eine grosse Herausforderung stellt der Kulturlandverbrauch durch Gewerbe, Industrie und die wachsende Bevölkerung dar. Entwicklungsmöglichkeiten sind für diese Branchen wichtig, beanspruchen aber oft bestes Kulturland, das die Landwirtschaft für die Erfüllung ihres Verfassungsauftrags – die Ernährungssicherheit – benötigt.

Der St.Galler Bauernverband vertritt rund 3600 Bauernfamilien im Kanton St.Gallen. Er setzt sich für die Interessen der Landwirtschaft ein, fördert die Ausbildung des Nachwuchses und engagiert sich für den Erhalt des Kulturlands. Gegründet wurde der Verband 1973.

St.Galler Bauernverband (SGBV)
9230 Flawil +41 71 394 60 10
info@bauern-sg.ch

Wie wollen Sie die Interessen der Bauern gegenüber Politik und Gesellschaft noch stärker einbringen?
In der Politik ist die Landwirtschaft in den meisten Räten gut aufgestellt. Die gewählten Landwirte setzen sich ausnahmslos für die Anliegen der Bauern ein. Gegenüber der Gesellschaft werden wir gemeinsam mit den Bauern verstärkt auf Öffentlichkeitsarbeit setzen und unsere Anliegen gezielt platzieren.

Der Bauernverband ist breit aufgestellt – welche Rolle spielt aus Ihrer Sicht die Nachwuchsförderung?
Der Nachwuchs, also die jungen Bauern, bildet die Grundlage der Landwirtschaft. Ohne Nachwuchs keine Zukunft! Für den SGBV ist die Ausbildung eine zentrale Aufgabe, die wir in Zusammenarbeit mit den Landwirtschaftlichen Schulen sehr ernst nehmen.

Wie wichtig ist die Zusammenarbeit mit anderen Verbänden und Organisationen für Sie?
Der SGBV ist breit und gut aufgestellt. Um Ziele zu erreichen, arbeiten wir gezielt mit anderen Verbänden zusammen. Nur gemeinsam erzielen wir eine grosse Wasserverdrängung und kommen vorwärts. Ich möchte diesen eingeschlagenen Weg konsequent weiterverfolgen.

Der gesellschaftliche Druck auf die Landwirtschaft nimmt zu – wie gehen Sie damit um?
Es muss uns gelingen, die Forderungen der Gesellschaft umzusetzen, aber auch klar zu kommunizieren, dass diese ein Preisschild haben. Die Landwirtschaft kann nicht alle kostenverursachenden Forderungen erfüllen und gleichzeitig die Produkte zum gleichen Preis verkaufen.

Welche Chancen sehen Sie für die St.Galler Landwirtschaft in Bezug auf Innovation und Digitalisierung?
Innovationen sind auch in der Landwirtschaft wichtig und werden die Effizienz steigern. Die Digitalisierung bietet Chancen, birgt aber auch Gefahren. Es gilt, vernünftige Entscheidungen zu treffen, welche Entwicklungen die Landwirtschaft wirklich weiterbringen.

Auf was möchten Sie am Ende Ihrer Amtszeit zurückblicken?
Ich bin erst am Anfang und schaue noch nicht so weit nach vorne.

Ruedi Thomann ist Präsident des St.Galler Bauernverbands (SGBV).

Zum Schluss: Was bedeutet für Sie Heimat und Landwirtschaft?
Für mich ist Heimat dort, wo Landwirtschaft betrieben wird. Ich geniesse die Ruhe, die liebevoll bewirtschafteten Flächen und die zufrieden weidenden Tiere. Es ist eine erholsame Zeit in der Natur, die wir im Kanton St.Gallen, aber auch in der Schweiz noch haben. Tragen wir Sorge dazu.

Text: Patrick Stämpfli
Bild: Marlies Beeler-Thurnheer

Achtung Volksinitiativen!

Mit der Zulassung von Volksinitiativen im Jahr 1891 wurden die Mitwirkungsrechte der Bürger gestärkt. Nebst dem Referendum gegen Gesetze bot sich seither auch die Möglichkeit, die Bundesverfassung mit einem selbstverfassten Text anzupassen.

Aktuell sind hierfür 100´000 gültige Unterschriften nötig, die innerhalb von 18 Monaten gesammelt werden müssen. Nehmen Volk und Stände das Begehren an, wird der Verfassungstext aufgenommen. Nur etwa jede 11. Initiative wird angenommen. Die Gründe, warum viele abgelehnt werden, sind vielfältig: Oftmals sind sie zu extrem, fehlerhaft oder einfach nicht mehrheitsfähig.

Angenommene Volksinitiativen
In der jüngeren Vergangenheit wurden mehrere Volksinitiativen angenommen – jene zur 13. AHV-Rente, zum Tabakwerbeverbot für Jugendliche, zur Pflege, gegen Masseneinwanderung, gegen Abzockerei, gegen Zweitwohnungen oder für den Alpenschutz. Die Texte sind oftmals ausführlich und mit Übergangsregelungen versehen. Anders als die übrigen Verfassungsartikel, die sprachlich und inhaltlich eher knapp und weniger bindend verfasst sind.

Ablehnung von Volksinitiativen
Die Umsetzung der 26 angenommenen Initiativen war oftmals schwierig, mangelhaft oder inhaltlich unerfüllbar. Das gilt für die Alpeninitiative, für jene gegen die Masseneinwanderung oder nun für die 13. AHV-Rente.

Gleiches dürfte der «Keine 10 Millionen-Schweiz-Initiative» widerfahren, die bald schon zur Abstimmung kommen könnte. Wie die jüngsten demografischen Prognosen zeigen, werden wir früher oder später die 10-Millionen-Marke überschreiten. Dagegen heute schon verbindliche Massnahmen zu beschliessen, beispielsweise die Kündigung wichtiger Wirtschaftsverträge, schafft Unsicherheit und schränkt wichtige Handlungsoptionen ein. Insofern gilt wohl auch bei dieser Initiative, den Geist aufnehmen, sie aber abzulehnen.

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

PORSCHE

2,4 SEKUNDEN. EIN MOMENT, DER ALLES VERÄNDERT.

Faszination Sportwagen.
Elektrifiziert.

Porsche Zentrum St.Gallen
City Sportscar St.Gallen AG
Zürcher Strasse 511
9015 St.Gallen
Tel. 071 244 54 40
porsche-stgallen.ch

Vernetzen

«Mich fasziniert der Berufsstolz der Zimmerleute»

Im Chat mit Markus Rutz, Geschäftsführer des Bereichs Holz- und Modulbau Schweiz bei der Blumer Lehmann AG aus Gossau.

Markus Rutz, Ihr LinkedIn-Profil zeigt: Sie sind seit vielen Jahren im Holzbau tätig. Was hat Sie ursprünglich in diese Branche geführt?
Ich habe meine erste Ausbildung als Hochbauzeichner in einem Architekturbüro absolviert, bevor ich in den Holzbau wechselte. Mein Vater führte eine Schreinerei, und viele meiner Freunde arbeiteten ebenfalls im Holzbau – dieser Weg lag für mich daher nahe. Besonders fasziniert hat mich der grosse Berufsstolz der Zimmerleute. Ihre Arbeit hat mich immer beeindruckt, wenn ich auf den Baustellen unterwegs war.

Sie leiten den Bereich Holz- und Modulbau Schweiz. Was begeistert Sie an der Kombination von Handwerk, Planung und Führung?
Die Vielfalt der Aufgaben. Wir realisieren sehr unterschiedliche Projekte – von grösstenteils manuell hergestellten Treppenanlagen bis hin zu TU-/GU-Projekten für öffentliche und private Auftraggeber, die einen hohen Planungs- und Koordinationsaufwand erfordern. Dadurch ergeben sich für mich und mein Führungsteam täglich neue, spannende Herausforderungen.

Blumer Lehmann ist bekannt für architektonisch anspruchsvolle Holzbauten. Gibt es ein Projekt, das Ihnen besonders in Erinnerung geblieben ist?
Da gibt es mehrere Herzensprojekte. Besonders erwähnenswert ist für mich die Tamina Therme in Bad Ragaz – ein klassisches Leuchtturmprojekt für Blumer Lehmann, bei dem ich lange in der Holzbauplanung involviert war. Aktuell beeindruckt mich das Gebäude K auf dem Embraport. Nach einem erfolgreichen Pitch konnten wir von Beginn an in die Projektentwicklung einsteigen und haben das Projekt vor Kurzem abgeschlossen. Auch das Klanghaus Toggenburg möchte ich hervorheben – ein Bau, der unsere vielseitigen Kompetenzen auf eindrückliche Weise vereint.

Als Mitglied der Geschäftsleitung tragen Sie operative Verantwortung und gestalten strategisch mit. Wie bringen Sie beides unter einen Hut?
Das ist tatsächlich eine Herausforderung. Die täglichen operativen Themen können die strategische Arbeit leicht in den Hintergrund drängen. Deshalb nehmen wir uns in der Geschäftsleitung gemeinsam mit dem Verwaltungsrat bewusst Zeit für strategische Fragen. In regelmässigen Workshops richten wir den Blick in die Zukunft und bereiten uns gezielt auf kommende Entwicklungen vor.

Holz gilt als klimafreundlicher Baustoff – bringt aber auch besondere Anforderungen mit sich. Wo sehen Sie aktuell die grössten Herausforderungen?
Holz verlangt viel Fachwissen, da es als natürlicher Baustoff je nach Faserrichtung unterschiedlich reagiert. Im Vergleich zu anderen Materialien lässt es sich jedoch einfach und energieeffizient verarbeiten. Die Herausforderung liegt in der effizienten Nutzung unserer Anlagentechnik bei der Elementherstellung.

Sie teilen auf LinkedIn nur ausgewählte Inhalte. Welche Rolle spielt digitales Netzwerken für Sie?
Digitale Medien gewinnen an Bedeutung – sei es für Stellenausschreibungen, Wissenstransfer oder die Präsentation unserer Projekte. Ich erhalte viele Kontaktanfragen über LinkedIn, schätze aber nach wie vor den persönlichen Austausch. Vertrauen und Sympathie entstehen meist im direkten Gespräch. Gerade bei Projektstarts, Vertragsverhandlungen oder schwierigen Themen braucht es ein persönliches Treffen am Tisch.

Wie schaffen Sie nach einem intensiven Tag im Büro oder auf der Baustelle den Ausgleich?
In der Familie – dort geht es gleich um ganz andere Themen. Zudem spiele ich Cornet in einer Musikgesellschaft, was mir hilft, beim Musizieren abzuschalten. Und wenn noch Zeit bleibt, gehe ich gerne Skifahren oder fahre Mountainbike beziehungsweise Rennvelo.

Text: Patrick Stämpfli
Bilder: zVg

east#digital

ALLE DIGITALNEWS DER OSTSCHWEIZ AUF EASTDIGITAL.CH

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

Wie Start-ups mit KI die Zukunft gestalten

Am Start-up-Forum der Rhema 2025 in Altstätten zeigten junge Unternehmer, wie künstliche Intelligenz die Arbeitswelt verändert. Von smarter Einsatzplanung bis zu intelligentem Fanservice reichten die innovativen Ideen – und machten deutlich: Die Ostschweiz hat viel Start-up-Potenzial.

SOB testet automatisiertes Fahrassistenzsystem im Linienbetrieb

Die Schweizerische Südostbahn AG erhält vom Bundesamt für Verkehr grünes Licht für den Einsatz eines automatisierten Fahrassistenzsystems im Linienbetrieb. Als erstes Bahnunternehmen der Schweiz wird die SOB die Technologie ab Sommer 2025 auf dem Normalspurnetz zwischen Biberbrugg und Arth-Goldau während eines einjährigen Praxistests einsetzen.

Der Stier rappt und die KI dirigiert

Eine Kuh am DJ-Pult, ein rappender Stier und ein Song («Opa, Holy Fondue!»), der mit Ohrwurm-Garantie und Tech-Innovation überrascht: Produziert wurde die «Berghütten-Trilogie» vom St.Galler KI-Content-Pionier Pasquale de Sapio, der einst die Mundart-Hip-Hop-Szene mitprägte. Der finale Song wurde komplett mithilfe künstlicher Intelligenz erstellt – inklusive Text, Beat, Rap-Performance, Gesang und Animation. Die Stimme stammt von einem per Voice-Cloning geschaffenen Avatar, das Musikvideo zeigt präzises Lip-Sync sogar bei tierischen Protagonisten.

Xmatik von Bund für digitale Erfassung der LSVA zugelassen

Die Arboner Xmatik AG ist neu als NETS-Anbieterin vom Bundesamt für Zoll und Grenzschutz (BAZG) zugelassen. Mit ihrer Lösung «vialo» können Transportunternehmen die LSVA digital und automatisch erfassen – inklusive Anhängererkennung per Bluetooth-Beacon. Der Umstieg ist unkompliziert, die Geräte werden vorkonfiguriert geliefert. Bereits über 200 Unternehmen setzen «vialo» ein.

Digitales Tool revolutioniert Kostümverwaltung

Vier Absolventinnen des MAS Human Computer Interaction Design an der OST haben mit «Kostüm+» eine innovative Lösung für Theater entwickelt. Die digitale Plattform erleichtert die Verwaltung von Kostümfundi und stärkt die Nachhaltigkeit in der Branche.

öV-Erkennung macht Lichtsignale in St.Gallen smarter

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

SOB testet automatisiertes Fahrassistenzsystem im Linienbetrieb

Die Schweizerische Südostbahn AG erhält vom Bundesamt für Verkehr grünes Licht für den Einsatz eines automatisierten Fahrassistenzsystems im Linienbetrieb. Als erstes Bahnunternehmen der Schweiz wird die SOB die Technologie ab Sommer 2025 auf dem Normalspurnetz zwischen Biberbrugg und Arth-Goldau während eines einjährigen Praxistests einsetzen.

Neue Webseite bietet Unterstützung für Bauwillige

Bauwillige im Kanton Appenzell Innerrhoden haben oft viele Fragen zu Baugesuchen, welche die Baubehörden täglich erreichen. Um den Bürgern den Einstieg zu erleichtern, wurden häufig gestellte Fragen und nützliche Informationen auf der neuen Webseite ai.ch/baugesuch gebündelt. Neben allgemeinen Antworten finden sich auch Kontaktangaben von Fachstellen für spezifische Beratungen.

Online eine Firma gründen mit der TKB

Die Thurgauer Kantonalbank hat kürzlich einen Online-Service für Firmengründungen und Mutationen im Handelsregister lanciert. Diese Dienstleistungen werden in Kooperation mit dem Institut für Jungunternehmen aus St.Gallen angeboten.

eastdigital.ch east#digital

Warum Unternehmen St.Gallen den Rücken kehren

St.Gallen gilt als traditionsreicher Wirtschaftsstandort mit einer starken Verankerung im Finanz- und Textilwesen, mit innovativen Industriebetrieben und einem pulsierenden Dienstleistungssektor. Doch seit den 1970er-Jahren ist auch eine gegenteilige Entwicklung zu beobachten: Immer wieder haben Unternehmen ihre Hauptsitze oder zentrale Betriebseinheiten aus der Stadt verlagert – in die Region, in andere Kantone oder gleich ins Ausland. Wie aktuell der Versicherungskonzern Helvetia. Weshalb ist das so?

Remo Daguati:

Treffsicherheit zurückholen.

In unserer neuen Rubrik **«Brisant»** greifen wir in loser Folge ein Thema auf, das die Ostschweiz besonders beschäftigt. Den Anfang macht Remo Daguati, der skizziert, warum Firmen von St.Gallen wegziehen. In der Juni-Ausgabe des LEADER widmen wir uns dann in einem Schwerpunkt dem Thema, weshalb die (wirtschaftliche) Ostschweiz – und mit ihr die Gallusstadt – in vielen Bereichen besser ist, als es ihr Ruf vermuten lässt.

«BRISANT» DAS BEWEGT DIE OSTSCHWEIZ

Mit der angekündigten Fusion der Helvetia-Versicherung mit der Baloise entsteht die zweitgrösste Versicherungsgruppe der Schweiz – mit Sitz in Basel. Was das für die über Jahrzehnte in St.Gallen verwurzelte Helvetia bedeutet, bleibt offen. Doch der Fall reiht sich ein in eine längere Liste stiller Abgänge.

So etwa bei der Migros: Im Jahr 1998 fusionierte die Migros Genossenschaft St.Gallen mit jener von Winterthur/Schaffhausen zur heutigen Migros Ostschweiz. Der neue Hauptsitz liegt nicht mehr in der Stadt, sondern in Gossau – ein paar Kilometer entfernt, aber doch ein Signal. Zentralisierung und Effizienzsteigerung lauteten die damaligen Argumente. Verwaltung und Logistik verlagerten sich, und mit ihnen Arbeitsplätze und Entscheidungsbefugnisse.

Ein anderes Kapitel schrieb die traditionsreiche Bischoff Textil AG. Das St.Galler Unternehmen, bekannt für hochwertige Stickereien, verlagerte ab 2018 wesentliche Teile seiner Produktion nach Thailand und Sri Lanka – eine Konsequenz des zunehmenden internationalen Preisdrucks. In St.Gallen blieben das Design und die Geschäftsführung, doch rund 50 Stellen wurden abgebaut. Damit steht Bischoff exemplarisch für eine ganze Reihe von Textilbetrieben, die in der Ostschweiz einst ganze Quartiere prägten und heute nur noch als Marken oder Designstandorte präsent sind.

Auch der industrielle Bereich blieb nicht verschont. Die Hardinge Kellenberger AG etwa, ein international tätiger Hersteller von Präzisionsschleifmaschinen, verlagerte ihre Produktion schrittweise von St.Gallen nach Goldach. 2023 wurde dort ein neues Werk mit 25´000 Quadratmetern Fläche eröffnet – hochmodern und zukunftsorientiert. Der Schritt bedeutete aber auch das Ende der Ära Kellenberger als Industriearbeitgeber in der Stadt.

Besonders einschneidend waren in den letzten Jahren Entwicklungen im Bankensektor. Die älteste Bank der Schweiz, Wegelin & Co., mit Sitz am Bohl in der St.Galler Altstadt, musste sich 2013 nach einem US-Steuerstreit auflösen. Das Nicht-US-Geschäft ging in der neu gegründeten Notenstein Privatbank auf – ebenfalls mit Sitz in St.Gallen. Doch auch diese überdauerte nicht lange: 2018 wurde Notenstein von der Zürcher Bank Vontobel übernommen. Die Marke verschwand, und mit ihr die unternehmerische Eigenständigkeit in der Gallusstadt.

Was bleibt, ist die Feststellung, dass St.Gallen in den vergangenen Jahrzehnten zahlreiche zentrale Funktionen von einst bedeutenden Unternehmen eingebüsst hat – oft leise, fast unbemerkt. Die Gründe dafür sind vielfältig: Fusionen, Globalisierung, Technologiewandel, Standortvorteile anderswo. Und doch wirft jeder dieser Fälle auch eine strategische Frage auf: Wie kann es der Stadt künftig gelingen, nicht nur neue Firmen anzuziehen, sondern auch bestehende zu halten?

Einer, der Antworten auf diese Fragen kennt, ist der St.Galler Standortspezialist Remo Daguati, der mit seiner LOC AG Firmen und Kommunen bei den Themen Standortförderung, Arealentwicklung sowie Strategieberatung unterstützt.

«St.Gallen sollte mehr private Initiative zulassen.»

Remo Daguati, St.Gallen hat in den letzten Jahrzehnten mehrfach Firmen und Hauptsitze verloren. Wie beurteilen Sie den aktuellen Zustand des Wirtschaftsstandorts – und wo liegen die grössten strukturellen Schwächen?
Mich überrascht die Entwicklung nicht. St.Gallen bewegt sich als Wirtschaftsstandort in seiner Dynamik seit Jahren seitwärts, mit schleichender Tendenz nach unten. Wissensbasierte Jobs der Privatwirtschaft wurden durch staatlich geprägte Stellen verdrängt. Wer hinsieht, konnte diese Entwicklungen schon vor Jahren erkennen. Wer es zu deutlich ansprach, galt als Nestbeschmutzer.

Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Voraussetzungen, damit Unternehmen sich in einer Stadt wie St.Gallen langfristig verwurzeln – und was fehlt aktuell konkret?
Die Reisezeiten von St.Gallen in andere Metropolitanräume dauern viel zu lange. Daher ist das Fachkräftepotenzial begrenzt, was das Halten und Gewinnen von Unternehmen erschwert. Zudem hat sich St.Gallen mit der Reduktion der technischen Lehrgänge an Universität und Fachhochschule vor der Jahrtausendwende einen Bärendienst erwiesen. Seither gibt es zu geringe technologische Impulse und damit Innovationen für den Werk- und Dienstleistungsstandort. Auch ist man träge geworden. Insbesondere der Kanton will die verlorenen Marktanteile nicht über ein aktiveres Standortmarketing zurückgewinnen. Wer neue Firmen anzieht, erhält weniger Transfermittel aus dem nationalen Finanzausgleich – so die Rechnung der Regierung. Das rächt sich immer mehr.

Welche Rolle spielen Arealentwicklungen – etwa in Lachen, Brühltor oder auf dem Güterbahnhofareal – in einer städtischen Wachstumsstrategie? Könnten solche Projekte einen Turnaround einleiten?
Arealentwicklungen für attraktive Wirtschaftsflächen wie auch das Wohnen sind das A und O der Standortförderung. Die Stadt St.Gallen verhält sich bei Arealentwicklungen ähnlich glücklos wie der FC St.Gallen bei Cupspielen, wenn es zum Penaltyschiessen kommt. Wenn ich die Investitionsvolumen zusammenrechne, die bei Entwicklungsprojekten für attraktive Wirtschafts-, Bildungs- und Wohnflächen im letzten Jahrzehnt verzögert oder versiebt wurden, dann komme ich auf Milliardenbeträge. In St.Fiden wie auch im Areal Bahnhof Nord direkt beim Hauptbahnhof hätte man modernste Business- und Technologieinkubatoren installieren können. Man hat zu viele Chancen vergeben.

St.Gallen hat sich in der Vergangenheit stark auf seine Institutionen und Verwaltungen verlassen. Muss die Stadt wirtschaftlich mutiger, risikofreudiger oder gar unternehmerischer werden?
Wenn sich die Stadtsilhouette seit meiner Kindheit verändert hat, dann primär durch staatliche Bauten. Damit man mich nicht falsch versteht: Der Staat darf durchaus wachsen, solange die Wirtschaft ebenso gedeiht. Dieses Verhältnis stimmt in St.Gallen schon längst nicht mehr. Das Projekt der Neuen Bibliothek am Marktplatz ist für mich zudem exemplarisch: Anstelle der Neuausrichtung eines bestehenden Wohn- und Dienstleistungsgebäudes plant man einen staatlichen Koloss, der alles erdrückt. Letztendlich verdrängt man so wissensbasierte private Dienstleister aus der Stadt.

Welche Lehren lassen sich aus erfolgreichen Arealentwicklungen in vergleichbaren Städten ziehen – etwa in Winterthur, Aarau oder Zug?
Zug ist nicht nur steuerlich und bei Verwaltungsverfahren top, sondern bündelt Technologie- und Wissenszentren sowie Flächen für Headquarters mit extremen Verdichtungsprojekten rund um Bahnhöfe – so auch in Risch-Rotkreuz. Der Aargau setzt dafür Impulse in seinem Standortmarketing und prüfte einen Beitritt zur Greater Zurich Area, um bei den Ansiedlungen noch gezielter zu punkten. Winterthur schliesst sich bei Arealentwicklungen gezielt mit privaten Entwicklern zusammen, weil das Geld für die staatliche Grundstückspolitik fehlt. St.Gallen sollte mehr private Initiative zulassen – so geht viel Innovation verloren.

Und wie wichtig sind urbane Faktoren wie Wohnraum, Kultur, Gastronomie oder Mobilität, wenn es darum geht, innovative Unternehmen und junge Talente an einen Standort zu binden?
Qualitative Faktoren sind bei Standortentscheidungen im letzten Drittel des Entscheidungsprozesses relevant und wichtig. Nun ist es aber so, dass zuerst die quantitativen Hygienefaktoren – vor allem die Steuern – geprüft werden, damit man überhaupt auf die Longlist eines Unternehmens kommt. Bei solch harten Faktoren ist St.Gallen oft nur Mittelmass. Danach geht es um die Makrostandortfaktoren wie Erreichbarkeit oder Innovationskraft – auch da hinkt man gegenüber anderen Standorten in den Rankings hinterher. Allein mit der Schönheit und kulturellen Vielfalt einer Stadt lässt sich der Rückstand in der Standortbewertung nicht mehr aufholen.

Sie arbeiten regelmässig mit öffentlichen und privaten Investoren. Wie beurteilen Sie das Zusammenspiel zwischen Stadtverwaltung, Investoren und Immobilienentwicklern in St.Gallen?
Mir kommt St.Gallen vor wie eine alte, in der Tendenz leicht schwerhörige, dafür arrogante Dame. Obschon immer weniger Leute zum Tee vorbeischauen, will sie die verbleibenden Besucher ständig belehren. Etwas Demut würde den politischen Entscheidungsträgern bei Kanton wie Stadt deshalb guttun. St.Gallen darf sich bewusst werden, dass es eine Extrameile braucht, wenn man sich um Investoren und ihre Zukunftsprojekte bemüht. Man kann sich dabei an der Zentralschweiz orientieren, wo Staat wie Private die Entwicklung gemeinsam voranbringen. Das Dreieck Zug–Luzern–Schwyz weist eine erstaunliche wirtschaftliche Entwicklung auf, die nicht aus reinem Zufall entstanden, sondern der Lohn für bewusste Standort- und Steuerstrategien ist.

«Mir kommt St.Gallen vor wie eine alte, in der Tendenz leicht schwerhörige, dafür arrogante Dame.»

Konkret: Wie kann St.Gallen sein Profil als Wirtschaftsstandort schärfen?
Die Positionierung des Standorts St.Gallen über die Themen wie Health oder Digital ist grundsätzlich richtig. Es fehlen aber für den Erfolg bestens erreichbare Flächen, der Ausgangslage angemessene Rahmenbedingungen und pfiffige Promotionsstrukturen, welche Unternehmen und Talente anziehen helfen. Zudem: Die alten Zöpfe der vergangenen Grösse gilt es konsequent abzuschneiden.

Was müsste Ihrer Meinung nach also innerhalb der nächsten fünf Jahre passieren, damit man 2030 rückblickend sagen kann: «St.Gallen hat die Kurve gekriegt»?
Ich bedaure: 2030 wurde längst verpasst. Da haben sich zu viele Türen verschlossen, die sich kaum mehr öffnen lassen. Wir müssten heute ehrlicherweise über 2045 oder später sprechen. Der Bildungs- und Forschungsstandort müsste zu seinen Technologiekompetenzen zurückfinden, die sich mit den bestehenden Stärken des Dienstleistungsstandorts paaren. Die Arealentwicklungen für Wirtschaftsflächen in Bahnhofnähe müssten ins Ziel finden. Die Erreichbarkeit müsste aggressiv erhöht werden. Der Wille in der Politik, nicht von Transferzahlungen der Erfolgreichen zu leben, sondern das Schicksal selbst in die Hand zu nehmen, wäre eine Grundvoraussetzung für den Wandel. Dann kommt auch die Treffsicherheit zurück.

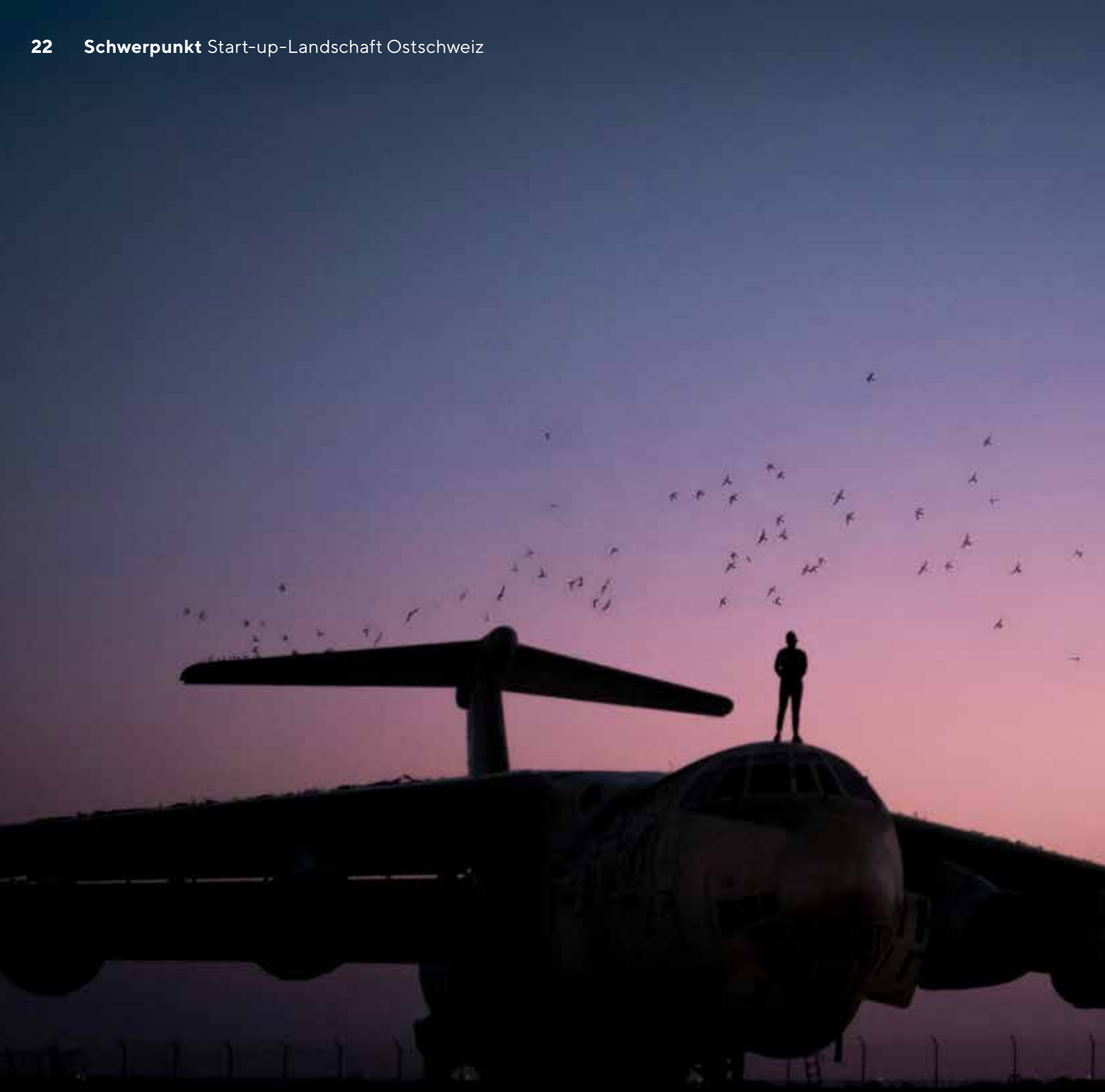
Text: Stephan Ziegler
Bilder: Marlies Beeler-Thurnheer, zVg

Technologietag 2025: Swiss Made – die Schweizer Produktion im Fokus

In Zeiten geopolitischer Unsicherheiten und globaler Herausforderungen gewinnt die Schweizer Produktion und die Zukunft von «Swiss Made» an Bedeutung. Der Technologietag der OST – Ostschweizer Fachhochschule für die Industrie widmet sich der Frage, wie Produktion und Innovation erfolgreich zusammenspielen können, um den Standort Schweiz zu stärken und zukunftsfähig zu gestalten.

Am 17. Juni laden die OST in Buchs und ihre Partner RhySearch, Switzerland Innovation Park Ost und die Schweizerische Akademie der Technischen Wissenschaften SATW zum Technologietag ein. Im Zentrum steht das Thema «Zurück zu Swiss Made: Innovation und Produktion im Fokus». Die Veranstaltung bietet Einblicke und Praxisbeispiele aus der Schweizer Produktionslandschaft. Prof. Dr.-Ing. Knut Siercks, Leiter des Departements Technik der OST, gibt in der Plenary Session eine Standortbestimmung und einen Ausblick auf das disruptive Innovationsumfeld der künstlichen Intelligenz. Danach spricht Biochemiker Prof. Dr. Daniel Gygax über alternative Prozesse für medizinische Schnelltests und die Herstellung von Generika. Miguel de la Iglesia Valls, CTO und Mitgründer von Ascento, zeigt, wie aus einem ETH-Studierendenprojekt ein erfolgreiches Robotik-Start-up wurde. In den «Technology Sessions» stellen Experten Forschungsprojekte aus den Bereichen Nachhaltigkeit, Energie, KI, Robotics, MedTech, Sensortechnologien und Advanced Materials and Manufacturing vor. Gastgeber ist Prof. Stefan Bertsch, Leiter der Fachabteilung Systemtechnik der OST.

Technologietag 2025 Dienstag, 17. Juni 2025, 13:00 - 18:00 Uhr, anschliessend Apéro, OST – Ostschweizer Fachhochschule, Campus Buchs
Infos und Anmeldung:
www.ost.ch/technologietag



Magische Start-ups wachsen auf dem Boden der Realität

Die Ostschweiz unternimmt viel, um Start-ups einen guten Nährboden zu bieten. Auch die etablierte Wirtschaft ist auf Impulse der innovativen Gründer-Szene angewiesen.

Um den Begriff Start-up ranken sich so manche romantische Mythen: Querdenkende Tüftler haben beim Feierabendbier nach dem Surfen eine lustige Idee, ein paar Momente später lächeln sie uns als Tech-Milliardäre auf den Titelseiten von Wirtschaftsmagazinen entgegen. Oder: Investieren in Start-ups ist Lottospielen für Vermögende – von zehn Investments gehen zwar acht den Bach runter, aber eines geht durch die Decke.

Solche Geschichten hat es durchaus gegeben, doch in der Realität ist das Start-up-Business kein Glücksspiel. Denn die Erfolgsfaktoren lassen sich beeinflussen.

Innovationstreiber

Für eine erfolgreiche Unternehmensgründung braucht es viele Puzzleteile. Matchentscheidend aus der Sicht von Investoren sind motivierte Gründer, die ein klares Ziel haben und mit einem neuen oder besseren Produkt ein Bedürfnis abdecken können. In der Schweiz wurden letztes Jahr etwa 35´000 effektiv neue Unternehmen gegründet, das können Anwaltskanzleien, Coiffeursalons, Treuhandbüros, Werkstätten und Wirtschaften oder vieles mehr sein. Von Start-ups im engeren Sinn spricht man nur bei rund einem Prozent dieser Gründungen: Diese Unternehmen haben ein skalierbares Geschäftsmodell und in der Regel einen technischen und fast immer digitalen Kern, der auf einer innovativen Idee basiert.

Genau solche Start-ups, die anfangs nicht viel mehr als eine Idee und zwei, drei ambitiöse Gründer haben, müssen ihrer Innovation auf Gedeih und Verderben zum Durchbruch verhelfen. Sie sind deshalb enorme Innovationstreiber und sorgen für eine konstante Erneuerung der Wirtschaftsstruktur.

Für eine erfolgreiche Unternehmensgründung braucht es viele Puzzleteile.

Vielfältige Unterstützung

Gedeihen in der Ostschweiz solche Start-ups? Nun, zumindest beim LEADER Digital Award, der alle zwei Jahre innovative digitale Projekte auszeichnet, ist die Zahl der teilnehmenden Start-ups oft grösser als die Projekte der etablierten Wirtschaft und aus Verwaltung und Organisationen zusammengezählt (siehe auch Bericht in dieser Ausgabe).

Die Ostschweiz hat in den vergangenen Jahren eine beeindruckend lange Liste an Massnahmen zur Förderung von Start-ups geschaffen. Seit 2010 steht dafür insbesondere «Startfeld», ein Begriff, der längst so gut eingeführt ist, dass er auch nach Gründung des Switzerland Innovation Park Ost und der Übernahme der Start-up-Förderung von Startfeld als Brand weitergeführt wird.

Startfeld ist nicht nur ein physischer Ort in Nachbarschaft der Empa plus einigen Ablegern, der über 40 Unternehmen beherbergt. Die Stiftung Startfeld wurde von der St.Galler Kantonalbank mit bisher zehn Millionen Franken geäufnet, sie begleitet Start-ups vorwiegend in der Frühphase.

Noch vor der Gründung des Switzerland Innovation Park Ost hatte Startfeld weit über 1000 Gründer in einer Erstberatung als Sparringpartner gedient. Wenn eine Idee überzeugt, kann Startfeld ein Förderpaket an Dienstleistungen von gut 10´000 Franken vergeben, ausgewählte Start-ups wurden jedes Jahr mit einer Seed-Finanzierung von bisher maximal 300´000 Franken unterstützt. Damit lässt sich noch nicht die Welt erobern, aber das Gründerteam kann eine Idee ausarbeiten, einen Prototyp bauen und Marktanalysen verfeinern, um sich fit für nächste, grössere Investitionsrunden zu machen.

Die Stiftung Startfeld hat klare Kriterien formuliert, die ein förderungswürdiges Start-up aus der Ostschweiz in einem frühen Entwicklungsstadium erfüllen muss. Dazu gehört, dass die Gründer sich persönlich und finanziell für die Idee engagieren und die Geschäftsidee auf einem Produkt oder einer Dienstleistung mit ausgewiesenem Innovationsgehalt beruht. Auch bei realistischen Zielsetzungen soll das wirtschaftliche Wachstumspotenzial klar erkennbar und spezifizierbar sein.

Auf der ganzen Welt ist Health ein wachsender Markt, an dem viele Player partizipieren wollen.

Thurgau mit an Bord

Der Fokus von Startfeld als «Innovationsnetzwerk rund um den Säntis» umfasste die Kantone St.Gallen, Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden. Im Thurgau ist das Startnetzwerk Thurgau erster Ansprechpartner für Gründer. Seit zwei Jahren kooperieren die Thurgauer mit Startfeld, die Thurgauer Kantonalbank hat 2,5 Millionen Franken in die Stiftung Startfeld eingebracht. Thurgauer Start-ups können seither von den Fördermöglichkeiten von Startfeld profitieren, aber gleichzeitig den Firmensitz im Kanton Thurgau behalten.

Um aus der unternehmerischen Glut ein hübsches Feuerchen zu machen, hat der Kanton St.Gallen in der Zwischenzeit noch ein weiteres Brikett in Form eines Sonderkredits von zehn Millionen Franken aufgelegt. Mit dem vom Kantonsrat im September 2024 gutgeheissenen Vorgehen will die Regierung einerseits die Stiftung Startfeld mit 4,6 Millionen Franken stärken, sie kann neu unter anderem maximal 500´000 Franken in einer Seed-Finanzierung vergeben und insgesamt mehr Start-ups unterstützen.

5,4 Millionen Franken des Pakets fliessen in den neu gegründeten HSG Start Accelerator. Mit diesem Accelerator-Programm wird die St.Galler Start-up-Strategie um einen vierten Fokusbereich erweitert (siehe Zweittext).

Talente im Schaufenster

Seit 2012 werden besonders attraktive Start-ups mit dem Startfeld Diamant ausgezeichnet, die Gewinner dieses Preises erhalten von der St.Galler Kantonalbank 30´000 Franken. Die Preisverleihung wurde inzwischen um die Kategorie «Rohdiamant» erweitert, hier gibt es 10´000 Franken für eine noch nicht weit entwickelte besondere Geschäftsidee.

Die nächste Preisverleihung findet am 4. Juni statt. Die SGKB generiert mit dem Event stets auch eine grössere Aufmerksamkeit für die je drei Finalisten pro Kategorie, aber auch für die gesamte Gründerszene.

Die HSG als Ostschweizer Universität mit internationaler Ausstrahlung bildet schwerpunktmässig nicht «Techies» aus, dafür wird hier aber Unternehmertum gelehrt und gelebt. Die von Studenten getragene Organisation Start Global fördert unternehmerische Initiativen und ist Träger des jährlichen Start Summit, Europas grösste studentische Konferenz für Entrepreneurship und Technologie. Über 7000 Teilnehmer trafen sich gerade wieder im Olma-Areal zum Austausch, an dem sich junge Talente mit Investoren vernetzen können.

Ein Kick für Hightech-Start-ups

Das in St.Gallen ansässige Institut für Jungunternehmen (IFJ) unterstützt seit 1989 landesweit Unternehmensgründungen. Aus dem IFJ sind mit der Zeit mehrere spezifische Förderprogramme für Start-ups entstanden. Venturelab hat seit 2004 rund 15 Milliarden Franken an Investitionen in Schweizer Start-ups vermittelt. Venture Kick soll die Anzahl der Spin-offs von Schweizer Universitäten verdoppeln und deren Markteinführung beschleunigen. Über 1000 Start-ups wurden seit 2007 schon unterstützt, die sich nach dem Kick mit insgesamt über 9 Milliarden Franken finanzieren konnten.

Gefördert werden von Venture Kick insbesondere Hightech-Start-ups – solche Gründungen gibt es vorwiegend aus technischen Hochschulen wie insbesondere der ETH, die Ostschweiz hat da einen strukturellen Nachteil. Trotzdem hat auch die Ostschweiz eine ganze Reihe von Vorzeige-Start-ups, allerdings haben etliche davon gemein, dass es eigentlich ein glücklicher Zufall ist, dass sie heute hier sind.

Die Ostschweiz, speziell St.Gallen, unternimmt sichtbare, lobenswerte Anstrengungen, um die Start-up-Szene nachhaltig zu fördern. Die Krux ist: Das tun andere auch, in anderen Kantonen ebenso wie auf anderen Kontinenten. Lohnt es sich also, in diesem globalen Spiel mitzuspielen? Diese Frage dürfte längst beantwortet sein, sich von der Innovation zu verabschieden, kann kein ernsthafter Plan sein.

Eine Strategie für St.Start-up

Der Sonderkredit von zehn Millionen Franken ist ein Ausfluss der 2023 vom Centre for Entrepreneurship der HSG im Auftrag der Standortförderung erarbeiteten Start-up-Strategie des Kantons St.Gallen. In der Analyse wurde damals festgehalten, dass St.Gallen in der Entwicklung und Förderung von Start-ups anderen Kantonen in einigen Bereichen noch hinterherhinke, es bestehe etwa eine deutliche Finanzierungslücke für Start-ups, die auf Wachstumskurs sind. Das führe dazu, dass noch zu viele St.Galler Gründer den Kanton verlassen oder gleich an einem anderen Ort gründen: Zürich, München oder Berlin würden für Start-up-Gründungen deutlich attraktiver eingeschätzt.

Die Strategie postuliert in vier Fokusbereichen eine ganze Reihe von Massnahmen. Unter anderem sollen analog zur Anlaufstelle Start-up@HSG ähnliche Touchpoints an der OST, am Kantonsspital St.Gallen oder Empa eingerichtet werden, um Start-up-Projekte zu erfassen und initial zu fördern. Überdies wird eine zentralisierte Anlaufstelle als Gründerzentrum für den ganzen Kanton geschaffen, sowohl als physische Anlaufstelle im Switzerland Innovation Park Ost als auch als Online-Angebot. Dafür wurden vom Kanton zwei Stellen bewilligt.

Ein solches Programm gibt es im deutschsprachigen Raum noch nicht.

Gänzlich neu ist der Aufbau eines Accelerator-Programms in St.Gallen. Der von einer Stiftung getragene HSG Start Accelerator wird vom Kanton mit 5,4 Millionen Franken unterstützt, künftig soll die Stiftung selbsttragend sein. Mit dem Programm sollen jährlich für einen begrenzten Zeitraum von zwei bis drei Monaten einige Start-ups in der frühen Wachstumsphase ein Bootcamp durchlaufen und dann in regelmässigen Workshops mit Experten professionalisiert und auf die nächste Stufe gehoben werden, was sie für Finanzierungsrunden mit Venture Capitalists interessant macht. Angesprochen werden sollen Start-ups aus dem ganzen deutschsprachigen Raum, später aus ganz Europa, weshalb die HSG mit ihrer Strahlkraft als Mitträger fungiert. Ein solches Programm gibt es im deutschsprachigen Raum noch nicht, weshalb in der Strategie von einem Leuchtturm-Projekt gesprochen wird. Durch die Vernetzung mit St.Galler Institutionen und auch St.Galler Vorzeige-Start-ups kann sich St.Gallen als Start-up-Standort profilieren.

Die Frage ist höchstens: Soll die Ostschweiz den Einsatz noch erhöhen? Kann sie noch mehr tun? Start-ups haben keine gut eingeführten Produkte als Einkommensquelle, ihr zentrales Asset ist eine innovative Idee. Dass die Schweizer Wirtschaft mit standortbedingt hohen Kosten für Forschung, Entwicklung und Produktion weltweit erfolgreich agiert, ist auf hohe Qualität und Innovation zurückzuführen. Die vielen Ostschweizer Unternehmen, die in ihrem Bereich zur absoluten Weltspitze gehören, haben Tradition und Innovation ganz selbstverständlich vereint. Sie werden auch morgen noch tragende Säulen der Wirtschaft sein.

Bisher traut sich kaum jemand, ein komplettes eigenständiges Medizinstudium in der Ostschweiz zu fordern.

Auf ein Thema setzen

Den richtigen Nährboden für Start-ups zu schaffen, ist für jede Region per se von elementarer Bedeutung, idealerweise ist eine Start-up-Szene auch befruchtend für die angestammte Wirtschaft. Wenn rund um ein Oberthema ein eigentliches Ökosystem entsteht, wo etablierte Unternehmen und Start-ups gemeinsam mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen an ähnlichen Fragen forschen und entwickeln, kann aus eins plus eins drei werden.

Gibt es solche Ökosysteme in der Ostschweiz? Zumindest eines ist quasi amtlich: Mit der Gründung des Switzerland Innovation Parks Ost in St.Gallen wurde das strategische Ziel formuliert, die Kompetenz der Forschungseinrichtungen Empa, Universität St.Gallen, Kantonsspital St.Gallen, Fachhochschule OST und RhySearch mit der Ostschweizer Industrie, insbesondere der Präzisionsindustrie und dem Bereich Gesundheitstechnik, zu verkuppeln. Nun sind Health und Medtech beileibe keine Ostschweizer Exklusivität, auf der ganzen Welt möchten die Menschen lange und lange gesund leben. Auf der ganzen Welt ist Health ein wachsender Markt, an dem viele Player partizipieren wollen.

Ein bisschen Unispital

Gesundheit als das Ostschweizer Thema ist aber auch nicht aus der Luft gegriffen. Genauso, wie an der Universität St.Gallen nur bisschen Medizin studiert werden kann, ist das Kantonsspital St.Gallen bzw. der Verbund mit dem sperrigen Namen HOCH Health Ostschweiz ein bisschen ein Universitätsspital, konkret ein «universitäres Lehr- und Forschungsspital». Tatsächlich wird am KSSG in verschiedensten medizinischen Disziplinen auf Top-Niveau geforscht, es gibt ein medizinisches Forschungszentrum, das sich als Schnittstelle zwischen Grundlagenforschung und klinischer Forschung versteht.

Eine Besonderheit stellt in diesem Kontext das Labor für Neuroimmunologie dar, denn hier forscht seit 2023 mit Natalia Pikor die erste ETH-Professorin in der Ostschweiz. Sie untersucht, wie Immunreaktionen im zentralen Nervensystem reguliert werden; ; finanziert wird die ETH-Professur am KSSG vom Schweizerischen Nationalfonds.

Kanton St.Gallen, ETH, Empa und KSSG haben auch beschlossen, gemeinsam einen Lehrstuhl für Biosensorik in St.Gallen einzurichten, daraus soll ein Forschungsteam mit mittelfristig etwa 20 Wissenschafter entstehen. An der Universität St.Gallen kann seit 2020 im Rahmen des Joint Medical Masters in Kooperation mit der Universität Zürich der letzte Teil eines Medizin-Studiums absolviert werden. Der klinische Unterricht dieser bis zu 40 Masterstudenten erfolgt am KSSG. Die ersten Studenten haben diese Ausbildung in St.Gallen bereits abgeschlossen, etwa die Hälfte dieser Ärzte nahm eine Tätigkeit in der Ostschweiz auf. Das zeigt, dass ein vordergründiges Ziel des Medical Masters erreicht wird, denn die Kosten von gut fünf Millionen Franken im Jahr wurden auch als Massnahme gegen den grossen Ärztemangel gerechtfertigt. Für die Universität Zürich, wo diese Ärzte die Bachelorausbildung absolvieren, erschliesst sich der Sinn der Kooperation weniger, die Uni Zürich wollte den Deal bereits per 2026 wieder auslaufen lassen. Immerhin gelang es der St.Galler Regierung und der HSG, die Zürcher umzustimmen und das Modell bis 2030 weiterzuführen.

Solche Start-ups entstehen naturgemäss vor allem im Dunstkreis technischer Hochschulen.

Die Frage, wie es danach weitergehen soll, stellt sich dennoch sehr bald. Bisher traut sich kaum jemand, ein komplettes eigenständiges Medizinstudium in der Ostschweiz zu fordern, der Aufwand wäre ungleich höher als «nur» ein Masterstudium zu führen. Hinter den Status quo zurück will aber auch niemand. Zum einen, weil es für die medizinische Versorgung mehr Ärzte braucht. Zum anderen, weil ein Wirtschaftscluster zum Thema Health sicher nicht weniger medizinische Kompetenz als heute benötigt.

HSG als Technik-Hochschule...

Die HSG als Ostschweizer Universität mit internationaler Ausstrahlung bildet schwerpunktmässig nicht «Techies» aus, dafür wird hier aber Unternehmertum gelehrt und gelebt. Die von Studenten getragene Organisation Start Global fördert unternehmerische Initiativen und ist Träger des jährlichen Start Summit, Europas grösste studentische Konferenz für Entrepreneurship und Technologie. Über 7000 Teilnehmer – darunter über

1000 Start-ups und über 1000 Investoren – trafen sich gerade wieder im Olma-Areal zum Austausch, an dem sich junge Talente mit Investoren vernetzen können.

Spricht man mit Start-up-Gründern und Start-up-Investoren, dann würden sie die HSG dennoch gerne um einige naturwissenschaftliche, technische Fakultäten ergänzen. Denn eines haben die meisten «richtigen» Start-ups – jene mit einem sehr skalierbaren Geschäftsmodell – gemein: Sie haben eine Idee, die auf einer Schlüsseltechnologie, einer Erfindung, einer technischen Innovation basiert. Solche Start-ups entstehen naturgemäss vor allem im Dunstkreis technischer Hochschulen. Dass ein solches Umfeld befruchtend ist, weiss man nicht erst seit gestern: Schon 2014 schlug die Industrie- und Handelskammer St.Gallen-Appenzell vor, eine «ETH Science City» in Wil zu schaffen.

3000 angehende Wissenschaftler, Forscher, Professoren sollten gemäss einem Papier vom damaligen IHK-Direktor Kurt Weigelt in Wil angesiedelt werden – auf jenem Areal übrigens, dass künftig vielleicht als St.Gallisch-thurgauische Koproduktion als «Wil West» zumindest ein pulsierender Wirtschaftsstandort wird. Die IHK wollte seinerzeit die Entwicklung der ETH Zürich ausserhalb der Region Zürich vorantreiben, «die Schweiz braucht keine weitere Zentralisierung, sondern starke Regionen», schrieb Kurz Weigelt damals. Besonders im Auge hatte die IHK das Departement Maschinenbau und Verfahrenstechnik, das seinerseits von einem Standort in der Nähe zur Industrie profitieren würde.

Tech-Kompetenz im Thurgau

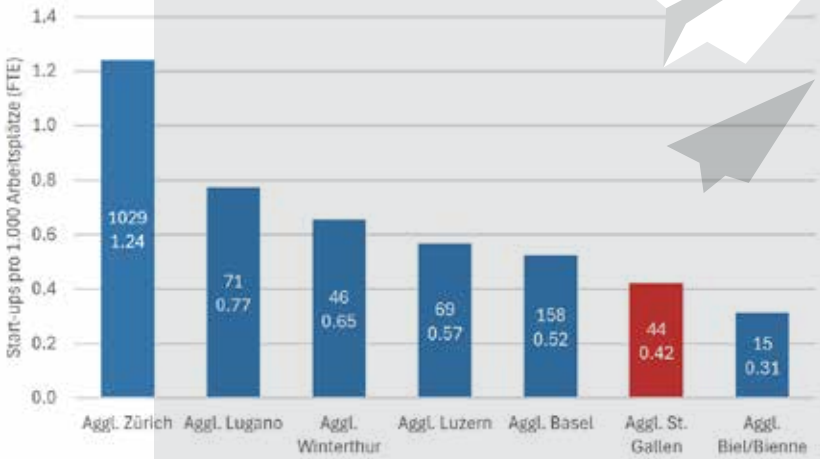
Ausser den erwähnten ETH-Professuren in St.Gallen bleiben die technischen Disziplinen in der Ostschweiz eine fast exklusive Domäne der Fachhochschule OST, die primär an den Standorten Rapperswil-Jona und Buchs viel Kompetenz versammelt. Zudem finden sich weitere Institute von technischen Hochschulen in der Ostschweiz: Der Kanton Thurgau hat unter dem Dach der Thurgauischen Stiftung für Wissenschaft und Forschung in Kooperation mit der Universität Konstanz und der Hochschule für Technik, Wirtschaft, Gestaltung (HTWG) Konstanz bereits vier sogenannte An-Institute auf Thurgauer Boden geschaffen, an denen zu verschiedenen Themen geforscht wird.

Ein ausgewachsener ETH-Campus in Wil bleibt wohl eine Idee. Aber vielleicht lässt sich in Anlehnung an das Thurgauer Modell das eine oder andere ETH-Institut in der Ostschweiz ansiedeln? Ein interessanter Standort dafür könnte das Areal des Technologiekonzerns Bühler in Uzwil sein. Die Uze AG, die Immobiliengesellschaft der Gründerfamilie, will einen Teil davon neu entwickeln und dort auf einer Fläche von über 18´000 Quadratmetern einen Innovationshub für Unternehmen und Start-ups schaffen. Das St.Galler Institut für Jungunternehmen, das bereits in Schlieren einen Start-up Space betreibt, wird hier Office- und Engineer-Spaces, Meetingräume, Eventflächen, Community-Formate sowie einem umfassenden Service für Start-ups aufbauen. Könnte in diesem spannenden Umfeld auch noch eine Forschungseinrichtungen angesiedelt werden, würde das den Nährboden für Innovation natürlich zusätzlich düngen.

Agglo St.Gallen zeigt flaue Start-up-Dynamik.

Die WISG Wirtschaft Region St.Gallen hat bei der BAK Economics AG eine volkswirtschaftliche Analyse der Agglomeration St.Gallen in Auftrag gegeben. In dieser im Februar 2025 vorgestellten Studie wurde auch die Start-up-Dynamik ausgewählter Agglomerationen verglichen; dabei wurden die zwischen 2019 und 2024 gegründeten Start-ups erhoben und dann ins Verhältnis zu 1000 Arbeitsplätzen in den jeweiligen Agglomerationen gesetzt. Die Agglomeration St.Gallen reicht von Egnach bis Hundwil und von Degersheim bis Wolfhalden und umfasst 29 Gemeinden mit etwas über 190´000 Einwohnern.

Mit 1029 Start-ups und einem Koeffizienten von 1,24 liegt hier nicht überraschend die Agglomeration Zürich weit vorne, gefolgt von Lugano (0,77), Winterthur (0,65), Luzern (0,57) und der Agglomeration Basel (0,52), die zwar mit 158 Start-ups den zweithöchsten Wert aufweist, aber eben auch über viele Arbeitsplätze verfügt. Die Agglomeration St.Gallen ist mit 44 Start-ups absolut und einem Koeffizienten von 0,42 einigermassen abgeschlagen und liegt bei den verglichenen Regionen gerade noch vor Biel (0,31). Nicht erfasst wurden in der Studie Agglomerationen wie Lausanne oder Genf.



Start-up Dynamik Start-ups im Benchmarking-Vergleich 2019-2024, Anzahl und pro 1000 Arbeitsplätze

37 der 44 Start-ups in der Agglomeration St.Gallen wurden in der Stadt St.Gallen selbst gegründet, weitere vier in Herisau. Erhoben wurden in der Studie auch die Branchen, in denen diese Start-ups gegründet wurden, wobei es in dieser Erhebung zwischen den Branchen Überschneidungen und Mehrfachnennungen gibt. Demnach können mit 18 Start-ups viele Gründungen (auch) der Softwarebranche inklusive App-Entwicklung und künstlicher Intelligenz zugeordnet werden. Über 30 Start-ups lassen sich verschiedenen Dienstleistungsbereichen zuordnen.

Text: Philipp Landmark
Bilder: Pixabay, zVg

Die wenigsten Neugründungen sind Start-ups

Die Zahl der Gründungen nimmt in der Schweiz stetig zu, doch nur jede hundertste dieser Firmen ist ein eigentliches Start-up.

Es sind eindrückliche Zahlen, die das in St.Gallen ansässige Institut für Jungunternehmen (IFJ) regelmässig publiziert. 52´978 Firmen wurden 2024 neu ins Handelsregister eingetragen, das entspricht einem Wachstum von 2,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

«Das Unternehmertum in der Schweiz wächst, vor zehn Jahren zählten wir erst 41´000 Neueintragungen», sagt Simon May, Co-Geschäftsführer des IFJ. Die Gründe dafür sind vielfältig: «Heute haben wir andere Voraussetzungen, alles ist etwas einfacher geworden.» Etliche Gründer arbeiten heute auch nicht ausschliesslich und zu 100 Prozent für die neue Firma, sondern treiben diese nebenher voran und arbeiten noch an einem anderen Ort. «So sind sie abgesichert, das ist vielleicht der Schweizer Denkweise geschuldet.» Eine weitere Erklärung für die höhere Zahl der Gründungen ist auch das Bevölkerungswachstum.

Zwei Drittel effektiv neue Firmen

Zusammen mit PostFinance hinterfragt das IFJ alle zwei Jahre die vordergründigen Zahlen mit der Studie Gründermarkt Schweiz, die vom Marktforschungsinstitut YouGov erhoben wird. «Von den Handelsregistereinträgen sind etwa zwei Drittel tatsächlich neue Firmen», kann Simon May aufgrund der Analyse festhalten. Also dürften in der Schweiz im letzten Jahr rund 35´000 Firmen gegründet worden sein, die effektiv eine neue Tätigkeit aufgenommen haben.

Zu den gründungsstärksten Branchen gehören Handwerksberufe, gefolgt von Beratung, Immobilien, Detailhandel, verschiedenen Dienstleistungen, Architektur- und Ingenieurbüros, Finanzen und Versicherungen, Gastronomie, IT und ICT sowie das Gesundheitswesen. Start-ups sind für sich betrachtet keine Branche, sie wären je nach Definition aber auch weit davon entfernt, zahlenmässig mit den Gründungen in Top-Branchen mithalten zu können.

Eigene Technologie

Mit Venturelab und Venture Kick sind aus dem IFJ national führende Start-up-Förderprogramme entstanden. Aus der langjährigen Erfahrung gibt es beim IFJ eine praktikable Definition von Start-ups im engeren Sinne: «Sie verfügen über eine eigenentwickelte Technologie, sie bringen eine echte Innovation in den Markt», sagt Simon May, «solche Start-ups kommen in der Schweiz zu 90 Prozent aus technischen Hochschulen oder Forschungsanstalten.»

Ein weiteres Merkmal für Start-ups ist ein skalierbares Geschäftsmodell mit internationalem Potenzial sowie ein hochambitiöses Gründerteam, das offen dafür sein muss, Investoren als Teilhaber aufzunehmen. «Technologie ist investitionsintensiv, deshalb benötigen alle Start-ups Fremdfinanzierungen», sagt Simon May. Die Anteile der Gründer werden

Simon May ist Co-Geschäftsführer des Instituts für Jungunternehmen.

durch Finanzierungsrunden verwässert, «man sollte die Gründer darauf vorbereiten, dass sie ihren Erfolg teilen müssen».

All diese Kriterien erfüllen in der Schweiz etwa 350 der 35'000 Neuunternehmen. Start-ups im engeren Sinn sind also gut ein Prozent der effektiven Neugründungen.

«Über zwei Drittel sind tatsächlich neue Firmen.»

Gründerboom hält an

Im ersten Quartal 2025 liegt die Zahl der Gründungen bereits wieder deutlich über dem letzten Jahr, aktuell werden in der Schweiz jeden Tag 155 Firmen neu eingetragen. Sprunghafte prozentuale Zuwächse verzeichnen dabei kleine Kantone wie Appenzell Innerrhoden, Obwalden und Nidwalden; eine kleine Differenz bei der Anzahl an Gründungen in dem kurzen Zeitraum resultiert hier in deutlichen Ausschlägen. Deshalb kann es auch sein, dass die Rückgänge zwischen sieben und zehn Prozent in den Kantonen St.Gallen, Appenzell Ausserrhoden und Thurgau eine ungünstige Momentaufnahme und kein negativer Trend sind.

Das Institut für Jungunternehmen unterstützt jährlich über 3000 Firmen bei der Gründung mit verschiedenen Dienstleistungen wie etwa juristischen Services, und das in vier Sprachen (Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch). Somit werden fast zehn Prozent aller effektiv neuen Firmen von St.Gallen aus beraten. «Wir gründen in jedem Kanton der Schweiz», sagt Simon May. Aus der langjährigen Beobachtung der Gründerszene weiss der Co-Geschäftsführer des IFJ, wo unter all diesen Gründungen technologiegetriebene Start-ups entstehen: «In der Ostschweiz sind es hauptsächlich die Standorte St.Gallen und Rapperswil mit den Fachhochschulen Ost, der Empa sowie dem Switzerland Innovation Park und der Universität.» Start-up-Förderung beginnt für Simon May viele Jahre vor einer Gründung: «Wichtig sind Gelder für Grundlagenforschung. Denn hinter den meisten Start-up-Projekten steckt jahrelange Forschungsarbeit.» Ein neues Spin-off der ETH könne durchaus zehn Jahre Forschungsvergangenheit mitbringen. Jedes Jahr gibt es in der Schweiz zwischen 800 und 900 Projekte, die grundsätzlich das Potenzial für ein Start-up hätten, etliche gehen aber nicht an den Start – unter anderem, weil kein geeignetes Geschäftsmodell entwickelt werden kann, technische Hürden zu gross sind, keine Investoren gefunden werden können oder kein Gründerteam entsteht. Rund 350 effektive Start-ups werden vorangetrieben.

Ein Generationenprojekt

«Die Basis für Start-ups im engeren Sinn ist Forschung und Entwicklung», betont Simon May. «St.Gallen hat zwar sehr viele Studenten, doch die Universität ist sehr wirtschaftslastig. Darum entstehen hier vergleichsweise weniger Start-ups.» Die Thurgauer Strategie, im Kanton für Forschungsinstitute von Konstanzer Hochschulen zu etablieren, hält Simon May aus dieser Perspektive deshalb für vielversprechend.

«Es ist zu begrüssen, dass an der HSG und an der Ost Themen wie Entrepreneurship gepusht werden, dadurch entstehen in der Forschung an der Empa und am Kantonsspital St.Gallen jedoch kaum zusätzliche Projekte.» Die Idee, St.Gallen zu einem Hotspot für Health und Medtech-Themen zu machen, gefällt Simon May, doch warnt er davor, sich allzu schnelle Erfolge zu versprechen. «Es braucht eine starke Basis für ein Thema, das ist ein Generationenprojekt.»

Die Start-up-Szene in Berlin zeichnet sich durch tiefe Kosten und ein Milieu von Künstlern und Freidenkern aus. Tel Aviv ist weltweit führend in Cybertechnologien, weil auch die eigene Armee und der Geheimdienst dieses Know-how nachfragen. Neue Trends im Thema Finanzen werden oft in London gesetzt. «Überall sind über viele Jahre solide Fundamente gewachsen», erklärt Simon May. «Um das Thema Health in St.Gallen nachhaltig zu etablieren, braucht es Investitionen in die Forschung. Wir kratzen an der Oberfläche, wir müssten mit viel mehr Anstrengungen an der Basis arbeiten.» Auf diese Weise könne man keine Quick-Wins mitnehmen, aber die Grundlage für die Zukunft schaffen. «Wenn St.Gallen erst einmal als ein MedTech-Hub gilt, befruchtet das weitere Gründungen und Ansiedlungen.»

Dass der St.Galler Kantonsrat 2024 einen Sonderkredit von zehn Millionen Franken für die Start-up-Förderung genehmigte, begrüsst Simon May ausdrücklich. «Es braucht aber viel mehr, um das Boom-Thema Health zu stärken und weiterzutreiben.» Ein Campus für Forschungseinrichtungen und Start-ups gleich hinter dem Bahnhof St.Gallen könnten ein sichtbares Zeichen solcher Anstrengungen sein.

Text: Philipp Landmark
Bild: Marlies Beeler-Thurnheer

Anzeige

FORM FOLLOWS FUNCTION

W+P Weber und Partner AG – Ihre Spezialistin für Industrie- und Logistikbau.
Wir entwickeln Gebäude von innen heraus – und bieten unsere Expertise als Dienstleistung an: Mit unseren Logistik-Spezialisten analysieren und optimieren wir die Abläufe, Materialflüsse und Prozesse Ihres Unternehmens. Bevor gebaut wird. Oder auch ganz ohne Bau. Nehmen Sie mit uns Kontakt auf.

W+P Weber und Partner AG + Titlisstrasse 9, 9500 Wil + info@wpag.ch + www.wpag.ch

Learnings vom Vorzeige-Start-up

Meteomatics ist eine Erfolgsgeschichte aus der Ostschweizer Start-up-Welt. Dennoch würde Gründer Martin Fengler heute einiges anders machen.

Meteomatics, 2012 in St.Gallen gegründet, ist heute ein grosses, international tätiges Unternehmen für hochpräzise Wetterdaten. Und noch immer ist es eine der Lieblings-Start-up-Geschichten der Ostschweiz. Gründer und Mastermind Martin Fengler wird deshalb gerne eingeladen, um seine Geschichte zu erzählen. Kürzlich teilte er seine Erfahrungen als Start-up-Gründer auf Einladung des Startfelds an der Fachhochschule OST. Solche Engagements nimmt Martin Fengler gerne an, er betrachtet es auch als Investment in die Ostschweizer Start-up-Welt. Ein Engagement, dass sich lohnt: Fengler hielt schon vor über zehn Jahren Vorträge an der Kantonsschule am Burggraben, einer der Zuhörer von damals arbeitet jetzt bei ihm.

«Mit dem heutigen Wissen würde ich wohl eher in Zürich gründen.»

Man gründet da, wo man ist

Sein Unternehmen gründete Martin Fengler auf dem Sofa, «ohne gross zu überlegen, ob es in St.Gallen einen günstigeren Steuertarif gibt als in Zug; ich glaube, man gründet einfach da, wo man ist.»

Das gilt zumindest dann, wenn man als junger Gründer noch tausend andere Dinge im Kopf hat. «Mit dem heutigen Wissen, mit 13 Jahren Erfahrung, würde ich wohl eher in Zürich gründen», sagt Fengler in einem Gespräch nach dem Referat. Ein wesentlicher Grund: Für die komplexen Wettermodelle seines Unternehmens braucht er hochqualifizierte Naturwissenschaftler. Solche Talente sind rar, wenn solche Top-Entwickler an der ETH abschliessen, kommen sie meist nicht weit, weil sie von Google, OpenAI, Apple, Walt Disney und anderen Tech-Firmen in der Nachbarschaft gleich wieder aufgesogen werden.

Naturwissenschaften an der HSG

Martin Fengler versucht, solche Talente nach St.Gallen zu locken, und seit drei Jahren gelingt ihm das spürbar besser. Natürlich ist das Unternehmen inzwischen bekannter geworden und gilt als cool. Vor allem aber zügelte Meteomatics aus dem Startfeld in eine Liegenschaft in unmittelbarer Bahnhofsnähe. Hochqualifizierte Fachkräfte aus dem Raum Zürich fahren allenfalls noch eine Stunde nach St.Gallen, «wenn sie dann nochmals eine Viertelstunde dranhängen müssten, um irgendwohin zu fahren, dann kommen sie einfach nicht».

Deshalb rät Fengler künftigen Gründern von technologieorientierten Start-ups: «Gründet nicht in St.Fiden, gründet nicht im Rheintal, macht es in Gehdistanz vom Bahnhof St.Gallen.» Dem Kanton St.Gallen aber rät er, das grundsätzliche Problem anzugehen: «Künftig müssen an der HSG naturwissenschaftliche Studiengänge angeboten werden.» Auch, damit die Talente von der hiesigen Kantonsschule nicht an andere Hochschulen abwandern und dort hängen bleiben.

Single Founder wider Willen

Eigentlich wollte Martin Fengler 2012 das Start-up mit einem Partner gründen, «doch der ist mir eine Woche vor Gründung abhandengekommen».

Heute würde Fengler das wohl nicht mehr tun. «Single-Founder hat natürlich seinen Charme, man kann überall durchregieren.» Doch die Heldentaten, die man so gerne in Start-up-Biografien hineinliest, seien selten; hingegen gab es in den 13 Jahren, die Meteomatics nun unterwegs ist, zahlreiche schlaflose Nächte. «Und dann ist es cool, wenn du jemanden hast, der mitleidet.»

Den fehlenden Partner in der Firma kompensierte Fengler ein Stück weit mit einem Sparring-Partner von ausserhalb: Roger Dudler, der mit seinem Start-up Frontify in der Entwicklung stets gefühlte zwei Jahre vor Meteomatics lag, gab Martin Fengler wertvolles Feedback und gute Tipps. Roger Dudler riet ihm schon früh, sein Geschäftsmodell als «Wetter-API-SAAS-Ding» aufzuziehen. «Ich hatte das lange nicht verstanden, sagt Fengler heute. Rasch verstanden hatte er aber: «Wenn jemand ein Start-up gründet, braucht man unbedingt interne und externe Sparring-Partner!»

«Künftig müssen an der HSG naturwissenschaftliche Studiengänge angeboten werden.»

Investoren schauen das Team an

Wenn Martin Fengler Einblick in andere Start-ups erhält, dann erkennt er durchaus, dass seine Situation als Single Founder auch Vorteile hat. Beziehungen zu Geschäftspartnern können sich auch mal verändern, etwa aus privaten Umständen heraus. Es könne zum Beispiel sein, dass ein Partner nach einigen Jahren meint, die Firma müsse gar nicht weiterhin wachsen, und dafür das Arbeitspensum reduzieren will. «Es ist ein ziemliches Dilemma, wenn du zum Mond fliegen willst und dein Partner meint, es reicht, wenn wir bis zur Startrampe fahren.» Dennoch empfiehlt er, ein Start-up mit Partnern aufzubauen. «Unter dem Strich ist es mit Partnern oft einfacher.»

Hochveredelte Wetterdaten

Meteomatics sammelt und erfasst Wetterdaten, bereitet sie auf und stellt sie Kunden in veredelter Form zur Verfügung. Das Unternehmen beschäftigt heute über 160 Mitarbeiter, 110 davon in St.Gallen für die Entwicklung, Forschung und Software-Entwicklung. Daneben gibt es Büros vor allem für den Vertrieb in Deutschland, Norwegen, USA, England und Spanien. Weil zu Beginn wesentliche Daten für hochauflösende Wettermodelle von niemandem erfasst wurden, hat Meteomatics eigene Wetterdrohnen entwickelt und perfektioniert, um diesen Observation Gap im unteren und mittleren Luftraum zu schliessen. Vermutlich hat das Unternehmen heute die grösste Kompetenz zum Thema in der Schweiz, die Meteomatics-Drohnen haben beispielsweise als einzige auf der Welt Propellerheizungen, um Vereisungen vorzubeugen. Dennoch sind Drohnen für Meteomatics nur am Rande ein Produkt und vor allem ein Werkzeug.

Meteomatics kombiniert Daten von Satelliten, Flugzeugen, Drohnen und vielen weiteren Sensoren, insgesamt rund 150 Quellen, um das aktuelle Wetter möglichst genau zu bestimmen. Das ist dann die Basis für die hochdetaillierten Wetterprognosen, die komplexe physikalische Modelle sind. Die Atmosphäre ist dreidimensional, dazu kommt die Zeitachse, sodass ein Wettermodell ein vierdimensionaler Datensatz ist. Meteomatics verarbeitet jeden Tag 200 Terabyte an Daten, also 200´000 Gigabyte. Um diese Datenmengen zu verarbeiten, braucht es gewaltige Rechnerleistungen. Meteomatics hat gerade 20 Millionen Dollar für einen Supercomputer ausgegeben – Geld, das von amerikanischen und deutschen Investoren stammt.

Das sei insbesondere beim Fundraising so: «Investoren reden immer davon, dass sie Risikokapital geben. Das ist Quatsch. Sie hassen Risiken wie die Pest.» Am Anfang würden Investoren die Power-Point-Präsentationen anschauen, «sie finden vielleicht das Design cool, den Case verstehen sie sowieso nicht», sagt Fengler. «Die Zahlen sind erstunken und erlogen, das wissen auch die Investoren, aber die schauen sich ohnehin vor allem das Team an.»

Das war ein Handicap für Meteomatics: «Bei uns gab es kein Team, da gab es nur mich. Wir haben deswegen unfassbar lang keine Investoren bekommen», erinnert sich Fengler. Trotzdem war es für ihn einfach, neue Kunden zu gewinnen. «Irgendwann hat sich dann ein Investor gesagt, wenn der jetzt schon 100 Kunden hat, dann scheint es ja irgendwie zu funktionieren.»

Businessplan für die Tonne

2012 gab es in St.Gallen noch keine Start-up-Szene, die diesen Namen verdient hätte, «das Startfeld gab es schon, es war aber selbst noch ein Start-up.» Also wusste niemand so genau, wie ein Start-up eigentlich funktioniert. Martin Fengler ging in einen Buchladen und kaufte ein Buch: «Wie mache ich einen Business-Plan?» Tatsächlich habe er dann ein 100-Seiten-Dokument gebastelt – «alles für die Tonne, das brauche ich nicht mehr», sagte er am Start-up Breakfast an der OST. «Aber es ist durchaus unterhaltsam, da nochmals reinzuschauen.»

Eine erste Finanzierung erhielt Meteomatics damals über die gerade entstandenen Startfeld-Strukturen. Das war damals aber noch keine Finanzierung über Eigenkapital, sondern ein Darlehen. «Zinslos, immerhin», sagt Fengler, doch das Darlehen ging nicht an die Firma, sondern an ihn als Privatperson, er war persönlich dafür haftbar.

Martin Fengler ist Mathematiker und Gründer von Meteomatics.

«Solch geliehenes Geld gibt man nicht so freudig aus, wie wenn es fremdes Geld wäre, das man von Investoren hat.» Der jungen Firma mit kaum Geld auf dem Konto half das Darlehen durchaus. «Aber es war nicht besonders angenehm – ich bin dankbar, aber ich war heilfroh, als ich alles zurückbezahlt hatte.»

Knallharte Kriterien

Bei späteren Finanzierungsrunden geht es nicht mehr um das Team, es geht nur noch um KPIs, um die wesentlichen Kennzahlen. «Investoren kaufen keine Projektidee und schon gar keine Idee, um die Welt zu retten. Es geht um Wachstum, und das kann man messen», hält Martin Fengler fest. Es gebe knallharte Kriterien, «wenn ein Start-up im Bereich Software as a Service am Anfang nicht mindestens 60 oder 70 Prozent Wachstum aufweist, wird es keine Finanzierung bekommen».

Wer ein Start-up gründet, muss sich darüber im Klaren sein, dass es im Minimum zehn Jahre dauert, «bis das Ding so richtig abhebt», wie es Fengler formuliert. «Früher stand in jedem Buch, nach den ersten drei Jahre habe man es geschafft.» Dann stiess er auf einen Blog vom Ostschweizer Gründer und erfahrenen Start-up-Investor Andreas Göldi. «Er schrieb, es brauche zehn Jahre. Wir waren noch keine fünf Jahre unterwegs und ich dachte, das sei Blödsinn, es geht viel schneller.» Doch Göldi sollte recht behalten. «Es braucht zehn Jahre, bis das Geschäftsmodell gefestigt ist, bis man Kunden hat, ein Netzwerk, bis es dann auch einfacher wird, Leute anzuziehen.» Was Martin Fengler potenziellen Gründern ebenfalls mit auf den Weg gibt, ist die Empfehlung, ein einfaches Geschäftsmodell zu wählen, «etwas, das leicht zu verstehen ist». Den Techies legt er nahe, Sales und Marketing ernster zu nehmen, als er es tat. «Ich hatte als Naturwissenschaftler natürlich immer so meine Meinung zu Sales- und Marketing-Menschen. Ich dachte, wenn ich ein super Produkt habe, dann verkauft sich das von allein. Ja, auch da hatte ich mir eine blutige Nase geholt.» Sein eigenes Geschäftsmodell würde Fengler heute nicht nur einfacher formulieren, sondern auch anders aufziehen. Er würde am liebsten voraussetzen, dass es die Daten einer Meteomatics gibt, und dann mit einer neuen Firma darauf aufsetzen und nur noch Daten veredeln. «Heute sind wir eine Firma, die rund ein Drittel ihrer Gesamtkosten aufwendet, um diese riesige Datenmenge zu generieren.»

Text: Philipp Landmark
Bilder: Marlies Beeler-Thurnheer, Pixabay, zVg

Systemfehler auf Kosten der Steuerzahler

Ein Fall aus der Gemeinde Kirchberg SG bringt ein strukturelles Problem im Zusammenspiel von Asylrecht und Sozialhilfegesetzgebung ans Licht: Ein straffälliger Flüchtling aus Eritrea wurde rechtskräftig des Landes verwiesen. Er reiste freiwillig aus – und kehrte nur wenige Monate später zurück. Heute lebt er wieder in der Ostschweiz und bezieht erneut Sozialhilfe.

Unser Schweizer Rechtssystem lässt dies zu. Auch wenn das Asylrecht nach einem Landesverweis erlischt, bleibt der Flüchtlingsstatus bestehen – und damit der volle Anspruch auf Sozialhilfe. Dies gilt selbst dann, wenn die Person freiwillig ausgereist ist und später aus dem Ausland erneut in die Schweiz einreist.

Es ist absurd, dass jemand mit einem Landesverweis wieder in die Schweiz einreisen kann. Das Dublin-Abkommen macht es möglich: Es zwingt die Eidgenossenschaft, verurteilten Straftätern, die als Flüchtlinge zu uns gekommen sind, stets ein Obdach zu bieten. Für Gemeinden wie Kirchberg bedeutet das: Sie stehen finanziell in der Pflicht, während ihnen jegliche Information über die Vorgeschichte der Betroffenen verwehrt bleibt. Die Bevölkerung kann nicht adäquat geschützt werden. Gleichzeitig sind die Gemeinden gesetzlich gezwungen, Menschen zu unterstützen, die aufgrund schwerwiegender Straftaten ihr Gastrecht verwirkt haben.

Als Nationalrat und Gemeindepräsident sehe ich hier eine Schieflage: Wer nach einem Landesverweis ausreist, soll bei Rückkehr in die Schweiz nicht erneut Sozialhilfe beanspruchen können. Ich habe deshalb eine Motion eingereicht, welche fordert, den Sozialhilfeanspruch in solchen Fällen auszuschliessen.

Es geht nicht um eine Aushöhlung des Flüchtlingsschutzes – es geht um Systemglaubwürdigkeit, Fairness gegenüber den Steuerzahlern und die Handlungsfähigkeit der Gemeinden. Die Schweiz muss aufhören, ein Magnet für wirtschaftlich motivierte Rückkehrreisen zu sein. Wer Regeln verletzt und das Land verlassen muss, darf nicht durch eine Gesetzeslücke geschützt oder gar belohnt werden.

Michael Götte, Nationalrat SG (SVP)

Gründer ticken anders

Start-up-Investor Patrick Degen gründete seine ersten Unternehmen in St.Gallen. Dass einige dieser Firmen noch in der Ostschweiz angesiedelt sind, ist nicht selbstverständlich.

Der Solothurner Patrick Degen kam nach St.Gallen, um Wirtschaft zu studieren; er hat mit einem Bachelor in Business Administration und einem Master in Accounting & Finance abgeschlossen. «An der HSG und auch an der OST wird wertvolles Wissen vermittelt», sagt Patrick Degen, «auch Aspekte wie Entrepreneurship werden systematisch beleuchtet.» Um eine lebendige Start-up-Szene entstehen zu lassen, reicht das freilich noch nicht.

Heute ist Patrick Degen selbst Start-up-Investor und hat die in- und ausländische Start-up-Landschaft im Blick. Er würde nicht behaupten, dass die Ostschweiz grundsätzlich hinterherhinkt, aber er sieht auch: Es werden wesentlich mehr Start-ups dort gegründet, wo technisch orientierte Hochschulen lehren, insbesondere rund um die ETH und die EPFL. Einen verengten Blick auf das Umfeld von technischen Hochschulen sollte man aber vermeiden. Patrick Degen verweist gerne auf Start-ups, die gar nicht aus Hochschulen kommen, sondern von gestandenen Berufsleuten gegründet werden: «Das sind oft die spannendsten Projekte», betont er: «Wenn jemand im Berufsalltag auf ein noch ungelöstes Problem stösst, und eine Idee entwickelt, wie das zu lösen ist.»

«Das nächste Ziel ist dann die Milliarde.»

Glaubwürdiges Ökosystem

Dass immer wieder Start-ups, die in St.Gallen entstehen, von hier wegziehen, kann Patrick Degen bestätigen. Bevorzugt ziehen diese Unternehmen Richtung Zürich, aber auch an andere Orte. «Wenn jemand etwas im Kryptobereich aufbauen will, ist nach wie vor Zug eine gute Adresse», sagt Patrick Degen. «Das ‹Crypto-Valley› wird zwar nicht mehr so gehypt, aber wenn jemand Entwickler sucht, findet man sie dort.» Wenn eine Region sich zu einem Thema einen Namen gemacht hat und über ein anerkanntes Ökosystem verfügt, zieht das wieder neue Projekte und weitere Talente in diesem Thema an. «Deshalb ist es wichtig, dass eine Region versucht, ein glaubwürdiges Ökosystem aufzubauen», sagt Patrick Degen. Initiativen wie das Startfeld im heutigen Switzerland Innovation Park Ost seien dafür definitiv zielführend, auch wenn die periphere Lage des Startfelds dabei nicht sehr hilfreich sei. Die Infrastruktur und das Angebot des Startfelds seien top, wenn es aber zentraler gelegen wäre, «dann würden dort neue Teams entstehen», sagt Patrick Degen, «und diese gehen vielleicht nicht so schnell weg aus der Region.» Deshalb wäre es für ihn naheliegend, dass die HSG, wenn sie denn einmal einen neuen Campus im Stadtzentrum bekäme, genau dort Räumlichkeiten für Spin-offs und Start-ups zur Verfügung stellen könnte.

«Wir selbst haben Büros gleich beim Bahnhof St.Gallen, wenn wir neue Leute suchen, ist das immer ein gutes Argument.» Dass Patrick Degens Unternehmen der Ostschweiz erhalten blieben, ist allerdings nicht selbstverständlich. Als sein erstes Start-up noch während des Studiums in die Skalierungsphase kam, hatte es ein Büro im Seefeld in Zürich und ein Büro in Berlin. «Ich war selten in Berlin, mein Mittelpunkt war Zürich», sagt Patrick Degen. Doch er blieb nach dem Studium in der Ostschweiz hängen, weil er hier eine Familie gründete, mit der er heute in Speicher wohnt. «Sonst wäre ich wahrscheinlich nicht mehr hier.» Auch seine nächsten Gründungen hätten dann ein anderes Domizil.

Selbsthilfe wird Geschäftsmodell

Angefangen hat Patrick Degens Start-up-Laufbahn mit Beginn seines Studiums. Mit seinem Studienfreund Christian Mischler entwickelte er an der HSG Lernhilfen im Stil der bekannten Karteikarten mit Fragen und Antworten. «Anfänglich haben wir das nur für uns gemacht, zur Prüfungsvorbereitung», erinnert sich Patrick Degen. «Uns hat es sehr geholfen, darum haben wir die Lernhilfen im nächsten Semester weitergegeben.»

Die beiden Studenten merkten rasch, dass ihre Lernhilfen ein gefragtes Produkt sind – und auch eine gewisse Bereitschaft besteht, dafür etwas zu bezahlen. Denn ihre Lernhilfen haben die Prüfungsvorbereitung effizienter gemacht, weil sie auch zusammengefasst haben, was die Studenten wirklich auswendig können müssen. So entstand aus der Selbsthilfe das schnell wachsende Start-up Uniseminar & KKarten, schliesslich galt es, alle relevanten Studiengänge abzudecken und jedes Semester neue, aktuelle Lernkarten zu produzieren. «Anfangs hatten wir die Kurse noch selbst belegt, doch wir haben bald zusätzliche Editoren eingestellt, die Texte neu geschrieben haben, und e-Editoren, die solche Texte im Folgesemester überarbeiteten.»

Noch während Patrick Degens Studium deckte das Unternehmen sämtliche Hochschulen und Fachhochschulen der Schweiz ab, es gab Ableger in Deutschland und Holland. Sein Studium dauerte von 2005 bis 2008, «wir benötigten ein wenig länger, weil wir fast 100 Prozent für das eigene Unternehmen gearbeitet hatten und weniger für das Studium».

Das Masterstudium zog sich dann von 2010 bis 2012 hin. In den 20 Jahren seit der Gründung wurde aus Uniseminar der Verlag Ready (ready.ch) mit Hauptsitz in Luzern, gut 150 Freelancer sind in der ganzen Schweiz in verschiedenen Fachbereichen für das Unternehmen tätig.

Gewinne investieren

Eigentlich wäre der Verlag bereits ein Lebenswerk, Patrick Degen hätte bis zur Pensionierung gemütlich als Verlagsleiter arbeiten können. Doch Gründer ticken anders.

Im Gegensatz zu einem typischen technologieorientierten Start-up benötigte der junge Verlag keine externe Finanzierung für die IT oder für Forschung und Entwicklung. «Bei uns war es wirklich ein Produkt mit einfacher Entwicklung und normalen Margen. Darum brauchten wir kein externes Geld.»

Doch die Studenten verdienten Geld. Für die Gründer war klar, dass sie mit diesem Geld etwas aufbauen wollen. «Während des Studiums hatten wir tiefe Lebenshaltungskosten, deshalb hatten wir beschlossen, den Gewinn in andere Start-ups zu investieren», sagt Patrick Degen. Sie übergaben das operative Management des Verlags ihren Mitarbeitern und gründeten 2013 den Swiss Founders Fund (sff.vc). Heute sind sie mit dem Investment-Vehikel an über 50 jungen Unternehmen beteiligt.

Die Schweiz ausgelassen

Auf der Suche nach Investitionen kamen Patrick Degen und seine ehemaligen Studienkollegen Christian Mischler und Alexander Limpert auch in Kontakt mit einem Start-up, das

Patrick Degen hat Start-ups wie Ready.ch oder GuestReady mitgegründet. Mit dem Swiss Founders Fund investiert er seinerseits in Start-ups.

in Australien als Dienstleister für Immobilienbesitzer Wohnungen kurzfristig auf Plattformen wie Airbnb vermietete. Die Australier wollten aber nicht nach Asien und Europa expandieren. «Da war für uns klar, dass wir ein solches Modell in Europa selbst aufbauen müssen», erinnert sich Patrick Degen. Anfänglich bestand noch die Idee, etwa die IT der Australier zu nutzen, um Skaleneffekte zu erreichen. «Doch dann erkannten wir, dass wir die IT besser machen können. Also haben wir das Ganze von null auf neu aufgebaut.» Aus diesem 2016 gegründeten Start-up ist die in Trogen angesiedelte GuestReady Group entstanden. GuestReady wuchs schnell und übernahm mehrere ähnliche Unternehmen; heute verwaltet die Gruppe über 10´000 Wohnungen vorrangig in England, Frankreich, Portugal, Spanien und den Vereinigten Arabischen Emiraten. Die Software wird zudem von Immobilienverwaltern auf der ganzen Welt genutzt. Dass die Schweiz auf der Liste fehlt, st kein Zufall.

Globale DNA

Start-up-Investoren sehen gerne ein realistisches, aber auch möglichst grosses Marktpotenzial. Darum haben die Gründer des Swiss Founders Fund bei ihrem eigenen Start-up GuestReady von Anfang an auf populäre Airbnb-Städte wie London, Paris oder Dubai gesetzt. Im kleineren Zürich, wo es ohnehin zu wenig Wohnungen gibt, hätte das Modell kaum funktioniert. «Durch diesen Entscheid mussten wir uns von Tag eins an damit beschäftigen, wie Mitarbeiter in London mit denjenigen in Paris kommunizieren können, damit es Synergien gibt», erklärt Patrick Degen. Die IT läuft zentral in der Schweiz, die Entwickler arbeiten hier oder als Freelancer im Ausland. Doch die IT dient allen Standorten, deshalb musste sie mit allen Tools von Anfang an international aufgesetzt werden.

Mit dieser Denkweise könne man eher ein grosses Unternehmen aufbauen, ist Patrick Degen überzeugt. Wenn ein Start-up zuerst in der Schweiz anfängt und dann, wenn es ein wenig funktioniert, langsam nach Deutschland expandieren will, gebe es stets Schwierigkeiten, beobachtet er. «Das ganze Team ist voll auf den Schweizer Markt fixiert und bekundet Mühe mit anderen Märkten. Die globale DNA fehlt.»

Erfahrung weitergeben

GuestReady ist gut organisiert und macht hohe Bruttoumsätze. Für 2024 liegt der Umsatz bei über 200 Millionen Franken. Selbstverständlich möchte die Firma weiterwachsen. «Stehen bleiben ist nie gut», sagt Patrick Degen, «deshalb wollen wir neue Vertriebskanäle finden und noch effizienter werden.» Es ist noch nicht lange her, da setzte sich GuestReady die Marke von 100 Millionen Franken Umsatz als Ziel. «Das haben wir erreicht. Das nächste Ziel ist dann die Milliarde», erklärt Patrick Degen und fügt an: «Aber die erreichen wir noch nicht gleich morgen.» GuestReady zählt heute 27 Büros in Europa, das Unternehmen wuchs auch durch Übernahmen ähnlicher Firmen. Vieles hat zum Erfolg des Start-ups beigetragen, sicher auch, dass GuestReady in der Frühphase Know-how an Bord holte: Einer der frühen Schlüsselmitarbeiter von Airbnb war während der ersten vier Jahre Berater von GuestReady. «Wir konnten Fragen zum Geschäftsmodell mit ihm besprechen, wir konnten unsere Ideen challengen lassen», sagt Patrick Degen, «das hat extrem geholfen.» Diese Erfahrung geben Patrick Degen und Christian Mischler nun ihrerseits weiter. Wenn sie in der Frühphase mehrere hunderttausend Franken in ein Start-up investieren, dann nimmt oft auch jemand vom Swiss Founders Fund Einsitz im Verwaltungsrat oder im Advisory Board. Die erfahrenen Investoren helfen dann mit, das Start-up auf die nächste Ebene zu bringen – wenn es in der nächsten Finanzierungsrunde um Millionen geht, ist es fit.

Genügend Kapital wäre da

Als Investor nimmt sich Patrick Degen gerne ein Beispiel an erfolgreichen Inkubatoren wie etwa dem Gründerzentrum Y Combinator in San Francisco. «Die investieren fast nur in Start-ups, wenn das Gründerteam aus einem technischen Kopf und einem Betriebswirtschaftler besteht.» In dieser Kombination könnten Gründer auch ohne Kapital schon sehr weit kommen, «der eine kann das Produkt bauen, der andere geht raus und macht Marketing und Verkauf.» Wenn ein solches Start-up dann ein erstes Mal Kapital aufnehmen will, kann es bereits etwas vorzeigen. Dem Swiss Founders Fund werden laufend Anteile an Start-ups angeboten, sie beurteilen dabei so manches Pitch-Deck. Nicht immer liegen sie mit ihrer Einschätzung richtig: «Bisweilen sagt man einem Start-up ab, das sich danach sehr gut entwickelt» erklärt Patrick Degen. «Solche Fälle analysieren wir natürlich, und oft stellen wir fest, dass es aus damaliger Sicht absolut gerechtfertigt war, dass wir nicht einstiegen.» Wenn die Zahl der Start-ups steigt, stellt sich natürlich auch die Frage, ob es genügend Venture-Capital in der Schweiz gibt. Es dürfte langfristig immer mehr geben, meint Patrick Degen, doch aktuell hätte sich die Entwicklung eher verlangsamt, weil die Verunsicherung durch den Krieg in der Ukraine, die Zinserhöhungen und weitere Effekte dazu führten, dass viele Investoren selektiver wurden. «Viele Töpfe sind gut gefüllt.»

Start-up-Mann im KMU-Parlament

Die von Patrick Degen mitgegründeten Start-ups wurden mit mehreren Preisen ausgezeichnet, unter anderem mit dem Start-up-Award des Swiss Economic Forums (SEF). Das SEF hat inzwischen ein KMU-Parlament ins Leben gerufen, in dem zwei Vertreter pro Kanton Wirtschaftsthemen debattieren sollen. Patrick Degen wird als einer der beiden Vertreter von Appenzell Ausserrhoden teilnehmen. «Für mich wird es spannend, die KMU-Landschaft der Schweiz mit der Start-up-Szene zu verbinden», sagt er. «Die KMU sind schliesslich das Rückgrat der wirtschaftlichen Schweiz.»

Text: Philipp Landmark
Bilder: Marlies Beeler-Thurnheer

Appenzeller Kantonalbank – eine Anlagepartnerin mit Weitblick

Es handelt sich hierbei um Werbung.

In den letzten zwei Jahren hat die Appenzeller Kantonalbank ihr Anlagegeschäft gezielt weiterentwickelt. Unter der Leitung von Thomas Brägger und seinem Team etabliert sie sich nun als kompetente Partnerin für Anlagelösungen in der Ostschweiz – durch Fachkompetenz, Innovationskraft und echtes Interesse an den Bedürfnissen ihrer Kundinnen und Kunden.

Mit der Auslagerung des Backoffice im Anlagebereich konnte sie die Abwicklung von Wertschriften deutlich professionalisieren und die Dienstleistungsqualität spürbar steigern. Ein modernes digitales Beratungstool ermöglicht zudem noch gezieltere, stärker personalisierte Beratung.

Das Anlagekomitee der Bank kombiniert fundamentales Research der Zürcher Kantonalbank mit einem quantitativen Modell. So werden solide, fundamentale und datenbasierte Entscheide ermöglicht – und damit eine präzise Steuerung der Vermögensverwaltung sichergestellt, mit klarem Fokus auf Qualität, Transparenz und Risikominimierung.

Gemeinsam Gutes tun – KB-Zertifikat Pro Appenzellerland
Das Engagement für nachhaltige, sinnstiftende Anlagelösungen drückt sich im KB-Zertifikat Pro Appenzellerland aus. Dieses eigens entwickelte Produkt verbindet finanzielle Performance mit sozialer Verantwortung. Ein Drittel der Managementgebühr fliesst jährlich in kulturelle und soziale Projekte im Appenzellerland. So entsteht ein doppelter Mehrwert – für Anlegerinnen und Anleger sowie für die Region.

Fazit: eine echte Alternative im Anlagegeschäft
Die APPKB versteht sich als bodenständige Anlageboutique, die klassisches Private Banking mit modernen Ansätzen vereint. Verständliche, massgeschneiderte Lösungen – unabhängig von der Vermögenshöhe – bieten eine echte Alternative zu anderen Banken und Vermögensverwaltern. Im Mittelpunkt stehen höchste Zuverlässigkeit und langfristiges Vertrauen.

125 JOHR Appenzeller Kantonalbank

Geschäftsstellen		**Hauptsitz**	
Oberegg	071 898 80 40	Appenzell	071 788 88 88
Haslen	071 333 42 42		
Weissbad	071 333 42 42	kantonalbank@appkb.ch	

«Wir trauen uns noch nicht, gross zu denken»

Die Start-up-Förderung in St.Gallen soll einen zusätzlichen Schub erhalten. Ändern müssen sich aber nicht nur Strukturen: Die Wahrnehmung von St.Gallen als Start-up-Hub soll eine andere werden.

Startfeld war in der Ostschweiz schon ein Synonym für Innovation, als der Switzerland Innovation Park Ost erst eine vage Idee war. Seit 2010 wird unter diesem Label systematisch Start-up-Förderung betrieben, darum war es folgerichtig, den Brand für die Start-up-Förderung weiterzuführen, als Startfeld 2022 in den neuen Switzerland Innovation Park Ost fusioniert wurde. Weiterhin aktiv ist zudem die Stiftung Startfeld, die Seed-Money für Start-ups bereitstellt.

Als Leiter der Start-up-Förderung kann Diego Probst mit eindrücklichen Zahlen aufwarten: Mehr als 1860 Erstberatungen haben seit 2010 stattgefunden. «Darunter hat es potenzielle Gründer, die noch nicht viel mehr als eine Idee haben, die meisten Gründer haben aber bereits einen Prototyp ihres Produkts oder stehen an der Schwelle des Markteintritts», erklärt Diego Probst.

«Wir haben mit Empa, HSG, OST, Kantonsspital und RhySearch herausragende Forschungseinrichtungen.»

Pitchen will geübt sein

Diese Erstberatung ist kostenlos und markiert den Einstieg in den strukturierten Förderprozess. Der nächste Meilenstein ist ein Pitch vor dem Expertenkomitee. Hier müssen Gründer in kurzer Zeit ihre Geschäftsidee, ihre Technologie und den daraus resultierenden Mehrwert in den wesentlichen Punkten darstellen und auf kritische Nachfragen plausible Antworten geben können. Der Auftritt vor den Startfeld-Experten ist somit auch ein Training für künftige Auftritte vor Investoren.

Die Gründer müssen sich bewusst sein, dass von ihnen einerseits eine komplexe, raffinierte, wissenschaftliche und technische Problemlösung erwartet wird, andererseits müssen sie diese auch in wenigen Sätzen erläutern können. Das muss man üben, aber es geht, wie Diego Probst sagt. «Es gibt kein Geschäftsmodell, das so kompliziert ist, dass man zehn Minuten braucht, um es zu erklären. Eine halbe Minute muss reichen, um die Idee verständlich zu machen.»

In diesem ersten Pitch gibt es noch kein Geld, aber geldwerte Leistungen: Das Expertenkomitee kann Förderpakete im Wert von 18´000 Franken vergeben. Das Paket umfasst beispielsweise Gutscheine für individuelles Coaching und Beratungen bei den Startfeld-Partnern. Solche Förderpakete wurden bisher über 200 Mal vergeben.

Über 1000 Arbeitsplätze geschaffen

Das Expertenkomitee ist auch der Türöffner für einen Pitch vor der Stiftung Startfeld. Diese kann an Start-ups in der Frühphase neu bis 500´000 Franken in Form von Wandeldarlehen oder Equity vergeben, die Stiftung beteiligt sich also auch an Start-ups. Wenn einem Start-up später einmal ein lukrativer Exit gelingt, würde so auch wieder Geld in die Stiftung fliessen. Bisher hat die Stiftung 34 Start-ups im Umfang von 10 Millionen Franken finanziert und damit weitere private Investitionen von über 192 Millionen Franken ausgelöst.

Das weitere Gedeihen jener Start-ups, die einmal mit einem Förderpaket ausgestattet wurden, wird von der Start-up-Förderung aufmerksam verfolgt. Deshalb kann Diego Probst auch die Aussage machen, dass die bisher geförderten Start-ups weit über 1000 Arbeitsplätze in der Region geschaffen haben.

Um in den Startfeld-Förderprozess aufgenommen zu werden, muss ein Start-up Innovationen vorantreiben und ein skalierbares Geschäftsmodell aufweisen. Und dann sollten sie auch aus dem geografischen Perimeter St.Gallen, Appenzell Ausserrhoden, Appenzell Innerrhoden und Thurgau kommen, «oder die Absicht haben, sich hier anzusiedeln.»

Weitere thematische Einschränkungen gibt es in der Start-up-Förderung nicht, auch wenn der Switzerland Innovation Park Ost erklärtermassen einen Cluster an der Schnittstelle von Gesundheitsthemen und Sensorik pushen will. «Wir fördern Start-ups aus allen Branchen. Diese Diversität ist anspruchsvoll, aber auch attraktiv », sagt Diego Probst.

Mit dem Startfeld-Förderprozess wurde in 15 Jahren gründliche Aufbauarbeit geleistet. Und doch beschleicht einen manchmal das Gefühl, dass in der Ostschweiz zu wenig los ist. Auch Diego Probst beobachtet, dass immer wieder ein Start-up Richtung Zürich verschwindet, nachdem es die erste Raketenstufe gezündet hat. Untersuchungen für die kantonale Start-up-Strategie (siehe auch Text am Anfang dieses Schwerpunkts) zeigen, dass in der Ostschweiz in der ersten Wachstumsphase von Start-ups oft Finanzierungsmöglichkeiten fehlen. Darum wurde als eine Massnahme die maximale Tranche der Seed-Finanzierung durch die Stiftung Startfeld von 300´000 auf 500´000 Franken erhöht.

Fehlendes Selbstvertrauen.

Manchmal wird auch das Umfeld falsch eingeschätzt: «Viele Leute haben das Gefühl, dass hier zu wenig passiert», sagt Diego Probst als Mitautor der kantonalen Start-up-Strategie, «dabei haben wir mit Empa, HSG, OST, Kantonsspital und RhySearch herausragende Forschungseinrichtungen.» Dazu kämen in der Ostschweiz auch Industriepartner, von denen manch einer Weltmarktführer ist, obwohl man sie kaum kennt. «Diese Ökosysteme wollen wir zusammenzuführen und das dann auch kommunizieren.»

Eigentlich hat die Ostschweiz gute Voraussetzungen, also was fehlt, um der Gründerszene und der Wirtschaft einen Boost zu geben? Die Antwort von Diego Probst ist kurz und bündig: «Selbstvertrauen.» Dann schiebt er nach: «Unsere Mentalität ist sicher ein Thema, das sieht man in vielen Bereichen. In der Stadtentwicklung, in vielen politischen Themen sind wir immer zu bescheiden. Wir trauen uns noch nicht, etwas gross zu denken.»

Das beste Accelerator-Programm in Europa

Richtig machen heisst, auch mal gross zu denken, *de Bengel höch rüere*. Genau einen solchen Ansatz verfolgen die Universität St.Gallen, die studentische Organisation Start Global und der Switzerland Innovation Park Ost, die gemeinsam die Stiftung HSG Start Accelerator aus der Taufe gehoben haben. Mit einem erfreulich unbescheidenen Anspruch: «Der HSG Start Accelerator soll das führende Accelerator-Programm in Europa werden.» Das Programm ist die vielleicht überraschendste von vielen Massnahmen, die der Kanton St.Gallen in seiner Start-up-Strategie beschlossen hat.

Zweimal im Jahr sollen für drei Monate die Kernteams von etwa zehn Start-ups aus ganz Europa gemeinsam in St.Gallen ein vielfältiges Programm durchlaufen und so einen höheren Reifegrad erlangen. Dabei wird diesen Start-ups keinerlei Vorgabe gemacht, dass sie später etwas mit oder in der Ostschweiz machen müssen. Der Kanton St.Gallen setze hier Steuergelder ein, die Stiftung HSG Start Accelerator wird einmalig mit 5,4 Millionen Franken alimentiert. «Natürlich erhofft sich der Kanton, dass sich das eine oder andere Start-up hier ansiedeln wird, wenn sie die Attraktivität der Region erkennen. Das wäre ein super Nebeneffekt.»

Diego Probst ist Leiter von Startfeld, der Start-up-Förderung des Switzerland Innovation Park Ost, und Mitautor der Start-up-Strategie des Kantons St.Gallen.

Aufmerksamkeit für St.Gallen
Die Start-ups, die gerade für den ersten Batch ab September 2025 ausgewählt werden, erhalten 15´000 Franken als Spesen für ihren Aufenthalt. Das Programm soll starke, technologieorientierte Start-ups auf ihrem Wachstumskurs begleiten. Es startet mit einem Bootcamp zu verschiedenen Themen, dann erhalten sie Inputs von Start-up-Investoren, von Leuten aus der Ostschweizer Industrie und auch aus erfolgreichen Ostschweizer Start-up-Experten und Mentoren. Den teilnehmenden Start-ups winkt auch noch eine Finanzierungsmöglichkeit: Am Ende der drei Monate entscheidet ein Investment-Komitee darüber, welches Start-up 200´000 Franken erhält.

Eines der Ziele des Programms ist, Aufmerksamkeit für den Start-up-Standort St.Gallen zu generieren, Investoren sollen in St.Gallen die spannendsten Start-ups von Europa entdecken. Es soll auch ein anregender, kreativer Spirit entstehen, es gibt Gelegenheiten zur Begegnung, und vielleicht entwickeln zwei Gründer zusammen ein drittes Projekt. Neben der Finanzierung durch den Kanton haben private Sponsoren bereits eine halbe Million Franken in die Stiftung gesteckt. Damit ist die erste Phase abgedeckt. «Für die nächsten zehn Jahre brauchen wir jedoch mehr Kapital», sagt Diego Probst. Eine wesentliche Aufgabe der Geschäftsstelle wird daher auch Fundraising sein.

Text: Philipp Landmark
Bilder: Marlies Beeler-Thurnheer, Pixabay

Die Energiewende beginnt auf dem Parkplatz

In Zeiten steigender Energiepreise und wachsender Nachhaltigkeitsanforderungen suchen Gemeinden, Industrieunternehmen und Immobilienverwaltungen nach Lösungen, die ökologisch sinnvoll und wirtschaftlich tragfähig sind. Eine dieser Lösungen liegt direkt vor unseren Augen – auf dem Parkplatz.

Solar-Carports verbinden die Energiegewinnung mit einer effizienten Nutzung bestehender Flächen und leisten so einen Beitrag zur Reduktion von CO_2-Emissionen und zur Erreichung von Klimazielen. Sie stehen für eine nachhaltige Infrastruktur, die Umweltschutz, Energieeffizienz und Alltagsnutzen miteinander verbindet.

Solar-Carports sind weit mehr als einfache Überdachungen: Sie verwandeln brachliegende Flächen in produktive Energiequellen. Während sie Fahrzeuge vor Wetter schützen, erzeugen sie sauberen Strom – zur Eigenversorgung, zum Einspeisen ins Netz oder zum Laden von E-Fahrzeugen. Sie integrieren sich in ein ganzheitlich gedachtes Energiesystem und werten bestehende Parkflächen funktional wie optisch auf.

Darüber hinaus setzen sie ein Zeichen für aktives Umwelt- und Energiemanagement. Für Eigentümerinnen und Betreiber ergeben sich daraus nicht nur ökologische Vorteile, sondern auch wirtschaftliche Perspektiven – denn Solar-Carports gelten als renditestarke und zukunftssichere Investition.

Ab 2025 eröffneten gesetzliche Rahmenbedingungen zusätzliche Chancen. Wer jetzt handelt, profitiert von Förderungen und einem technologiegestützten Vorsprung bei der Dekarbonisierung.

Die SAK unterstützt bei der Realisierung solcher Projekte mit Fachkenntnis und Erfahrung in der Planung und Umsetzung von Solaranlagen im Parkraum. Dazu gehören auch die Prüfung technischer Machbarkeit, die Ausarbeitung betriebswirtschaftlicher Modelle und die Koordination mit Förderstellen. Kundinnen und Kunden profitieren von einem strukturierten Vorgehen, das alle Aspekte von der Idee bis zum Betrieb berücksichtigt. So entstehen nachhaltige und wirtschaftlich Lösungen, die langfristig Wirkung zeigen.

Martin Bucher, Strategic Account Manager SAK

Kontaktieren Sie uns für weitere Informationen zu Solar-Carports und unseren Energielösungen: solutions@sak.ch

14 & 15 JUNI 2025

www.bergrennen-hemberg.ch

Ticketvorverkauf

JPL · Clientis Bank Thur · s'müller holzbau architektur · roth kühltransporte gmbh · Radio top · LEADER digital · Toggenburg Medien

Porsche Zentrum St.Gallen / Porsche Service Zentrum Bronschhofen · Schützengarten · auto sport · Energie Halter · Historika Werbetechnik · Hemberg einfach schö... · Prime | Immobilien AG

Von Netzwerken profitieren

Das Startnetzwerk Thurgau arbeitet seit 2023 bei der Start-up-Förderung mit Startfeld zusammen.

Der Thurgau ist ein guter Ort, um ein Start-up zu gründen, ist Lukas Rösch überzeugt. Der Geschäftsführer des Startnetzwerks Thurgau weist darauf hin, dass der Thurgau und die Ostschweiz im Allgemeinen über eine pulsierende Wirtschaft verfügen: «Wir haben auch eine sehr aktive Jungunternehmer- und Start-up-Szene». Weitere Fördermassnahmen im Start-up-Bereich würde Lukas Rösch dennoch begrüssen: «Mehr geht fast immer. Gerade in Fragen der Finanzierung gibt es sicher noch Luft nach oben.»

Etwas vom Wichtigsten beim Gründen sei das Netzwerk. «Die Ostschweizer Start-up-Szene ist bestens vernetzt – über die Region hinaus», hält Rösch fest. Das gilt auch für die Förderstrukturen: Das Startnetzwerk Thurgau arbeitet seit 2023 eng mit Startfeld, der Förderstruktur im Switzerland Innovation Park Ost, zusammen.

«Wir haben eine sehr aktive Jungunternehmer- und Start-up-Szene.»

Die Gefahr, dass Thurgauer Initianten dadurch eher in St.Gallen gründen, hält Lukas Rösch für gering. «Die Zusammenarbeit mit dem Startfeld ermöglicht es Thurgauer Start-ups, von ausgezeichneten Fördermöglichkeiten zu profitieren. Das geht auch, wenn der Sitz im Thurgau ist», betont Rösch. Es gehe nicht darum, Kantone gegeneinander auszuspielen, sondern von Synergien und Netzwerken zu profitieren.

Im Thurgau gibt es inzwischen zwar vier Hochschulinstitute, aber keine Hochschulausbildungen in naturwissenschaftlichen Fächern oder Computer Sciences. Das Risiko, dass deswegen potenzielle Gründer von Start-ups frühzeitig abwandern, bestehe, räumt Lukas Rösch ein: «Es liegt auf der Hand, dass Hochschulen den Nährboden für Innovation und Geschäftsmodelle bieten. Für den Thurgau bedeutet dieser Umstand eine Herausforderung – eine Herausforderung, die wir auf dem Radar haben.» Im Kanton seien bereits viele Fachkräfte da, «und mit Projekten wie dem Digital Innovation Park und dem Thurgau Institute for Digital Transformation (TIDIT) werden die Weichen für die Zukunft gestellt.»

Lukas Rösch ist Geschäftsführer Startnetzwerk Thurgau.

Text: Philipp Landmark
Bilder: zVg, Pixabay

70 Jahre Weitblick – SternGarage investiert mit Herz und Verstand in die Zukunft

Von der Vision eines Einzelnen zum führenden Mobilitätsanbieter – und ein mutiger Neubeginn auf dem Model-Areal in Au.

Au-Heerbrugg – Zum 100. Geburtstag ihres Gründers Ludwig Bischofberger setzt die SternGarage ein starkes Zeichen: Mit einem Neubauprojekt auf dem ehemaligen Model-Areal in Au schlägt sie ein neues Kapitel auf. «Unser Gründer, mein Vater Ludwig, war ein Mann mit Weitblick, Tatkraft und einem feinen Gespür für den Wandel», erinnert sich Bruno Bischofberger, der Verwaltungsratspräsident der SternGarage. « Dieser Geist prägt unser Unternehmen bis heute.»

Von Containern zum Kompetenzzentrum

Die Entwicklung der SternGarage war stets von Dynamik geprägt. Es begann 1954 mit einer mutigen Vision; Containerlösungen dienten oft als Übergang, wenn der Platz wieder einmal knapp wurde. Heute, da das familiengeführte Unternehmen auf über 70 Jahre Firmengeschichte zurückblickt, sind die Kapazitätsgrenzen wiederum erreicht. «Das Bauprojekt am neuen Standort ist für uns ein Meilenstein», sagt Bischofberger. «Es schafft Raum für weiteres Wachstum und vereint all unsere Angebote unter einem Dach – effizient, kundenorientiert und zukunftsgerichtet.»

Tatsächlich entsteht in Au ein hochmodernes Kompetenzzentrum, für das die SternGarage rechtzeitig zum 70-Jahr-Jubiläum die Baubewilligung erhalten hat. Es integriert die gesamte Markenwelt von Mercedes-Benz und Mazda, Verkauf, Service, Logistik, Finanzierung und Versicherung. Auch die Zollgarage Rheintal AG mit der Marke Mazda wird in das neue Konzept eingebunden. Bischofberger spricht von einem echten All-in-Konzept, das den Weg zum Wunschfahrzeug so einfach und bequem wie möglich macht. Für die Kundinnen und Kunden heisst das: kurze Wege, klare Abläufe und umfassende Beratung.

Wo alles begann: Mit viel Herzblut, Unternehmergeist und einer klaren Vorstellung von der Zukunft starteten Ludwig und Margrit Bischofberger ihr Einzelunternehmen in Diepoldsau – der erste Meilenstein auf dem Weg zur heutigen SternGarage.

Zukunft fest im Blick

«Das Bauprojekt ist mehr als nur eine bauliche Massnahme – es ist ein Bekenntnis zur Region und zur Zukunft der Mobilität», betont Bischofberger. «Elektromobilität, digitale Diagnosetechnologien, nachhaltige Energieversorgung – all das ist in der Planung berücksichtigt. Wir gestalten den Wandel aktiv mit, gerade auch in dieser herausfordernden Zeit für die Automobilbranche.» Zur oft diskutierten Grösse des Bauplatzes meint Bischofberger: «Wir mussten das gesamte Grundstück übernehmen. Ein Drittel der Fläche konnten wir längerfristig fremdvermieten.» Die baulich genutzte Fläche ist exakt auf die Bedürfnisse der SternGarage ausgerichtet – weder zu klein noch zu überdimensioniert.

Beteiligung als Erfolgsrezept

Ein Erfolgsfaktor des Unternehmens ist sein besonderes Beteiligungsmodell: Seit 1999 können Mitarbeitende Aktien erwerben. «Das stärkt das unternehmerische Denken im Team», erklärt Bruno Bischofberger. «Und es zeigt: Wir vertrauen den Menschen, die täglich unser Unternehmen voranbringen.» Dieses Vertrauen zahlt sich aus: Jahr für Jahr wird eine attraktive Dividende ausgeschüttet – ein deutliches Zeichen für die wirtschaftliche Stabilität der SternGarage. Heute gehören 25 Prozent der Aktien den Mitarbeitenden.

2024 mit Umsatzrekord

Die SternGarage kann auf das erfolgreichste Jahr ihrer Geschichte zurückblicken. «Wir haben das extrem starke 2023 im vergangenen Jahr nochmals übertroffen und konnten gegen 50 Millionen Franken Umsatz erzielen – und das mit einer ansprechenden Rendite, maximalen Abschreibungen und beachtlichen Rückstellungen», freut sich Bruno Bischofberger. Neben einer ausgiebigen Dividende konnten zusätzlich Erfolgs- und Treueboni ausbezahlt werden.

Diese Zahlen präsentierte der Verwaltungsratspräsident den Mitarbeitenden und Aktionären an der Generalversammlung vom 22. Februar 2025 in Kemptthal, wo die GV in der «MotorWorld» im Maggi-Areal ausgiebig gefeiert wurde. Das SternGarage-Team besteht aus 66 Fachkräften und 8 Auszubildenden. Auf diesem gesunden finanziellen und Team-starken Fundament wird der Neubau in Au-Heerbrugg in Angriff genommen.

Starkes Zeichen für morgen: Die neue SternGarage in Au. Modern, effizient und bereit für die Mobilität der Zukunft.

Nächste Generation am Steuer
Auch in Sachen Nachfolge ist alles geregelt. Die SternGarage bleibt familiengeführt: Die Töchter von Bruno und Klara Bischofberger, die Autoteile-Logistikerin Nicole Bischofberger und die Automechanikerin Karin Künzler-Bischofberger, sind zusammen mit Geschäftsführer Ivo Caminada Teil der siebenköpfigen Geschäftsleitung. «Unsere Familie steht für Nähe, Verantwortung und Weitblick, das war schon immer das Fundament unseres Unternehmens», sagt Bischofberger. «Genau das führen wir weiter.»

Auch der Verwaltungsrat hat sich neu aufgestellt: Nebst Hansjörg Sieber sind an der GV 2024 mit Tobi Frei und Urs August Graf zwei weitere neue externe Verwaltungsräte gewählt worden.

Die Gründer Ludwig und Margrit Bischofberger.

Die nächste Generation übernimmt Verantwortung: Nicole Bischofberger und Karin Künzler-Bischofberger mit Geschäftsführer Ivo Caminada.

Engagierte Teamleistung
Mit dem Verkauf von Neuwagen und Occasionen, einem aktiven Servicegeschäft, zuverlässiger Teileversorgung und einer breiten Palette an Dienstleistungen betreut die SternGarage weit mehr als 10 Prozent des regionalen Marktes für Personen- und Nutzfahrzeuge. Diese Zahl steht für das Vertrauen der Kundinnen und Kunden – und für die Leistung eines engagierten Teams. «Wir ehren unseren Gründer nicht mit Rückblicken, sondern indem wir weiterdenken, was er begonnen hat», sagt Bruno Bischofberger: «Die Zukunft beginnt jetzt – und wir sind bereit.»

Für Zufriedenheit der Kunden ausgezeichnet
Das Jahr 2024 ist für die SternGarage nicht nur finanziell erfolgreich gewesen, sondern auch in Bezug auf die Kundenzufriedenheit: Sie ist von Mercedes Schweiz mit dem zweiten Platz als MB-Händler in der Kategorie «freie Händler ohne Gruppen» ausgezeichnet worden.

Zwischen Exportdruck und Innovationsstau

Inflation, geopolitische Unsicherheiten und Fachkräftemangel: Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind derzeit alles andere als stabil. Dennoch zeigt sich die Thurgauer Wirtschaft vergleichsweise robust – zumindest auf den ersten Blick. Daniel Wessner, Leiter des Amts für Wirtschaft und Arbeit des Kantons Thurgau, und Jérôme Müggler, Direktor der IHK Thurgau, analysieren im Gespräch, wie es der Thurgauer Wirtschaft wirklich geht – und was jetzt zählt, um den Standort zukunftsfähig zu halten.

Auf die Frage nach der konjunkturellen Lage im Kanton fällt das Bild differenziert aus. «Sie präsentiert sich je nach Branche unterschiedlich», sagt Jérôme Müggler. «Unsere Industriebetriebe, die oft im Exportgeschäft tätig sind, kämpfen mit schwierigen Zeiten. Deren Auftragsbestand sinkt seit mehreren Quartalen konstant. Der Geschäftslageindikator ist noch leicht im Plus, das Stimmungsbarometer leicht im negativen Bereich.» Besonders betroffen sei die Nachfrage aus Deutschland und anderen europäischen Ländern. «Zudem bringt die Zollpolitik der US-Regierung grosse Unsicherheiten mit sich. Auch wenn der Thurgau nur sieben Prozent seiner Exportgüter direkt in die USA liefert, sind Unternehmen – speziell Zuliefererbetriebe – auch indirekt davon betroffen.» Daniel Wessner sieht es ebenso: «Während exportorientierte Industrien mit den weltpolitischen Herausforderungen konfrontiert sind, stimulieren leicht höhere Reallöhne und tiefe Inflationsraten über den Konsum das inlandorientierte Gewerbe. So zeigen sich Sektoren wie der Detailhandel, das Gastgewerbe und der Bau ziemlich robust. Die sinkenden Zinsen dürften die Baubranche weiter beleben.»

«Eine hohe Zuwanderung bei gleichzeitig steigenden Arbeitslosenzahlen kann nicht die Lösung sein.

Deutschland und die USA machen Sorgen

Beide Experten nennen ähnliche Ursachen für die aktuellen Herausforderungen. «Die exportorientierte Thurgauer Industrie leidet unter einer anhaltend schwachen Nachfrage. Im letzten Jahr 2024 gingen die Exporte um nahezu acht Prozent zurück, vor allem aufgrund rückläufiger Bestellungen aus dem wichtigsten Absatzmarkt Deutschland», sagt Wessner. «Der starke Schweizer Franken verteuert zudem die Produkte für ausländische Kunden.

Daniel Wessner, Leiter Amt für Wirtschaft und Arbeit Kanton Thurgau.

Kommt hinzu, dass die neue US-Regierung mit ihrem erratischen Kurs weltweit für Verunsicherung sorgt. Sinnbildlich dafür ist die chaotische Zollpolitik. Diese Unberechenbarkeit führt wiederum zur Zurückhaltung bei Investitionen.» Müggler ergänzt: «Ob die neue deutsche Regierung den deutschen Wirtschaftsmotor wieder in Schwung bringen kann, wird sich zeigen. Die US-Zollpolitik führt zu einem markanten Aufschub von Bestellungen und Projekten, bis wieder Klarheit über die effektiven Kosten herrscht.» Die Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie leide zudem unter der sinkenden Nachfrage aus China. Die Exporte seien rückläufig, was auf die allgemeine Konjunkturschwäche und den intensiven Wettbewerb in China zurückzuführen ist.

Besonders unter Druck stehen auch laut Wessner die exportorientierten Industrien – speziell die MEM-Branche. «Dennoch sind viele Exporteure gut aufgestellt. Sie können sich strategisch gut positionieren und konzentrieren sich auf Nischen. Ihre Produkte sind ausserdem nur schwer substituierbar. Nichtsdestotrotz heisst das Gebot der Stunde: Diversifikation.» «Diese Unternehmen bewegen sich tagtäglich im knallharten, internationalen Markt – im Unterschied zu Branchen, die vorwiegend im Schweizer Binnenmarkt tätig sind und durch Abschottung oder staatlich definierte Rahmenbedingungen geschützter sind», sagt Müggler. Bei den Exportunternehmen hätten die Alarmglocken längst geschrillt – sie seien sich der Lage sehr wohl bewusst.

Entspannung beim Fachkräftemangel

«Der Arbeits- und Fachkräftemangel hat sich weiter entspannt», so Wessner. «Industrieunternehmen planen, ihren Personalbestand tendenziell eher abzubauen. Auch der Anteil der Bauunternehmen, die von einem Mangel an Arbeitskräften berichten, nimmt ab. Im Detailhandel wird die Beschäftigtenzahl weiterhin als angemessen beurteilt.»

Müggler warnt jedoch vor voreiligen Schlüssen: «Das soll nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Thurgauer KMU weiterhin auf gut qualifizierte Personen angewiesen sein werden. Personen mit technischen Berufsbildern, aus der Informatik, der Elektronik, der Bauführung oder Pflegepersonal sind nach wie vor sehr gefragt.» Ein Überangebot herrsche tendenziell bei Bürofachkräften. Wichtig seien eine sinnstiftende Arbeit und eine gute Unternehmenskultur. Interne Entwicklungsmöglichkeiten, Weiterbildungen, flexible Arbeitszeitmodelle oder ein betriebliches Gesundheitsmanagement helfen, um ein attraktiver Arbeitgeber zu sein. Es zeigt sich, dass der Lohn allein nicht der entscheidende Treiber ist. «Zudem werden wir in den kommenden Jahren demografisch bedingt tausende Arbeitskräfte verlieren, die nicht komplett mit geburtenschwächeren Jahrgängen ersetzt werden können», sind sich der IHK-Direktor und der AWA-Leiter einig.

Attraktiver Standort, aber ...

Zur Rolle des Kantons als Standortfaktor sagt Daniel Wessner: «Der Thurgau bietet sowohl Unternehmen als auch Menschen eine gute Kombination aus attraktiven Arbeitsmöglichkeiten und hoher Lebensqualität. Geschätzt wird auch unsere strategisch gute Lage zum Metropolitanraum Zürich mit der Nähe zum Flughafen, zu Universitäten und Hochschulen und zum angrenzenden europäischen Ausland.» Handlungsbedarf sieht er vor allem bei der Innovationsförderung: «Mit dem im Januar 2024 publizierten Leitbild für den Wirtschaftsstandort Thurgau haben wir eine Grundlage geschaffen, die aufzeigt, wie die Rahmenbedingungen zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit optimiert werden können.»

Auch für Jérôme Müggler ist der Thurgau «nach wie vor ein attraktiver Standort»: «Die Lage zwischen Zürich, dem Flughafen Kloten, der EU-Grenze und dem Rheintal sowie die Anbindungen nach München oder Stuttgart sind sehr attraktiv. Und: Der Kanton ist im Vergleich zu anderen nach wie vor unternehmerfreundlich. Das zeigen auch die Zahlen von zugezogenen Unternehmen.» Politisch herausfordernd sei jedoch die finanzielle Lage: «Wir haben ein strukturelles Defizit und können dieses aktuell nur mit Beiträgen der Nationalbank sowie des Nationalen Finanzausgleichs verringern.» Das heisst, der Kanton müsse den Gürtel nun enger schnallen und schauen, wo Staatsausgaben reduziert oder abgeschafft werden können.

Jérôme Müggler, Direktor IHK Thurgau.

FÜR ALLE MIT UND OHNE TKB-KONTO

TKB Pensionszentrum

Ihre Erbschaftsberatung, die verbindet statt trennt.

tkb-pensionszentrum.ch

TKB Pensionszentrum

Thurgauer Kantonalbank

Bodenständigkeit hemmt Transformation

Was die digitale und ökologische Transformation betrifft, sieht Wessner vor allem bei KMU Nachholbedarf: «Die Thurgauer Wirtschaftsstruktur ist geprägt durch Mittel- und Kleinbetriebe. Diesen fällt es oftmals schwer, sich neben ihrem Tagesgeschäft der Bewältigung des technologischen Wandels zu widmen. Neben Zeit- und Ressourcenaspekten fehlen vielfach Wissen und die nötigen finanziellen Mittel.» Deshalb plant der Kanton Thurgau im Rahmen seines Wirtschaftsleitbildes die Einrichtung eines «Fonds für Innovation und Fortschritt». Damit könnten konkrete Innovationsvorhaben unterstützt werden, die in Zusammenarbeit mit Hochschulen oder weiteren Forschungspartnern lanciert werden.

«Bei der Digitalisierung geht im Thurgau viel zu wenig.»

Müggler bringt einen weiteren Faktor ins Spiel: «Viele Thurgauer sind eher traditionell, konservativ oder bodenständig eingestellt. Das spiegelt sich auch in der Politik wider. Das ist nicht per se etwas Schlechtes, aber es ist eine Grundhaltung, die der Transformation eher kritisch gegenübersteht und sie nur langsam zulässt.» Bei der Digitalisierung gehe im Thurgau viel zu wenig – insbesondere im Vergleich zu St.Gallen, Schaffhausen oder Graubünden, wo das Thema mit staatlicher Unterstützung vorangetrieben wird. «Wir hoffen, dass wir mit dem zukünftigen Angebot des Thurgauer Technologieforums und dem Digital & Innovation Campus Thurgau einen Beitrag zugunsten unseres Kantons leisten können. Die Verwaltung leistet mit dem digitalen Schalter schon einen Beitrag in diese Richtung.»

Kritisch äussert sich Müggler auch zur Netzinfrastruktur: «Ich habe Bedenken, dass das Thurgauer Stromnetz wohl nicht ausreichend auf die kommenden Herausforderungen – z. B. Kapazitäten oder Intelligenz – vorbereitet ist. Wir haben eine hohe Gemeindeautonomie mit über 80 eigenständigen Energieversorgungsunternehmen, was schweizweit einzigartig ist – aber nicht immer hilfreich.» Leider sei zurzeit nicht erkennbar, wer das Thema im Kanton führen könnte. «Beim zuständigen Amt und bei der Regierung ist aktuell wenig Gestaltungswille zu spüren.»

Politik ist in der Pflicht

Beide Interviewpartner äussern sich pointiert zum politischen Handlungsbedarf. «Die Politik tut gut daran, sich vermehrt die zentralen Werte unseres Landes in Erinnerung zu rufen», sagt Wessner. «Dabei steht die Eigenverantwortung im Zentrum. Unnötige Regulierungen müssen meiner Meinung nach vermieden werden. Gleichzeitig sollten Anreize geschaffen werden, um das inländische Arbeitskräftepotenzial besser zu nutzen.» Eine hohe Zuwanderung bei gleichzeitig steigenden Arbeitslosenzahlen könne nicht die Lösung sein. «Das wird gesellschaftlich nicht mehr akzeptiert. Hier steht auch die Wirtschaft in der Pflicht.»

Müggler kann dem nur zustimmen: «Mir scheint es wichtig, dass Politiker jeglicher Couleur verstehen, dass sie den Rahmenbedingungen für Unternehmen im Thurgau und in der Schweiz viel mehr Sorge tragen müssen. Dazu gehört insbesondere, dass sie den Unternehmen keine unnötigen Steine in den Weg legen und die Leistung der Wirtschaft und ihre Wettbewerbsfähigkeit nicht dadurch bewusst bremsen.»

Alle Parlamente in diesem Land produzierten viel zu viele Regulierungen, die unnötig sind und kostspieligen Mehraufwand verursachen. «Mir scheint, dass die Wirtschaft an zu vielen Orten als notwendiges Übel gesehen wird – das praktischerweise noch Steuererträge generiert. Aber Erträge können nur von einer starken Wirtschaft erwirtschaftet werden, die Zugang zu internationalen Märkten hat», sagt Müggler. Dazu gehöre, dass die Schweiz mit den Bilateralen III den Zugang zum europäischen Binnenmarkt – unserer mit Abstand wichtigsten Exportdestination – sichern und mit anderen Ländern erfolgreich Freihandelsabkommen abschliessen kann. «Viele verdrängen mittlerweile, dass unser Wohlstand auf Wachstum und Innovation basiert, nicht auf Stillstand», bilanzieren die beiden unisono.

Text: Stephan Ziegler
Bilder: zVg, Pixabay

Anzeige

MIT ROBOTER-KRAFT VORAUS.

Ob Hotels, Firmengebäude, Gastronomiebetriebe oder Spitäler – unsere Roboter erledigen Reinigungsarbeiten, Serviceaufgaben und unterstützen mit Mobilitätshilfen wie Rollstühlen. Für einen effizienteren Alltag – Hand in Hand mit dem Personal.

macrogate robotics

macrogate-robotics.com

chrisign

Weniger Kabelsalat – mehr chrisign

chrisign.ch – der Digitalisierungsspezialist aus dem Thurgau

chrisign gmbh Walkestrasse 11 8570 Weinfelden info@chrisign.ch www.chrisign.ch

Stabilität mit Vorbehalt

Die Thurgauer Wirtschaft wirkt auf den ersten Blick stabil – doch unter der Oberfläche zeigt sich ein differenzierteres Bild. Remo Lobsiger von der Thurgauer Kantonalbank und Reto Inauen vom Verband der Thurgauer Raiffeisenbanken erklären, wo sie Risiken erkennen, wie sich das Verhalten der Unternehmer verändert hat – und welche Strategien sie jetzt empfehlen.

«Die Thurgauer Wirtschaft kann sich den aktuellen Entwicklungen in der internationalen Wirtschafts- und Handelspolitik nicht entziehen», sagt Remo Lobsiger, Leiter des Bereichs Geschäftskunden bei der Thurgauer Kantonalbank. Besonders betroffen seien exportorientierte Unternehmen, die sich mit einer schwachen Auslandsnachfrage konfrontiert sehen. Der starke Franken erschwere die Lage zusätzlich. «Vor allem konjunktur- und wechselkursexponierte Bereiche stehen derzeit unter besonderem Druck.»

«Firmen sind vorsichtiger – auch wenn das Zinsumfeld aktuell eigentlich günstig wäre.»

Binnenwirtschaft stabil – Investitionen rückläufig

Auch Reto Inauen, Präsident des Verbands der Thurgauer Raiffeisenbanken, teilt diese Einschätzung: «Das Bild der Thurgauer Konjunktur hat sich zuletzt eingetrübt. Insbesondere exportorientierte Unternehmen stehen unter Druck. Hauptursache sind fehlende Aufträge aus dem Ausland.» Neben der Frankenstärke nennt er die schwache Konjunktur in wichtigen europäischen Märkten wie Deutschland als Belastung. «In der Maschinen-, Elektronik- und Metallindustrie vermeldet sogar jedes dritte Thurgauer Unternehmen eine schlechte Geschäftslage.»

Während der Exportsektor leidet, zeigt sich laut Lobsiger der Binnenmarkt – insbesondere die Bauwirtschaft – noch solide. Trotzdem seien viele Unternehmen zurückhaltender bei Investitionen geworden. «Die Firmen sind in der Tendenz vorsichtiger – auch wenn das Zinsumfeld aktuell eigentlich günstig wäre.» Die Zunahme von Kurzarbeitsanträgen sei ein deutliches Signal. Auch Entwicklungen in den USA und der anhaltende Druck auf die deutsche Wirtschaft wirkten sich dämpfend auf die Erwartungen aus.

Inauen verweist auf konkrete Daten: «Eine Sonderumfrage im Rahmen des Raiffeisen KMU PMI zeigt, dass über 60 Prozent der exportierenden KMU ihre Investitionspläne zurückfahren. Jedes fünfte Unternehmen plant sogar, diese stark zu kürzen.» Und auch unter inländisch tätigen Firmen herrsche Unsicherheit – rund ein Drittel plane ebenfalls mit geringeren Investitionen.

«Über 60 Prozent der exportierenden KMU fahren ihre Investitionspläne zurück.»

Liquidität, Risikoabsicherung und Agilität als Erfolgsfaktoren

Für Lobsiger ist klar: «Flexibilität und Agilität werden immer wichtiger.» Die Unternehmen müssten kurzfristiger auf Veränderungen reagieren können. «Grundvoraussetzung dafür sind essenzielle Tugenden: eine starke Produktpipeline, enge Kundenbeziehungen, hohe Effizienz, eine solide Substanz und gute Liquidität.» Wer über eine solide Basis verfüge, könne neue Chancen besser nutzen, gerade auch in einem unsicheren Umfeld. «Die Thurgauer Unternehmen haben immer wieder bewiesen, dass sie anpassungsfähig sind.»

Inauen hebt neben dem Liquiditätsmanagement auch den Umgang mit Währungsrisiken hervor: «Unternehmen sind gut beraten, sich mit den Wechselkursrisiken auseinanderzusetzen und diese durch geeignete Finanzinstrumente abzusichern.» Gleichzeitig seien steigende Rohstoff- und Energiepreise eine Herausforderung. «Gezieltes Kostenmanagement und Effizienzsteigerung sind unerlässlich.»

Besonders besorgniserregend ist aus seiner Sicht die geopolitische Lage: «Der grösste Unsicherheitsfaktor sind die zunehmenden handelspolitischen Spannungen. Unternehmen sollten nicht abwarten, sondern Strategien entwickeln, um die Risiken zu minimieren – etwa durch Diversifizierung von Lieferketten und Märkten.»

Reto Inauen, Präsident des Verbands der Thurgauer Raiffeisenbanken, und Remo Lobsiger, Leiter des Bereichs Geschäftskunden bei der Thurgauer Kantonalbank.

Aus Frauenfeld in die Top 3 der Welt

Die Aebi Schmidt Group aus Frauenfeld übernimmt die US-amerikanische Shyft Group und wird damit zu einem der weltweit grössten Hersteller von Spezialfahrzeugen. CEO Barend Fruithof spricht im Interview über neue Marktchancen, Synergien und die Bedeutung des Standorts Schweiz.

Barend Fruithof, mit der Übernahme der Shyft Group expandiert Aebi Schmidt massiv in den US-Markt. Was war der strategische Hauptgrund für diesen Schritt?
Mit der Fusion steigen wir in die Top 3 der Spezialfahrzeug-Produzenten weltweit auf. Mit der neuen Grösse erweitern wir das Potenzial bei Kunden, die im ganzen US-Markt agieren, und werden unabhängiger vom Schnee. Der Börsengang erweitert unsere Finanzierungsmöglichkeiten. Und alles zusammen hilft Aebi Schmidt einerseits, zu wachsen und andererseits, das Unternehmen langfristig profitabler zu machen.

«Mit Shyft zusammen wollen wir 2026 auf über 1,5 Milliarden Umsatz in den USA kommen.»

Der Umsatz verdoppelt sich auf rund zwei Milliarden US-Dollar, das Unternehmen wird an der Nasdaq gelistet. Welche Chancen und Herausforderungen sind mit diesem Börsengang verbunden?
Vor acht Jahren hat Aebi Schmidt in den USA 50 Millionen Dollar Umsatz gemacht, im vergangenen Jahr waren es 600 Millionen. Mit Shyft zusammen wollen wir 2026 auf über 1,5 Milliarden Umsatz alleine in den USA kommen. Zudem zeigt die aktuelle politische Lage, wie es strategisch wichtig ist, in verschiedenen Märkten präsent zu sein und vor Ort zu produzieren.

Wie wird sich die Fusion mit Shyft auf die Produktpalette und die Produktionsstandorte in Nordamerika auswirken?
Unsere Produktpaletten und Standorte ergänzen sich sehr gut. Zudem stossen wir bei unseren eigenen Fabriken an die Kapazitätsgrenze. Mit der Fusion können wir die Kapazitäten erweitern. Die werksseitigen Synergiepotenziale liegen primär im Einkauf, im Supply-Chain-Management und in der Logistik sowie in der Prozessoptimierung und in der Nähe zu den Kunden.

Die Integration von Shyft bringt neue Kompetenzen in der Aufbau- und Trailerfertigung. Wie planen Sie, diese Synergien zu nutzen?
Die Aebi Schmidt Group ist heute schon mit der Marke Monroe im Aufbaugeschäft aktiv. Zusammen mit der Shyft Group erweitern wir die Produktpalette der Auf- und Ausbauferti-

gung auf unterschiedlich grosse Fahrgestelle von OEMs wie Ford oder General Motors. Die höhere Stückzahl bringt auch Synergiepotenziale an den einzelnen Standorten.

Mit der Übernahme sichern Sie sich Zugang zu US-Grosskunden wie Paketdiensten. Welche Bedeutung hat dieser Kundenkreis für Ihre Wachstumsstrategie?
Das Geschäft dort ist so wichtig wie anspruchsvoll. Wir werden ein nationaler Anbieter mit über 40 Standorten im ganzen Land. Das eröffnet uns Zugang zu Kunden, die Partner mit einem flächendeckenden Standortnetz benötigen. Es gibt Anbieter, die über 70´000 Trucks im Einsatz haben – zum Beispiel im Telecom-Bereich. Diese kaufen nicht bei regionalen Anbietern. Dank der Shyft-Transaktion gehören wir nun zu den drei nationalen Anbietern in diesem Markt und erscheinen neu auf den Listen potenzieller Zulieferer dieser Kunden. Unsere eigentliche Stärke liegt aber nicht in einem Segment, sondern in der Vielfalt und im Cross-Selling-Potenzial. Shyft beliefert Logistikunternehmen, die eigene Flughäfen betreiben – diese können dann ihr Flughafen-Equipment auch direkt bei uns einkaufen.

«Mit über 40 Standorten in den USA erreichen wir neue Grosskunden.»

Sie streben eine zweistellige operative Marge und Synergien in Höhe von 30 Millionen Euro an. Wie wollen Sie diese Ziele konkret erreichen?
Indem wir unsere Wachstumsstrategie konsequent weiterverfolgen. Unser Fokus ist glasklar: Wir wollen die von den beiden Unternehmen entwickelten Spitzentechnologien pushen – zum Beispiel unsere Kompaktkehrmaschinen mit europäischer Technologie. Diese sind in Städten wie Charlotte, Seattle und New York bereits im Einsatz. Noch stammen die Maschinen aus europäischer Produktion, Ziel ist jedoch, sie auch in den USA herzustellen. Dann produziert Shyft heute Komponenten, die die Aebi Schmidt Group extern einkauft. Eine solche vertikale Integration bringt Kosteneinsparungen. Und wir werden Kosten in den Corporate-Funktionen abbauen, die wir durch die Fusion nur noch einmal benötigen.

Die Produktion vor Ort in den USA schützt vor negativen Effekten durch Zölle. Welche weiteren Vorteile sehen Sie in der lokalen Fertigung?
In den USA erfüllen wir schon jetzt für viele Aufträge den «Buy American Act». Der schreibt uns vor, dass wir mindestens 60 Prozent unserer Komponenten in den USA kaufen müssen. Möglicherweise könnten wir in bestimmten Geschäftsbereichen sogar von den neuen Zöllen profitieren – zum Beispiel im Flughafengeschäft: Rund 30 Prozent der US-Flughäfen beziehen keine Gelder von der Bundesbehörde FAA, daher gilt für deren Einkäufe der «Buy American Act» nicht, weshalb hier auch europäische Wettbewerber ohne US-Produktion mitbieten können. Deren Angebote dürften sich wegen der Zölle nun verteuern. Das heisst aber überhaupt nicht, dass ich Fan von Zöllen bin.

«Wir machen unsere Entscheidungen nicht von der Politik abhängig, sondern vom Marktpotenzial.»

Wie beeinflusst die aktuelle politische und wirtschaftliche Lage in den USA Ihre Expansionspläne?
Wir machen unsere Entscheidungen nicht von der Politik abhängig, sondern vom Marktpotenzial. Und das Potenzial in den USA ist längst nicht ausgeschöpft. Zudem sind die Margen im Industriegeschäft in den USA höher als in Europa. Wir wollen aktiv an der US-Konsolidierung in unseren Marktsegmenten teilnehmen.

Welche Rolle spielt der Standort Frauenfeld weiterhin für die Aebi Schmidt Group nach der Expansion?
Die Marken und Produkte unserer Gruppe sind überall stark lokal verwurzelt – auch in der Schweiz. Der Standort Schweiz verschafft uns zudem bei Finanzierungen einen Vorteil: Wir haben in der Schweiz tiefe und stabile Zinsen.

Barend Fruithof: Wachstumsstrategie weiterverfolgen.

Text: Patrick Stämpfli
Bilder: zVg

Oliver Nussli:

Hoch volatiler Markt.

«Wir produzieren, was die Schweiz in Krisenzeiten braucht»

Trotz witterungsbedingt schwacher Ernte und sinkendem Zuckergehalt schreibt die Schweizer Zucker AG wieder schwarze Zahlen: Ein Gewinn von 4,6 Millionen Franken und eine Dividende markieren die wirtschaftliche Wende des Unternehmens mit Sitz in Frauenfeld. An der Spitze steht seit Ende 2024 Lebensmittelingenieur Oliver Nussli. Er sagt, wie höhere Weltmarktpreise, politische Rahmenbedingungen und Nachhaltigkeitsstrategien zusammenspielen – und warum Swissness bei Zucker mehr ist als ein Marketingbegriff.

Trotz eines schwierigen Jahres mit tieferem Zuckergehalt und rückläufiger Produktion konnte die Schweizer Zucker AG 2024 einen Gewinn von 4,6 Millionen Franken erzielen. «Zu Beginn des Geschäftsjahres waren die Zuckerpreise noch hoch. Davon haben wir profitiert. Inzwischen sind sie wieder stark gesunken und verhalten sich volatil», sagt Nussli. «Dann haben sich die Energiepreise etwas erholt und auf einem tieferen Niveau eingependelt. Das hat geholfen.»

Die hohen Zuckerpreise haben massgeblich zum Gewinn beigetragen. Doch wie geht es weiter? «Die Preisentwicklung beim Zucker ist hoch volatil. Zucker wird an der Börse gehandelt, und der Preis hängt einerseits vom Verhalten der grossen Produktionsländer wie Brasilien oder Indien ab. Andererseits ist für den Schweizer Markt der Preis in der EU relevant. Sich dagegen abzusichern, ist praktisch unmöglich», sagt Oliver Nussli. «Wir punkten aber mit Stärken wie hoher Qualität, Dienstleistungen, Liefersicherheit, kurzen Wegen und vor allem Nachhaltigkeit.»

Anbaufläche steigt

Der Selbstversorgungsgrad mit Schweizer Zucker liegt unter 50 Prozent, was Auswirkungen auf die Swissness-Kennzeichnung hat. «Der Rückfall unter die Hälfte des Selbstversorgungsgrades schmerzt. Lebensmittelverarbeiter können damit auch mit weniger Schweizer Zucker ihre Produkte mit dem Schweizerkreuz ausloben», so Nussli. «Darum ist es unser Ziel, die Anbaufläche zu erhöhen. Mit verschiedenen Anreizen versuchen wir, die Landwirte vom Anbau der Zuckerrübe zu überzeugen. In den letzten drei Jahren ist uns dies gelungen. Inzwischen sind wir wieder bei deutlich über 17´000 Hektaren – angestrebt sind mittelfristig 20´000 Hektaren.»

Dabei spielen politische Rahmenbedingungen eine zentrale Rolle. «Wie bei allen anderen Schweizer Ackerkulturen auch sind diese ein wichtiger Bestandteil, damit die Zuckerrübe für die Pflanzer attraktiv bleibt», sagt Nussli. «Dass die Landwirte Rüben anbauen, ist unabdingbar verbunden mit den Zuckerfabriken. Ohne Rüben keine Fabriken und ohne Fabriken keine Rüben. Es geht hier also um eine ganze Lebensmittelbranche und damit auch um die Selbstversorgung der Schweiz mit Zucker in Krisenzeiten. Eine ungenügende Selbstversorgung macht erpressbar und erhöht die Gefahr von steigenden Preisen. Die Covid-Pandemie hat gezeigt, dass Schranken schnell fallen können. Die Preise für Atemschutzmasken waren innert Kürze in astronomischer Höhe. Für die ganze Branche und die Schweizer Selbstver-£sorgung ist es also überlebenswichtig, dass die Massnahmen verlängert werden; wir sind da auf gutem Wege.»

Nachhaltigkeit wird bei der Schweizer Zucker AG grossgeschrieben. «Diese Investitionen sind enorm wichtig und zahlen sich langfristig aus, finanziell wie auch bei der Marktfähigkeit», sagt Oliver Nussli. «Als Beispiel sei das Holzkraftwerk in Aarberg erwähnt. Dank dieser Beteiligung konnten wir die Energiekosten senken und gleichzeitig nachhaltiger produzieren.» Auch in Frauenfeld investiert das Unternehmen: «Noch dieses Jahr nehmen wir einen neuen Niedertemperatur-Trockner in Betrieb. Mit dieser 20-Millionen-Investition können wir weiter Energieressourcen sparen und nachhaltiger produzieren. Beide Beispiele sind ein wichtiger Schritt zur Reduktion unseres CO_2-Ausstosses. Diese Investitionen erhöhen die Wettbewerbsfähigkeit. Wir haben bereits heute Kunden, die CO_2-neutral produzierten Zucker verlangen. Wer das liefern kann, ist im Geschäft.»

«Inzwischen sind wir bei deutlich über 17´000 Hektaren.»

Nicht nur Zucker

Neben Zucker produziert die Schweizer Zucker AG auch Nebenprodukte. «Wir sind bekannt dafür, dass wir eine ‹Rundum›-Verwertung der Rübe anstreben. Sogar die mit den Rüben mitgelieferte Erde wird bei unserer Tochterfirma Ricoter aufbereitet und als Gartenerde verkauft», sagt Nussli. «Dieser Gedanke treibt auch unsere Innovationen wie Ethanol oder Pektin an. Ethanol ist gut gestartet, und wir produzieren inzwischen rund 100´000 Liter hochqualitatives Ethanol, das vor allem für Spirituosen verwendet wird.

Beim Pektin stecken wir noch in den Kinderschuhen – hier verstärken wir im Moment die Marktbearbeitung.» Beide Produkte seien aber noch kein Umsatz-Standbein. Wetterextreme und Krankheiten haben die Zuckerproduktion 2024 stark beeinträchtigt. Dagegen gehen die «Süssen» vor: «Forschungsbemühungen haben bei uns einen hohen Stellenwert. Neben der Führung eines Forschungsnetzwerkes – auch mit Beteiligung des Bundes – bieten wir den Pflanzern mit unserer eigenen Fachstelle kompetente Unterstützung bei Problemen im Anbau», so Nussli. «Neben Beratung direkt auf dem Feld werden auch Sortenprüfungen vorgenommen und nach resistenten Sorten geforscht. Zusätzlich sind wir regelmässig mit Start-ups im Austausch – etwa um mit Satellitendaten den optimalen Erntezeitpunkt zu bestimmen oder um mit natürlichen Mikroben den Dünger- und Pflanzenschutzmitteleinsatz weiter zu reduzieren. Nur das Wetter können wir noch nicht bestimmen», sagt er mit einem Augenzwinkern.

Seit Dezember 2024 ist Oliver Nussli CEO der Schweizer Zucker AG. «Eines ist klar – wir sind die Produzentin von Zucker in der Schweiz, und das soll auch so bleiben», umreisst er eines seiner Ziele. «Wir wollen rund um die Zuckerrübe innovativ bleiben, auch mal etwas ausprobieren und so weitere Standbeine des Unternehmens entwickeln. Langfristig müssen wir in einem hart umkämpften Markt bestehen und die Landesversorgung der Schweiz mit dem wichtigen Lebensmittelrohstoff ‹Zucker› sicherstellen. Und bei allem, was wir vorhaben, werden wir die Aspekte der Nachhaltigkeit als Selbstverständnis einbeziehen.»

Anzeige

Ein «Rundum-sorglos-Paket»
Die Konkurrenz aus dem Ausland bleibt eine Herausforderung. «Der Zuckerpreis ist entscheidend. Und hier stehen wir gegenüber dem Importzucker unter hohem Druck», so Nussli. «Wir müssen somit auch mit anderen Fähigkeiten positionieren und bieten unseren Kunden ein ‹Rundum-sorglos-Paket› an. Dazu gehört höchste Produktqualität, Liefersicherheit und -verlässlichkeit, kurze Wege, Flexibilität und Nachhaltigkeit. Bleibt irgendwann eine Zuckerlieferung aus dem Ausland an der Grenze blockiert, können wir liefern. Ein nicht zu unterschätzender Vorteil für die Lebensmittelindustrie. Zudem können wir bei unserem Zucker sicherstellen, dass er so nachhaltig wie möglich produziert wurde.» Ein Argument, das bei Kunden zunehmend an Relevanz gewinnt.

«Der Zuckerkonsum ist in den letzten 30 Jahren um 30 Prozent auf 30 Kilo pro Kopf zurückgegangen.»

Und wie steht es um die Zukunft des Zuckers angesichts immer lauterer Kritik an zuckerhaltigen Lebensmitteln? «Zucker und Gesundheit werden kontrovers diskutiert. Man kann sich dabei in unzähligen Pro- und Kontrastudien verlieren», sagt Oliver Nussli. «Gemäss einer Studie von Avenir Suisse von Dezember 2024 ist der Zuckerkonsum in der Schweiz in den letzten 30 Jahren um 30 Prozent auf 30 Kilo pro Kopf pro Jahr zurückgegangen. Die Bevölkerung scheint also verantwortungsvoll mit Zucker umzugehen.»

Für die Schweizer Zucker AG seien zwei Faktoren entscheidend, sagt Nussli. «Erstens ist Zucker per se nicht ungesund. Im Gegenteil, für das Funktionieren unseres Gehirns brauchen wir zwingend Glukose. So enthält bereits Muttermilch verschiedene Zuckerarten. Die Natur hätte das anders vorgesehen, wenn Zucker giftig wäre. Es ist also – wie übrigens bei anderen Lebensmitteln auch – eine Frage der Menge. Zu viel Zucker kann ungesund sein.» Und zweitens: «Wir haben und werden nie zu erhöhtem Zuckerkonsum auffordern. Der Schweizer Markt ist bereits grösser, als was wir produzieren können. Unser Credo ist: Nachhaltiger Schweizer Zucker für lokal produzierte Schweizer Lebensmittel.»

Dann bleibt abschliessend nur noch eine Frage: Wann hat der CEO heute zum ersten Mal Zucker verwendet? «Beim Zmorge. Fruchtjoghurt ohne Zucker schmeckt mir nicht», schmunzelt Oliver Nussli.

Text: Stephan Ziegler
Bilder: Marlies Beeler-Thurnheer

Anzeige

PROVIDA

Nachfolgeregelung, Steuerberatung, Jahresabschluss, Revision...
Sprechen Sie mit uns!

Wir beraten Sie ganzheitlich und decken das gesamte Spektrum von Treuhanddienstleistungen, Steuer-, Rechts- und Unternehmensberatung sowie Wirtschaftsprüfung kompetent ab.

Einfach gut beraten.

Romanshorn · Frauenfeld · Fribourg · Rorschach · St.Gallen · Zürich
T +41 71 466 71 71 · info@provida.ch · **provida.ch**

RAIFFEISEN

Thurgauer Raiffeisenbanken

Was **uns** ausmacht: **Unternehmertum.**

Unsere Spezialisten der Thurgauer Raiffeisenbanken beraten KMU vor Ort.

Als Genossenschaft setzen wir uns für eine starke Thurgauer Wirtschaft ein und bieten massgeschneiderte Lösungen für Unternehmen an.

Von persönlicher Beratung profitieren

Im Kampf gegen Wirtschaftskriminalität

Wirtschaftskriminalität war, ist und bleibt ein zentrales Thema in der finanziellen Führung. Unternehmen sind häufiger als bekannt Opfer von Wirtschaftsstraftaten und Cyberangriffen. Der Einfluss solcher kriminellen Aktivitäten auf Accounting und Controlling ist enorm. Am 9. St.Galler Forum für Finanzmanagement und Controlling der OST – Ostschweizer Fachhochschule wird diese Thematik intensiv behandelt.

In der Schweiz nimmt die Meldestelle für Geldwäscherei (MROS) eine zentrale Rolle bei der Bekämpfung wirtschaftskrimineller Aktivitäten ein. Als Bindeglied zwischen Finanzintermediären und Strafverfolgungsbehörden trägt sie massgeblich zur Prävention und Aufdeckung von Geldwäscherei und Terrorismusfinanzierung bei.

«Die MROS ist eine dem Bundesamt für Polizei (fedpol) angegliederte Behörde mit vielfältigen Aufgaben. Sie nimmt Verdachtsmeldungen von Finanzintermediären und anderen verpflichteten Institutionen entgegen und analysiert diese anhand verschiedener Datenquellen», erklärt Marc Schröder, Senior Policy Expert bei MROS und Lehrbeauftragter an der OST – Ostschweizer Fachhochschule. «Bei hinreichendem Verdacht leitet sie die relevanten Informationen an die zuständigen Strafverfolgungsbehörden weiter. Zudem ist sie aktiv in die internationale Zusammenarbeit eingebunden und tauscht sich regelmässig mit anderen Financial Intelligence Units (FIU) weltweit aus.»

Verdächtige Muster erkennen

Die Arbeit der MROS sei entscheidend für die frühzeitige Erkennung und Bekämpfung wirtschaftskrimineller Aktivitäten. «Durch ihre Analysen können verdächtige Muster aufgedeckt und kriminelle Strukturen identifiziert werden», so Schröder. Ihre Erkenntnisse unterstützen die Strafverfolgungsbehörden massgeblich bei Ermittlungen. Darüber hinaus trägt die MROS zur Stärkung der finanziellen Integrität der Schweiz bei, indem sie präventive Massnahmen zur Verhinderung von Geldwäscherei unterstützt.

Herausforderungen und zukünftige Entwicklungen

Die MROS steht vor zahlreichen Herausforderungen. Die zunehmende Digitalisierung, neue Finanztechnologien sowie eine stetig steigende Zahl an Verdachtsfällen erfordern kontinuierliche Anpassungen. Um grenzüberschreitende Wirtschaftskriminalität effizient zu bekämpfen, ist eine verstärkte internationale Vernetzung unerlässlich.

«Die MROS leistet einen essenziellen Beitrag zur Bekämpfung der Wirtschaftskriminalität in der Schweiz. Durch ihre analytische Arbeit, die enge Zusammenarbeit mit anderen Behörden sowie ihre präventiven Massnahmen stärkt sie die Widerstandsfähigkeit des Finanzsystems», erklärt der Compliance-Experte und OST-Dozent. Angesichts der dynamischen Entwicklung der Finanzkriminalität ist eine kontinuierliche Weiterentwicklung auch behördenseitig erforderlich, um auch in Zukunft effizient agieren zu können.

Wirtschaftskriminalität – wo stehen wir heute?

– Unter diesem Motto steht das 9. St.Galler Forum für Finanzmanagement und Controlling. Am 15. August diskutieren Expertinnen und Experten im Fachhochschulzentrum der OST – Ostschweizer Fachhochschule in St.Gallen über den Einfluss von Wirtschaftskriminalität im Bereich von Accounting und Controlling. Neben Marc Schröder geben Stephan Weiss, Chief Auditor bei Hoffman-La Roche und der forensische Psychiater Thomas Knecht Einblick in die Thematik. Mit sechs verschiedenen Workshops werden die Themen anschliessend vertieft. Weitere Informationen:

www.ost.ch/forum-finanzen-controlling

Text: Michael Breu
Bild: zVg

«Unsere Nische ist unser Trumpf»

Die 3R AG in Sulgen verbindet traditionelles Wagnerhandwerk mit moderner Fertigungstechnologie: Seit den 1930er-Jahren setzt der Familienbetrieb auf dampfgebogenes Holz – besonders sichtbar bei den legendären Davoser Schlitten. Inhaber Erwin Dreier richtet das Unternehmen konsequent auf neue Märkte aus. Denn der Klimawandel, schwankende Winter und internationale Konkurrenz fordern nicht nur Anpassung, sondern auch Ideen.

Als klassischer Wagnerbetrieb gegründet, hat sich die 3R AG im Lauf der Jahrzehnte stark verändert. «Wie fast alle Wagner in der Schweiz mussten wir uns auf ein Gebiet spezialisieren», sagt Erwin Dreier. Die Wahl fiel früh auf das Dampfbiegen von Massivholz – eine Technik, die bis heute das Rückgrat des Betriebs bildet. In den 1960er-Jahren kamen Schlitten hinzu, insbesondere der «original Davoser», der sich zur bekanntesten Produktlinie des Unternehmens entwickelte. «Unser Sortiment umfasst inzwischen nicht mehr nur den klassischen Davoser mit Holzsitz, sondern auch moderne Rodel mit Textilsitzen, unterschiedlichen Kufen und reichlich Zubehör.»

«Wir besetzen eine Nische, die technisch anspruchsvoll ist und Zukunft hat.»

Schlitten bleiben, aber der Fokus verschiebt sich
In der Vermarktung hat sich seit den Anfängen vieles verändert. Was einst ausschliesslich über inhabergeführte Sportgeschäfte lief, wurde später durch Filialisten wie Ochsner Sport oder Athleticum ergänzt. Heute setzt die 3R AG auch auf eine starke Präsenz im Internet. Sogar Onlineplattformen wie Brack oder Galaxus gehören zu den Vertriebspartnern – doch der wichtigste Kanal ist inzwischen der Direktverkauf über die eigene Website schlitten.ch. «Eine eigene Homepage und Social-Media-Aktivitäten sind heute unerlässlich», sagt Dreier. Während der Corona-Jahre erwies sich dieser Direktvertrieb als echter Glücksfall – es waren die umsatzstärksten Winter in der Geschichte der 3R AG.

Der Schlittenmarkt ist allerdings längst nicht mehr stabil. «Im Moment sind noch etwa 50 Prozent unserer Tätigkeiten dem Bereich Schlitten zuzuordnen», so Erwin Dreier. «Aber im Zuge der Klimaerwärmung und mit Blick auf verschiedene Szenarien im Wintersport ist absehbar, dass dieser Anteil weiter abnehmen wird.» Die Nachfrage unterliegt starken saisonalen Schwankungen. Auf extreme Spitzen oder Flauten muss das Unternehmen flexibel reagieren können. «Das ist nicht immer einfach – aber wir sind es gewohnt», sagt der Inhaber.

«Im Schlittenbereich dürfte technische Innovation künftig weniger wichtig sein.»

Neue Märkte für dampfgebogenes Holz
Parallel dazu hat sich das Unternehmen gezielt auf neue Anwendungsbereiche für dampfgebogenes Holz konzentriert. Die einst umsatzstarke Schweizer Möbelindustrie ist praktisch verschwunden. Stattdessen werden heute Projekte im Aussenbereich umgesetzt – etwa in Zusammenarbeit mit Burri Public Elements aus Glattbrugg. «Unsere Kernkompetenz, das Dampfbiegen von Massivholz, ist zwar eine Nische – bietet aber eine klare USP gegenüber anderen Techniken», erklärt Erwin Dreier. Diese Nische wolle man bewusst ausfüllen. Trotz rückläufigem Schlittenmarkt entwickelt die 3R AG ihr Sortiment weiter. Mit dem Modell «Gams» wurde jüngst eine neue Generation Sportrodel eingeführt. «Die Gams ersetzt langfristig unsere Produktfamilie der Z-Series-Sportrodel und strafft das Sortiment», sagt Dreier. Doch er schränkt ein: «Im Schlittenbereich dürfte technische Innovation in Zukunft weniger wichtig sein. Viel entscheidender ist es, neue Produkte mit dampfgebogenem Holz für andere Märkte zu entwickeln.»

Ein Rohstoff unter Druck
Ein besonderes Augenmerk gilt der Materialbeschaffung. Die 3R AG verwendet für ihre Schlitten bevorzugt Eschenholz aus der Ostschweiz. Noch ist der Rohstoff verfügbar – doch die Eschenwelke, eine Pilzkrankheit, bedroht die Bestände langfristig. «Nachdem schon die Ulme bei uns praktisch nicht mehr vorkommt, wird es auch bei der Esche zunehmend schwieriger», warnt Erwin Dreier. Die Substitution durch andere Hölzer sei im Schlittenbau kaum möglich.

Im Wettbewerb mit internationalen Anbietern setzt die 3R AG auf Individualisierung und Qualität. «Billigstlieferanten aus Osteuropa stellen keine echte Konkurrenz dar – die Produkteigenschaften sind teilweise so miserabel, dass man sie nicht vergleichen kann», sagt Dreier. Anspruchsvoller sei der Wettbewerb mit Anbietern aus Österreich oder Südtirol.

Die Antwort darauf: Swiss Made mit klarem Mehrwert. «Wir bieten freie Farbwahl, Gravuren und zusätzliche Serviceleistungen – das kann ein reiner Importeur nicht leisten.»

Tradition braucht Nachwuchs
Ein weiteres Erfolgsrezept ist das stabile Team – und die eigene Lehrlingsausbildung. «Dank sehr wenig Fluktuation gibt es bei uns kaum freie Stellen», so der 3R-Inhaber. Die Arbeit mit Massivholz, kombiniert mit modernen Technologien, sei für viele Berufsleute attraktiv – auch dank dem Gesamtarbeitsvertrag im Schreinergewerbe. Besonders wertvoll für die Lehrlinge: die Ausführung klassischer Wagnerarbeiten. «Wir führen immer wieder Arbeiten an historischen Gegenständen wie Kutschen aus – das sind perfekte Projekte für unsere Lernenden.»

CRONBERG

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

Ganzheitlichkeit als Erfolgsmodell im Vermögensaufbau

Mehr über die Erfolgsfaktoren im Vermögensaufbau

Eduardo Noser, CEO

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

CAPTAIN FUTURE – BAUSTEINE FÜR DEINE ZUKUNFT!

Mach dich fit für morgen.
Welche Fähigkeiten brauchst du, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein? Unsere Referierenden liefern dir spannende Inputs – du entscheidest, welche Impulse dich weiterbringen.

Programm und Anmeldung

Inspiration-Day OST 2025
4. September
St.Gallen

Presenting Partner
RAIFFEISEN

Official Partner
helvetia Helvetia Consulting
Martel. Wein geniessen.
SEPP FÄSSLER AG

Medien Partner
LEADER

INSPIRATION-DAY OST
neue Impulse, neue Kontakte

alumniOST

Beim Dampfbiegen von Holzteilen bei der 3R AG in Sulgen.

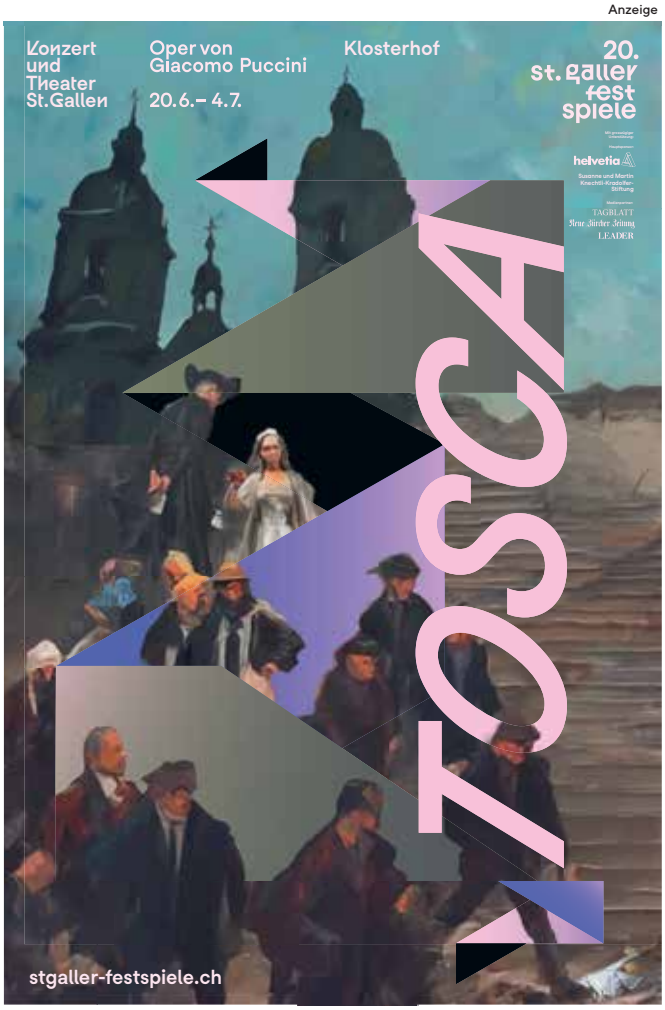
Die 3R AG pflegt langjährige Partnerschaften – mit Lieferanten im Thurgau ebenso wie mit internationalen Zulieferern und Kunden. «Für die Distribution ist die Zusammenarbeit mit Schweizer Partnern essenziell», betont Erwin Dreier. Gleichzeitig bleibt der Direktverkauf über die Website ein zentrales Standbein. «Multichannel ist unser Weg – online, stationär, mit eigenen und externen Vertriebskanälen.»

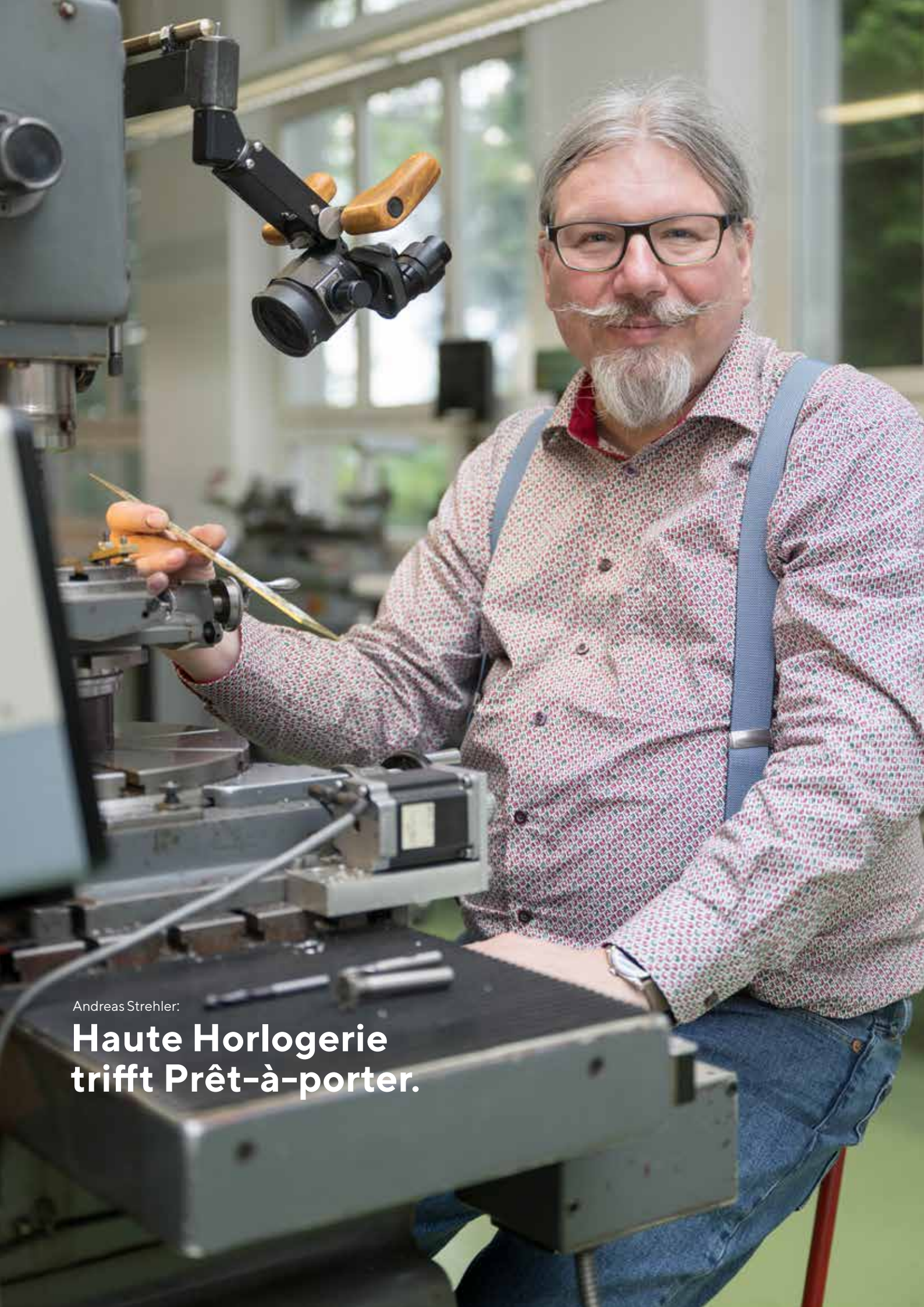
«Unsere Organisation muss flexibel auf Nachfragespitzen und Flauten reagieren können.»

Auch wenn die Bedeutung der Schlitten im Gesamtumsatz sinkt, will Dreier am Produkt festhalten. «Die Original-3R-Davoser-Schlitten werden auch künftig erfolgreich angeboten werden – auch wenn unklar ist, welchen Anteil sie am Umsatz noch haben werden.» Entscheidend sei die klare Spezialisierung des Unternehmens. «Unsere Nische ist unser Trumpf. Und den spielen wir mit Überzeugung aus.»

Text: Patrick Stämpfli
Bilder: Marlies Beeler-Thurnheer, zVg

Anzeige





Andreas Strehler:

Haute Horlogerie trifft Prêt-à-porter.

Wie Uhren aus Sirnach weltweit den Takt angeben

Wenn namhafte Uhrenmarken auf der Suche nach höchster Präzision und individuellen Mechaniklösungen sind, führt ihr Weg oft nach Sirnach. Dort entwickelt und fertigt Andreas Strehler mit seiner UhrTeil AG massgeschneiderte Uhrwerke und feinmechanische Komponenten – von Einzelstücken bis zur Kleinserie. Der unabhängige Uhrmacher gilt als einer der kreativsten Köpfe der Branche.

«Angefangen als Selbstständiger hatte ich bereits 1995», sagt Andreas Strehler. «Am Anfang noch mit Unterhalt von mechanischen Uhren und der Montage von komplizierten Uhrwerken für Audemars Piguet. Das Ziel war aber immer, eigene Uhren zu entwickeln und herzustellen.»

Für sein Debütstück hat er sich für eine technische Neuheit entschieden: «Eine Kombination von Tischkalender und mobiler (Taschen-)Uhr. Wobei die Taschenuhr die Zeit mechanisch speichert, während sie nicht im Tischkalender logiert. Sobald die Taschenuhr zurück in den Tischkalender eingesetzt wird, überträgt sie die fehlenden Tage auf den Kalender (der sich in der Zwischenzeit nicht bewegt hat, da er die Uhrzeit nicht weiss).»

«Unsere Mondphasenanzeige hat nur einen Tag Abweichung in zwei Millionen Jahren.»

Erfolg liess auf sich warten

Diese Innovation präsentierte Strehler 1998 an der Baselworld. «Ich dachte, eine solche Neuheit und Komplexität muss zum Erfolg führen. Das Publikum kannte mich nicht und so hat kaum jemand meinen Aufwand verstanden – der Erfolg liess auf sich warten. Die Industrie jedoch hatte schnell verstanden, wo sie einen kompetenten Partner finden konnte, und so konnte ich mit Industrieaufträgen überleben und wachsen. Schlussendlich konnte ich erst 2008 die ‹Papillon› als mein eigenes Produkt verkaufen.»

Die Verbindung von Entwicklung und Fertigung ist für ihn zentral: «Die Entwicklung ist meine Aufgabe, die Fertigung die meines Teams. Meine Konstruktionsweise ist immer auch produktionsorientiert. Das heisst, ich konstruiere nichts, ohne dass ich auch einen vernünftigen Weg sehe, dieses zu produzieren. Wenn nötig, entwickle ich auch komplexe CNC-Maschinen, um die Fertigung zu optimieren.»

Kooperationen im Verborgenen

Die Zusammenarbeit mit Marken wie H. Moser & Cie. und Harry Winston sieht Andreas Strehler als wechselseitige Chance: «Als Moser im Aufbau war, mussten innovative Produkte entwickelt werden. Das noch sehr kleine Team wusste, was sie brauchen, und konnte von meiner Erfahrung in der Uhrwerksentwicklung profitieren. So konnten wir gemeinsam wachsen. Ein wichtiger Vorteil des Standorts der UhrTeil AG, weit weg von den grossen Uhren-Zentren, ist, dass wir lange im Verborgenen arbeiten können, ohne dass der Rest der Industrie etwas mitkriegt. Geheimhaltung ist wichtig, denn Produktentwicklungen können mehrere Jahre bis zur Lancierung brauchen.»

Mit dem Modell «Sauterelle à lune perpétuelle» schuf Strehler eine der weltweit präzisesten Mondphasenanzeigen. «Meine Mondphasenanzeige hat nicht nur eine Abweichung von nur einem Tag in zwei Millionen Jahren, sondern hat auch die Mondphasenanzeige mit der höchsten Auflösung in der Anzeige des Mondalters.» Solche Innovationen sind notwendig, um potenzielle Kunden von den Produkten zu überzeugen. Doch am Allerwichtigsten sei, dass die Uhr gefällt: «Was nützt einem ein Superlativ auf dem Ladentisch, wenn das Aussehen nicht überzeugt? Für mich als Techniker war das am Anfang schockierend: Da hat man eine tolle Technik, doch der Kunde entscheidet sich am Schluss, dass er an der Uhr kein Interesse hat – weil das falsche Lederband dran ist.»

Prozesse mit Spielraum

Flexibilität ist in Strehlers Produktion entscheidend: «Wir haben Abläufe entwickelt, damit wir wie bei den Prototypen wenig Zeit verlieren beim Einrichten der Maschinen und mithilfe passender Automation auch grössere Serien abwickeln können. Der Engpass ist immer der Mensch. Es wird immer zu wenig Fachkräfte geben. Wir müssen nicht das Handwerk

Expert:innen-Power von 0 auf 100

Wir unterstützen Sie bei unerwarteten personellen Engpässen und Herausforderungen im CFO-Office.

www.fspartners.ch

THE CFO COMPANY
FS PARTNERS

auf Kosten der Automation abschaffen, sondern mit der Automation die Fertigung optimieren, damit wir die Mannstunden im Handwerk einsetzen können.»

Auch Nachhaltigkeit spielt für Strehler eine wichtige Rolle: «Es gibt nichts Nachhaltigeres als ein Produkt, das kaum verschleisst. Meine Uhrwerke sind so dimensioniert, damit bei einer zukünftigen Reparatur möglichst nichts ersetzt werden muss.» Auch in 100 Jahren kann ein guter Uhrmacher seine Uhrwerke zerlegen, reinigen, montieren und neu schmieren, ohne dass er Ersatz braucht. Und sollte es doch einmal passieren, sind Ersatzteile auch mit konventionellen Techniken herstellbar. «Genau so, wie auch ich einmal gelernt habe, antike Uhren zu reparieren.»

Wir müssen nicht das Handwerk auf Kosten der Automation abschaffen, sondern mit der Automation die Fertigung optimieren.»

Digitalisierung trifft Mechanik

In der Digitalisierung sieht Andreas Strehler grosse Chancen – auch in der mechanischen Uhrmacherei: «Ohne Computer geht auch bei uns nichts. Ich konstruiere seit 20 Jahren am 3D-CAD. Die Maschinen sind CNC-gesteuert, der Uhrmacher hat ein Tablet mit Instruktionen. Kritische Software entwickeln wir selbst.» So kann zum Beispiel jemand in der Montage die von ihm benötigten Komponenten mit einem Klick bestellen. Er braucht nur an das zentrale Lager zu gehen – und die Schachtel liegt schon für ihn bereit. Mit dem Barcodescanner abbuchen, und das Fach wird wieder automatisch im Lager platziert. «Wir verwalten so über 4000 verschiedene Komponenten und Baugruppen.» Die Zugehörigkeit zur «Académie Horlogère des Créateurs Indépendants» ist für den Uhrmachermeister wichtig: «Die AHCI ist in erster Linie eine Ausstellergemeinschaft. Sie hat mir damals als kleiner Niemand die Möglichkeit geboten, neben den grossen Firmen an namhaften Messen auszustellen. Inzwischen ist die AHCI für mich ein Netzwerk von Gleichgesinnten. Auch kann ich meinen Kollegen helfen, Komponenten herzustellen.»

Lehrwerkstatt statt Headhunter

Der Standort Sirnach sei trotz Fachkräftemangel ein Vorteil: «Fachkräftemangel gibt's immer, der wird auch nicht kleiner. Zwar hätte ich in La Chaux-de-Fonds mehr Fachkräfte um mich herum, doch auch viel mehr Firmen, die um diese konkurrenzieren. Es macht keinen Sinn, mit Headhuntern die guten Leute abwerben zu wollen. So holt man sich nur Menschen ins Haus, die nach ein paar Jahren von dem gleichen Headhunter wieder abgeworben werden … Viel wichtiger ist die Ausbildung von Fachkräften. So bilden wir Lehrlinge intern aus.»

Und wie sieht die Zukunft der UhrTeil AG aus? «Wir setzen weiterhin auf einen guten Mix: Erstens eigene Marken und Produkte, zweitens Entwicklung von Produkten für unabhängige Uhrenmarken, drittens Lohnfertigung von Mikrokomponenten.» Aufgrund seiner Bekanntheit und Produktionstiefe kann Andreas Strehler heute mehr auf die Eigenprodukte setzen. Neben der ‹Haute-Horlogerie›-Linie ‹Andreas Strehler› kommen auch mehr Modelle für die ‹Belle Horlogerie›-Marke ‹Strehler›, die nicht als persönliche Einzelstücke, sondern als kleine Serien von identischen Uhren angeboten werden. «Aktuell haben wir einige neue Produkte in der Entwicklung», verrät er schon mal. Und zum Abschluss zieht er einen stilistischen Vergleich: «Die Gruppierungen sind wie in der Mode: Haute Horlogerie = Haute Couture, Belle Horlogerie = Prêt-à-porter.»

Text: Stephan Ziegler
Bilder: Marlies Beeler-Thurnheer

Digitalisierungsplattform aus dem Thurgau gewinnt LEADER Digital Award

Die iDIP Solution AG aus Sirnach gewinnt den LEADER Digital Award in der Sparte «Business». Sie überzeugt mit ihrer Low-Code-Plattform iDIP, die es Industrieunternehmen ermöglicht, Prozesse papierlos und ohne Programmierkenntnisse zu digitalisieren. Bereits zahlreiche kleinere und grössere Unternehmen wie Axpo, Mövenpick und V-ZUG setzen auf diese Lösung.

Digitalisierung ist kein Projekt. Es ist ein Weg. Und genau dieser Weg war für viele Unternehmen bisher steinig.
Wer schon einmal ein grösseres IT-Vorhaben wie die Einführung eines ERP-Systems erlebt hat, weiss: Es braucht viel Vorlauf, zahllose Konzeptstunden, lange Umsetzungsphasen – und nicht selten ein beträchtliches Budget. Kein Wunder also, dass Begriffe wie «Digitalisierung» oder «Industrie 4.0» in vielen Produktionsbetrieben eher Zurückhaltung als Begeisterung auslösen. Die Angst vor einem weiteren Mammutprojekt, das den Betrieb belastet, die Mitarbeitenden verunsichert und externe Abhängigkeiten schafft, ist weit verbreitet.

Unser Ansatz: Digitalisierung ohne Angst
Mit iDIP verfolgen wir eine andere Philosophie: Digitalisierung muss einfach, flexibel und eigenständig machbar sein – besonders für produzierende KMU. Unser Ziel ist es, die Hürden zu senken, die Begeisterung für digitale Prozesse zu fördern und damit den Wirtschaftsstandort Schweiz nachhaltig zu stärken.

Die iDIP Plattform ist kein klassisches IT-System, sondern ein flexibler Softwarebaukasten. Sie basiert auf Low-Code-Technologie, was bedeutet: Unsere Kunden können individuelle Applikationen selbst erstellen – ganz ohne Programmierkenntnisse. Prozesse lassen sich in kleinen Schritten digitalisieren, genau dort, wo der Nutzen am grössten ist. Ohne monatelange Konzepte. Ohne aufwändige IT-Projekte.

Schritt für Schritt zur Smart Factory
Mit der iDIP Plattform lassen sich Maschinen, Anlagen, ERP-Systeme und Mitarbeitende nahtlos vernetzen. Ob Arbeitsanweisungen, Rückverfolgbarkeit, Qualitätskontrolle oder Lagerverwaltung – mit unseren modularen iDIP-Apps können unterschiedlichste Anwendungsfälle umgesetzt werden. Und das Beste daran: Nach einem initialen Projekt können Unternehmen selbstständig weiterarbeiten.

Die Plattform wächst mit den Anforderungen – von der einfachen Datenerfassung bis zur vollständigen Produktionssteuerung. Und wer will, kann jederzeit neue Funktionen hinzufügen, neue Bereiche erschliessen oder externe Systeme integrieren.

Warum das funktioniert? Weil es einfach ist.
Was auf den ersten Blick fast zu schön klingt, um wahr zu sein, überzeugt unsere Kunden spätestens bei der ersten Demo. Denn mit iDIP erleben sie, dass Digitalisierung weder teuer noch kompliziert sein muss. Unsere Lösung ist 100% Swiss made – mit hoher Qualität, lokaler Betreuung und einer Plattform, die sich dem Unternehmen anpasst, nicht umgekehrt.

Wer steckt hinter iDIP Solution AG?
Innovation aus der Ostschweiz, verwurzelt in über 40 Jahren Erfahrung. Die iDIP Solution AG ist ein Unternehmen der Rey Technology Gruppe mit Sitz in Sirnach (TG). Unsere Wurzeln reichen bis ins Jahr 1982 zurück, als Hanspeter Rey im sankt-gallischen Schwarzenbach die Firma H.P. Rey gründete – mit Fokus auf Schaltanlagenbau und Steuerungstechnik. Schon früh erkannte er das Potenzial des Zusammenwachsens von Automatisierungs- (OT) und IT-Welt – und gründete 2009 die Rey Informatik, um KMU auch im IT-Bereich umfassend zu unterstützen: von der Serverinfrastruktur über Cloudlösungen bis hin zu Microsoft-Lizenzen und Support.

2016 erfolgte der Umzug in den heutigen Neubau in Sirnach. Mit der Übernahme durch Michael Rey und Lukas Naef im Jahr 2020 wurde die strategische Ausrichtung auf Digitalisierung weiter vorangetrieben. Auf Basis jahrelanger Erfahrung in Automation und MES-Systemen entstand ein neues Unternehmen – die heutige iDIP Solution AG.

Anfangs entwickelten wir Individualsoftware zur Anbindung von Maschinen, ERP-Systemen und Prozessen. Dabei wurde klar: Viele KMU kämpfen mit denselben Hürden – fehlende Ressourcen, hohe Kosten, zu wenig Flexibilität.

Aus Erfahrung wird Vision

Genau hier setzte unsere Vision an: Eine Plattform zu entwickeln, mit der Unternehmen ihre Produktion selbstständig, flexibel und nachhaltig digitalisieren können – ohne teure Eigenentwicklungen oder langfristige IT-Abhängigkeiten. So wurde aus Rey Digital die iDIP Solution AG. Heute zählt unser Team rund 130 Mitarbeitende innerhalb der Rey Technology Holding – und gemeinsam verfolgen wir ein klares Ziel: Digitalisierung vom Sensor bis zur Softwareplattform aus einer Hand. Mit unserer iDIP Plattform sind wir seit über fünf Jahren erfolgreich am Markt. Und was uns besonders freut: Wir dürfen täglich erleben, wie unsere Kunden durch einfache und pragmatische Digitalisierungslösungen echten Mehrwert im Shopfloor schaffen.

iDIP Solution AG
Rütihofstrasse 6
CH-8370 Sirnach

+41 58 776 71 00
info@idip-solution.com
www.idip-solution.com

Rey Technology Holding

Standort:	Sirnach, Thurgau, Schweiz
Gründungsjahr:	1982
Mitarbeiter:	130
Vision:	Mit 360-Grad-Digitalisierung Unternehmen befähigen, sich einfach und unkompliziert zu digitalisieren, die Effizienz zu steigern und den Werkplatz Schweiz zu stärken.

Tochterunternehmen:
Rey Automation AG: Spezialisiert auf Automationsdienstleistungen, SPS-Programmierung, Retrofits und Schaltanlagen, mit weiteren Standorten in Arlesheim (Basel) und Freiburg im Breisgau (Deutschland).
Rey Informatik AG: Umfassender IT-Dienstleister für KMU und Schulen, mit breitem Spektrum an IT-Services, einschließlich Netzwerk- und Cybersecurity-Lösungen. *iDIP Solution AG*: Hersteller und Integrator der Low-Code Digitalisierungsplattform iDIP für individuelle, papierlose und automatisierte Produktions- und Abwicklungsprozesse ermöglicht – durch die nahtlose Orchestrierung von Maschinen, Anlagen, Umsystemen und Menschen.

Dienstleistungen:	24/7-Support, umfassende IT- und Automationslösungen.
Inhaber:	Michael Rey und Lukas Naef

Weniger Zufall, mehr Wirkung

Mit Fokus auf Relevanz, Austausch und strategische Inhalte positioniert sich das Wirtschaftsforum Thurgau 2025 neu. Tagungsleiterin Karin Krawczyk erklärt im Gespräch mit dem LEADER, was sich ändert – und was bleibt.

Das Wifo Thurgau erhält auf seine 29. Ausgabe im November 2025 ein neues Gesicht. Mit geschärftem Profil, verkleinertem Programmbeirat und einem klaren Fokus auf Entscheidungsträger in Führungspositionen will sich das traditionsreiche Format künftig strategischer, kompakter und relevanter aufstellen. «Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, um das Forum zukunftsfähig mit einem geschärften Fokus aufzustellen», sagt Karin Krawczyk, Geschäftsführerin der Veranstalterin Galledia Event AG und Tagungsleiterin des Forums.

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Herausforderungen hätten sich verändert – und mit ihnen auch die Bedürfnisse der Teilnehmer. «Wie so oft bei etablierten Formaten kommt irgendwann der Punkt, an dem man kritisch hinterfragt, ob man noch am Puls der Zeit ist», so Krawczyk. Es sei der Wunsch entstanden, das Forum klarer zu positionieren – insbesondere im Vergleich zum neuen Thurgauer Wirtschaftstag «Boom!».

«Wir glauben an die Kraft kleiner, fokussierter Teams.»

Zielgruppe C-Level

Künftig richtet sich die Veranstaltung explizit an Entscheidungsträger auf C-Level-Ebene. «Unsere Beiträge sollen Substanz haben, zum Nachdenken anregen und idealerweise Diskussionen auslösen», erklärt Krawczyk. «Gerade auf C-Level ist der Austausch auf Augenhöhe zentral. Wir möchten dafür mit einem hochwertigen Programm und relevanten Persönlichkeiten den passenden Rahmen schaffen.»

Dazu wurde auch der Programmbeirat verkleinert und neu ausgerichtet. «Wir glauben an die Kraft kleiner, fokussierter Teams. Ein kompakter Programmbeirat ermöglicht es uns, gezielter und effizienter zu arbeiten», sagt Krawczyk. In bilateralen Gesprächen entstehe oft mehr Tiefgang als in grossen Runden. Zudem würden die Beiratsmitglieder unternehmerisches Denken und ein hohes Engagement mitbringen, was den Entscheidungsprozess beschleunige.

Verankert in der Region

Trotz aller Öffnung zur überregionalen Perspektive bleibe der regionale Bezug ein zentrales Element des Forums. «Wo immer es inhaltlich passt, geben wir Unternehmerinnen und Unternehmern aus der Region eine Bühne, die mit ihrer Erfahrung oder Vision andere inspirieren können», sagt Krawczyk. Der Mix aus regionaler Verankerung und überregionaler Weitsicht solle dem Programm Tiefe und Strahlkraft verleihen. Im Programm bleibt auch die Verleihung des Titels «Thurgauerin des Jahres» durch die Thurgauer Zeitung, die weiterhin Teil des Forums ist.

Angesprochen auf eine Event-Müdigkeit vieler Führungskräfte und die zunehmende Reizüberflutung am Veranstaltungsmarkt, unterstreicht Krawczyk die Wertigkeit des Forums: «Unser Anspruch ist klar: Wir wollen relevant sein und nicht einfach ‹noch ein Event› im Kalender.» Es gehe um echte Inhalte, Persönlichkeiten mit Haltung und Geschichten, die berühren oder zum Umdenken anregen.

«Es ist uns ein Anliegen, vermehrt auch starke Frauen auf die Bühne zu bringen.»

Geopolitische Fragen im Fokus

Ein besonderer Fokus werde zudem auf gezieltes Networking gelegt. «Das Forum soll eine Plattform sein, auf der man nicht nur zufällig jemanden trifft, sondern gezielt ins Gespräch kommt», so Krawczyk. Neue Formate und technische Hilfsmittel zur Unterstützung und Verlängerung der Vernetzung seien in Entwicklung.

Thematisch rückt das Forum 2025 geopolitische Fragen in den Fokus. «Wir richten den Blick auf die geopolitische Grosswetterlage – und die Frage, welche konkreten Auswirkungen sie auf unseren Binnenmarkt hat», sagt Krawczyk. Handelskonflikte, Machtverschiebungen und regionale Instabilitäten stellten neue Herausforderungen dar. «Wir gehen Fragen nach, wie wir unsere wirtschaftliche Resilienz in einem zunehmend fragmentierten Welthandel sichern und welche Rolle bilaterale Beziehungen in einer Zeit globaler Spannungen spielen.»

Relevanz durch Partnerschaft und Wandel

Für die erfolgreiche Umsetzung seien verlässliche Partnerschaften unerlässlich. «Ohne das starke Netzwerk aus langjährigen Sponsoren und Partnern wäre das Wirtschaftsforum Thurgau in dieser Form nicht realisierbar», stellt Krawczyk klar. Besonders die enge Zusammenarbeit mit der Thurgauer Kantonalbank, dem Thurgauer Amt für Wirtschaft und dem Arbeitgeber Mittelthurgau werde geschätzt. «Sie alle enga-

gieren sich nicht nur finanziell, sondern bringen sich auch aktiv in die Programmgestaltung mit ein. Diese Form der partnerschaftlichen Mitgestaltung schätzen wir sehr.»

Auch selbstkritische Töne spart Krawczyk nicht aus. «Vieles hat über Jahre gut funktioniert und das Forum erfreut sich immer noch grosser Akzeptanz. Aber wir haben gemerkt, dass bestimmte Werte, die uns wichtig sind, nicht genug sichtbar wurden», erklärt sie. Themen wie Inklusion und Diversität seien zwar gelebt worden, aber zu wenig nach aussen getragen worden. «Das wollen wir ändern.» Als reines Frauenteam bei der Galledia Event AG sei es ihnen zudem ein Anliegen, vermehrt auch starke Frauen auf die Bühne zu bringen.

«Das Forum soll eine Plattform sein, auf der man gezielt ins Gespräch kommt.»

Zwei Formate, ein Ziel

Ein weiterer Grund für die Neuausrichtung sei der veränderte Medienkonsum: «Die Art, wie wir Inhalte konsumieren, hat sich verändert. Das muss sich im Format widerspiegeln, sonst verliert man an Relevanz.»

Was die Koexistenz mit dem Thurgauer Wirtschaftstag «Boom!» von IHK Thurgau, Gewerbe Thurgau und dem Verband Thurgauer Landwirtschaft betrifft, sieht Krawczyk keinen Widerspruch. «Ich sehe hier keine Konkurrenz, sondern eine wertvolle Ergänzung», sagt sie. «‹Boom!› richtet sich an eine breite Zielgruppe – das Wirtschaftsforum Thurgau hingegen spricht gezielt Wirtschaftsvertreter in leitender Funktion an.»

Und wie sieht Karin Krawczyk die Zukunft des Forums? «Meine Vision ist es, das Wirtschaftsforum Thurgau zu einem Fixpunkt im Kalender aller Thurgauer Wirtschaftsexponenten zu machen», sagt sie. In fünf Jahren sehe sie das Forum als eine der führenden Wirtschaftsveranstaltungen der Ostschweiz. «Mit einem starken Netzwerk, einem inhaltlich relevanten und überraschenden Programm – und einer Ausstrahlung, die über die Kantonsgrenzen hinausreicht. Vor allem aber wünsche ich mir, dass man gerne kommt. Weil man weiss: Hier trifft man Menschen, die etwas bewegen wollen.»

Karin Krawczyk:

Tiefe und Strahlkraft.

Text: Stephan Ziegler
Bild: zVg

Rainer Mirsch:

Sorgfalt und Integrität.

Von Leggero zu Scarabaeus: Brügglis Kampf um neue Perspektiven

Die wirtschaftliche Lage zwang das Sozialunternehmen Brüggli aus Romanshorn zu einem tiefgreifenden Entscheid: Die Veloanhänger-Marke Leggero wurde verkauft. Damit verliert Brüggli ein Aushängeschild – gewinnt aber unternehmerischen Spielraum zurück. CEO Rainer Mirsch spricht über die Hintergründe des Entscheids, die finanziellen Herausforderungen der vergangenen Jahre und die Zukunft des Unternehmens, das über 700 Menschen beschäftigt – viele davon mit Unterstützungsbedarf.

Rainer Mirsch, weshalb hat Brüggli seine Leggero-Veloanhänger an ein deutsches Unternehmen verkauft?
Wir mussten uns entscheiden zugunsten von Produkten und Leistungen mit mehr Marktpotenzial, allen voran der Mulchroboter Scarabaeus und unsere international distribuierten Hundeboxen der Eigenmarke 4pets. Leggero war immer ein Nischenprodukt, eng verwoben mit Brüggli. Wir mussten Leggero abgeben mit Blick auf die Lagerkapazitäten und die Investitionen, die nötig sind, damit das Produkt längerfristig attraktiv bleibt.

Kompromisse in der Qualität oder in der Materialbeschaffungspolitik kamen nicht infrage?
Nein – und so war es ehrlicher und sauberer, einen klaren Strich zu ziehen. Unberechenbar war für uns, was diese Massnahmen für die Mitarbeiter bedeuten; die Identifikation mit Leggero ist gross. Ich bin froh, dass unsere Angestellten die Zusammenhänge sahen und den unpopulären Entscheid akzeptieren konnten. Sie spürten: Es ist der Geschäftsleitung nicht egal, im Gegenteil.

«Wir sind ein Unternehmen wie andere auch.»

Die wirtschaftliche Situation von Brüggli ist mit einem Verlust von über sieben Millionen Franken im Jahr 2023 herausfordernd. Welche Massnahmen wurden ergriffen, um wieder finanzielle Stabilität zu erreichen?
Unter anderem – Beispiel Leggero – haben wir Lagerflächen reduziert, um Mietkosten zu sparen, und haben Leistungen mit hohem Entwicklungsbedarf reduziert. Im Weiteren haben wir ambitionierte, mit Raumfragen verbundene Wachstumspläne auf Eis gelegt und einen Weg der Konsolidierung eingeschlagen.

Und Ihre Belegschaft in den letzten zwei Jahren um 100 Personen auf 750 gesunken.
Genau, und nur eine Handvoll Entlassungen wurde ausgesprochen. Alles andere hat einerseits mit natürlichen Abgängen und andererseits mit einer Massnahme in unserem Medienunternehmen zu tun: Ein Management-Buy-out führte dazu, dass 26 Kaderleute nicht mehr auf der Lohnliste von Brüggli stehen, sondern einer neu gegründeten AG, der Brüggli Admedia AG, angehören.

Brüggli hat sich entschieden, die Sparte Veloanhänger abzustossen. Wie beeinflusst dieser Schritt Ihre strategische Ausrichtung?
Wesentlich ist, dass unsere Leute eine gute, sinnstiftende Arbeit haben. Ausbilden und Beschäftigen ohne gute Arbeit ist doch sinnlos! Darum haben wir uns gewissenhaft überlegt, wie wir den Verzicht auf die Fahrradanhänger kompensieren könnten. Und da ist es ideal, dass unsere Hundeboxen viele Lernfelder bieten. Ausserdem setzen wir darauf, dass wir mit dem Mulchroboter Scarabaeus neue Felder erschliessen. Dazu kommen Lohnarbeiten, zum Beispiel die Montage von Schulstühlen, die uns ein Partner anvertraut, oder verschiedene Textilarbeiten.

Mit Produkten wie dem Scarabaeus setzt Brüggli auf Innovation. Welche Rolle spielen solche Entwicklungen in der zukünftigen Strategie des Unternehmens?
Wir streben nach guter, planbarer Arbeit. Der Mulchroboter Scarabaeus ist nicht einfach Selbstzweck, sondern eine Notwendigkeit im Sinne der Ausbildungsqualität. Lernende in mechanischen Berufen müssen sich verstärkt mit Mechatronik und Robotik befassen. Natürlich schwebt auch mit, dass uns ein gut etablierter Scarabaeus finanziell absichern kann. Soweit sind wir noch nicht – aber ich bin zuversichtlich, dass der Durchbruch kommt.

Was bietet denn der Scarabaeus für Vorteile, die Roboter grosser Konzerne nicht bieten?
Hergestellt in Romanshorn, ein Beitrag zur Integration von Menschen mit Handicap, satellitengesteuert, lernfähig, solarbetrieben, schonungsvoll zur Natur: Das Interesse in der Fachwelt zeigt, da ist Potenzial vorhanden. Wir wissen, dass die Konkurrenz, teilweise sehr potent, nicht schläft. Und wir wissen auch, dass wir nicht ewig Zeit haben: Der Durchbruch muss rasch kommen.

Ein weiteres starkes Standbein sind die Hundetransportboxen 4pets. Werden Sie in Zukunft eher in Richtung Technologie oder Mechanik marschieren?
Vielleicht eine Symbiose von beidem. Die Hundeboxen sind wichtig. Und es stimmt mich zuversichtlich, wie die Autobranche den Kontakt zu uns sucht. Wir arbeiten zum Beispiel eng mit Toyota und Subaru zusammen. Wenn erfolgreiche Autobauer unsere Qualität anerkennen, dann ist das auch ein starkes Zeichen für unsere Mitarbeiter, die in alle Herstellungsprozesse involviert sind: Handicap hin oder her: Diese Menschen können etwas – und darauf sind wir stolz.

«Handicap hin oder her: Diese Menschen können etwas.»

Die Reduktion von Personal und Kosten war Teil der Sanierungsmassnahmen. Wie wurde dieser Prozess gestaltet, um die sozialen Ziele von Brüggli nicht zu gefährden?
Langsam, behutsam, möglichst viele Informationen fliessen lassen, möglichst niemanden vor den Kopf stossen: Einiges ist gut gelungen, anderes versteht man besser in der Rückschau. Mir ist es wichtig, dass alle sehen, dass wir es uns in der Geschäftsleitung nicht leicht machen. Brügglis Kernauftrag steht zuoberst: Alles, was wir tun, muss der Ausbildung, Beschäftigung und Integration von Menschen mit psychischen und körperlichen Schwierigkeiten zugutekommen. Das verpflichtet zu Sorgfalt und Integrität.

Brüggli hat in der Vergangenheit in verschiedene Bereiche investiert, darunter auch in Druckereien. Wie beurteilen Sie diese Entscheidungen rückblickend?
Die Entscheide waren zum damaligen Zeitpunkt richtig. Wir brauchten die Breite, das Wachstum, um uns in einem hart umkämpften Markt abzusichern. Es ist die Summe aller teilweise unberechenbaren Umstände, die uns eines Besseren belehrte. Das Risikomanagement hat heute noch mehr Bedeutung: Wir wägen genauer ab – zuerst die Qualität, dann die Quantität. Und wir achten noch besser darauf, dass Einzelinteressen nicht im Widerspruch zur Gesamtorganisation stehen.

Konkret: Wie sehen Sie die Zukunft von Brüggli in den nächsten fünf Jahren?
Ich sehe ein Brüggli, das nach wie vor viele Pfeiler hat und nicht rasch ins Schwanken kommt. Und ich sehe ein Brüggli, das noch besser weiss, was es kann und worauf es setzen kann. Wir haben mit unserer sozialen Mission, mit 200 Lernenden, 300 Angestellten mit Rente und vielen Menschen in einer Neuorientierungsphase eine gesellschaftliche Verantwortung und eine Systemrelevanz für die Region. Das ist eine Chance und eine Verpflichtung zugleich.

Die Zusammenarbeit mit Partnern und Kunden ist für Brüggli essenziell. Wie hat sich diese in der aktuellen Situation verändert?
Wir haben viele loyale Partner und Kunden und spüren viel Loyalität. Wir sind erfolgsverwöhnt, und es lief jahrelang einfach rosig und fast widerspruchsfrei. Nun, da wir den Kopf im Wind haben, marktnah sind und uns vielen teils widersprüchlichen Kräften ausgesetzt sehen, wird greifbar: Wir sind ein Unternehmen wie andere auch.

Und da ist es normal, dass nicht alles nur rund läuft.
Genau so ist es. Das grenzt nicht aus, sondern schafft sogar Zugehörigkeit: Kaum jemand begegnet uns mit Häme, sondern mit Wertschätzung. Das hat vielleicht damit zu tun, dass wir noch bodenständiger sind als früher. Andere sehen: Oha, auch Brüggli ist am Kämpfen; die sind nicht verwöhnt oder privilegiert, die haben auch etwas gewagt – und da müssen sie jetzt durch, Respekt! Der Zuspruch und die Unterstützung geben uns ein gutes Gefühl: Wir sind nicht alleine, im Gegenteil; wir sind ein Teil des Arbeitsmarktes und ein Teil der Gesellschaft.

Text: Stephan Ziegler
Bilder: Marlies Beeler-Thurnheer, zVg

Markus Stieger (Partner), Alexandra Vorburger (Marketing), Roger Stieger (Partner) und Daniel Mosch (Partner)

Aus drei wird eins – RTAG mit neuer Dachmarke

Die RTAG, etablierte Altstätter Unternehmensgruppe in den Bereichen Immobilien und Treuhand, bezieht einen neuen Standort und führt ihre drei bisherigen eigenständigen Marken zur neuen gemeinsamen Dachmarke RTAG zusammen. Damit setzt das Unternehmen künftig auf eine klarere und stärkere Positionierung.

Anlass und Initialzündung für das Rebranding ist der Bezug des neuen Firmensitzes an der Churerstrasse 53 in Altstätten. Der Neubau bietet nicht nur mehr Platz und modernste Arbeitsbedingungen, sondern symbolisiert gleichzeitig den Aufbruch in eine neue Ära der Unternehmensgeschichte.

Der Umzug in den Neubau findet zeitgleich mit dem Relaunch des neuen Markenauftritts statt.

Umzug mit klaren Zielen und Kundenfokus

«Unser Ziel ist es, unseren Kunden durch die Bündelung unserer Kompetenzen eine klare Orientierung und noch mehr Servicequalität zu bieten», sagt Alexandra Vorburger, Leiterin Marketing und Kommunikation der RTAG. «Das Redesign war der logische nächste Schritt, um unsere Stärke nach aussen sichtbar zu machen und unseren Markenauftritt optimal auf die Zukunft auszurichten.»

Der Umzug in den Neubau an der Churerstrasse findet zeitgleich mit dem offiziellen Relaunch des neuen Markenauftritts statt und unterstreicht damit die Zukunftsorientierung des Unternehmens. Ab sofort profitieren Kunden und Mitarbeitende von kurzen Informationswegen, modernen Arbeitswelten und eine noch stärkere Synergie der unterschiedlichen Dienstleistungen.

Neuer Standort – bewährte Werte

Die RTAG bleibt mit dem neuen, modernen Standort ihren bewährten Werten treu: familiär, unkompliziert und kompetent. Dank eines hervorragend ausgebildeten und erfahrenen Teams sowie der engen Verzahnung der Geschäftsbereiche Immobilien und Treuhand entstehen wertvolle Synergien. «Die neue Positionierung und der neue Standort ermöglichen es der RTAG, ihren Kunden massgeschneiderte Lösungen, höchste Servicequalität und nachhaltigen Mehrwert zu bieten und so optimal für die Anforderungen der Zukunft gerüstet zu sein», so Mitinhaber Daniel Mosch.

Weitere Informationen können unter www.rtag.ch abgerufen werden.

Der Thurgau unterwegs in eine zirkuläre Zukunft

«Was wir heute tun, gestaltet die Welt von morgen». Mit diesen Worten eröffnete Daniel Wessner als Präsident des Technologieforums den Thurgauer Technologietag 2025. 440 Persönlichkeiten aus Forschung, Bildung, Wirtschaft, Verwaltung und Politik trafen sich bei der Gastgeberin Geobrugg AG in Romanshorn, um gemeinsam Antworten zu finden für den herausfordernden Wandel von der linearen zur zirkulären Wirtschaft.

«Eine Kreislaufwirtschaft braucht viele Akteure», betonte ETH-Professor André Bardow. «Genau deshalb ist der Dialog zwischen Forschung und Praxis so essenziell.» Bardow erforscht, wie CO_2 direkt recycelt und als Rohstoff genutzt werden kann – ein Gamechanger für die Kunststoff- oder Pharmaproduktion.

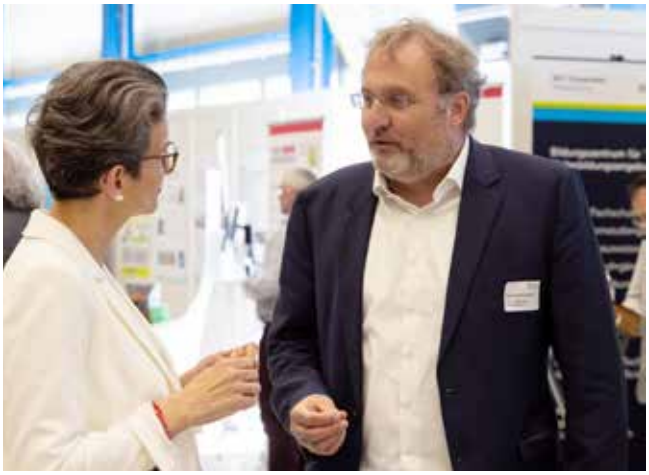
Umdenken ist Voraussetzung

Für das Umdenken und den Wandel zur Kreislaufwirtschaft braucht es folgende Erkenntnis: Die Natur produziert keinen Abfall, sondern nur Rohstoffe. Dementsprechend ist Abfall ein Rohstoff, der sich lediglich am falschen Ort befindet. Die Rückführung in den biologischen Kreislauf erfordert allerdings auch konsequentes Handeln und laut Albin Kälin, Entwickler des Cradle-to-Cradle-Designkonzepts, ebenso eine neue Form der Zusammenarbeit.

Ressourcen sparen

Neben inspirierenden Referaten bot der Thurgauer Technologietag eine vielfältige Innovationsmesse, an der Hochschulen, Forschungsinstitute und Unternehmen ihre Lösungen für die Kreislaufwirtschaft präsentierten. Dort wurde offensichtlich, dass die Kreislaufwirtschaft den Unternehmen eine grosse Chance bietet, Ressourcen zu sparen, Kosten zu senken und gleichzeitig neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Zudem wird damit die Wertschöpfung optimiert, die Abhängigkeit von globalen Lieferketten sinkt und nicht zuletzt leistet das zirkuläre System einen bedeutenden Beitrag zur Erreichung der Klimaziele. Fazit der Veranstaltung: Das nachhaltige Kreislaufsystem ist ein zentraler Baustein für eine zukunftsfähige Wirtschaft – auch im Thurgau.

Video zum Thurgauer Technologietag 2025



Bildergalerie

Text: Regula Marti
Bilder: Rebekka Grossglauser

CO_2-Ziele als Pflicht: Was KMU jetzt wissen müssen

Seit dem 1. Januar 2025 sind das CO_2-Gesetz, das Klima- und Innovationsgesetz sowie der Strom-Mantelerlass in Kraft – und sie verlangen von Unternehmen mehr Engagement bei Dekarbonisierung und Bilanzierung. Der zweite KEEST Evening Flash informierte rund 120 Gäste über die Auswirkungen der neuen Energie- und Klimagesetze auf die KMU-Wirtschaft. Im Rahmen der Veranstaltung wurde «Mr. KEEST» Andreas Koch nach 16 Jahren als Geschäftsführer in den Ruhestand verabschiedet

Swissmem-Direktor Stefan Brupbacher warnte in seiner Keynote vor Überregulierung, forderte aber gleichzeitig gezielte Innovation im Kampf gegen den Klimawandel. Einen konkreten Praxisbeitrag lieferte Martin Lörtscher, CEO der Hugelshofer Gruppe, mit dem E-Truck-Port-Projekt seines Transportunternehmens. Regierungsrat Walter Schönholzer stellte die anstehende Revision des Thurgauer Energiegesetzes vor und versprach, die Gesetzgebung KMU-tauglich auszugestalten. Auch Andrea Paoli vom Amt für Energie betonte die Fortsetzung der kantonalen Förderprogramme.

KEEST-Geschäftsführer Andreas Koch verdeutlichte in seinem letzten öffentlichen Auftritt vor dem Ruhestand den zunehmenden Druck auf KMU, CO_2-Bilanzen zu erstellen und Reduktionsziele gemäss SBTi-Standards zu verfolgen. «Wer in der Lieferkette bestehen will, muss sich mit seinem CO_2-Fussabdruck auseinandersetzen.» Moderiert wurde der Anlass von Christoph Lanter.

Neue Impulse versprach die Thurgauer Kantonalbank mit einer kostenlosen Impulsberatung für Geschäftskunden. Remo Lobsiger stellte das Angebot in Zusammenarbeit mit dem KEEST vor – es soll KMU bei der energetischen Standortbestimmung helfen. Karin Koller, CFO der De Martin AG, berichtete von ihrer Roadmap zur Dekarbonisierung und hob die Bedeutung kantonaler Fördermittel hervor. Philipp Lüscher von Schmid AG präsentierte neueste Speichertechnologien – anschliessend konnten die Gäste diese im Rundgang vor Ort erleben.

David Dünnenberger, bisheriger Stellvertreter von Andreas Koch, erläuterte in seinem Vortrag die strategischen KEEST-Ziele für die Zukunft und informierte über neue Fördermöglichkeiten der EKT Energiestiftung. Gleichzeitig wurde offiziell bekanntgegeben: Dünnenberger übernimmt per 1. Juni 2025 die Geschäftsführung des KEEST. Mit seiner langjährigen Erfahrung und Fachkompetenz will er die erfolgreiche Arbeit von Andreas Koch fortsetzen – im Dienste der Thurgauer KMU.

Kompetenz-Zentrum
Erneuerbare Energie-Systeme Thurgau
Wilerstrasse 18
CH-9542 Münchwilen
www.keest.ch

Bildergalerie

Text: Stephan Ziegler
Bilder: Simeon Waelti

So macht Bühler Batterien effizienter

Der Technologiekonzern Bühler hat einen Grossauftrag von FIB S.p.A., einer Tochter der italienischen Seri Industrial S.p.A., erhalten. Für das neue Werk Teverola 2 bei Neapel liefern die Uzwiler vier hochmoderne Mischlinien zur Herstellung von Elektrodenpasten. Es ist die erste europäische Batteriezellfabrik, die auf kontinuierliche Mischtechnologie im industriellen Massstab setzt.

Die Anlage mit einer geplanten Jahreskapazität von acht Gigawattstunden ist ein nicht zu unterschätzender Schritt in Richtung europäischer Fertigungskompetenz bei Lithium-Eisenphosphat-Batterien (LFP). Bühler und FIB arbeiten bereits seit 2020 zusammen – im Rahmen des Pilotprojekts Teverola 1 kam erstmals ein kontinuierliches Mischsystem von Bühler zum Einsatz. «Teverola 2 wird die erste Batteriezellfabrik in Europa sein, in der die kontinuierliche Mischtechnologie für die Produktion von Elektrodenpasten im Grossmassstab eingesetzt wird», sagt Adrian Spillmann, Head of Market Segment Battery Electrode Compounds bei Bühler. Die Inbetriebnahme ist für 2026 vorgesehen.

Was bedeutet das für die europäische Batterieindustrie, die gegenüber fernöstlichen Herstellern noch im Rückstand ist? «Die Erfolgsgeschichte von FIB ist ein positives Signal und Beweis dafür, dass man sich als lokaler Zellhersteller in der europäischen Batterieindustrie nachhaltig etablieren kann, ohne sich dabei nur auf asiatische Equipmentlieferanten verlassen zu müssen», sagt Spillmann.

«Der Energiebedarf sinkt gegenüber Batchverfahren um den Faktor vier.»

Massgeschneiderte Technologie für Europa

Bühler hat weltweit rund 80 kontinuierliche Mischer an die Batterieindustrie geliefert – über 50 davon an Grossprojekte in Asien. Die Technologie basiert auf gleichläufigen Zweiwellenextrudern, die mehrere Prozessschritte in einer Einheit vereinen. Sie eignet sich flexibel für unterschiedliche Zellchemien wie LFP oder NMC (Nickel-Mangan-Cobalt) und gewährleistet eine hohe Produktkonsistenz. «Der Energieverbrauch sinkt im Vergleich zum Batchverfahren auf ein Viertel, gleichzeitig reduziert sich der Aufwand für Betrieb und Wartung deutlich», so Spillmann.

Ein entscheidender Vorteil liegt in der gleichbleibenden Produktqualität: Anders als bei diskontinuierlichen Verfahren treten keine Chargenunterschiede auf. Ergänzt wird der kontinuierliche Mischprozess durch das Inline-Qualitätskontrollsystem «Qualib». Dieses überwacht alle zentralen Parameter in Echtzeit und greift bei Abweichungen automatisch ein. «Qualib erkennt etwa Schwankungen bei den Rohmaterialien und entfernt betroffene Elektrodenpasten direkt aus dem Produktstrom. So wird die Ausschussrate erheblich gesenkt», sagt Spillmann.

«Qualib entfernt fehlerhafte Elektrodenpasten direkt aus dem Produktstrom.»

Skalierbar, effizient und zukunftsorientiert

Bühler begleitet Batteriehersteller über alle Projektphasen hinweg – von der Laborerprobung über individuelle Anlagenkonzepte bis zur Umsetzung ganzer Fabriken. Auch beim Hochlauf der Produktion steht das Unternehmen beratend zur Seite. «Das ist entscheidend, um die wirtschaftliche Tragfähigkeit solcher Werke rasch zu erreichen», sagt Adrian Spillmann.

Neben Effizienz spielt auch Nachhaltigkeit eine zentrale Rolle: Dank der kontinuierlichen Prozessführung und intelligenten Qualitätskontrolle lässt sich der Materialverlust um bis zu 75 Prozent reduzieren. Bühler fokussiert bei der Einführung der Technologie vor allem auf neue Anlagenprojekte, da sich die Integration in bestehende Linien wirtschaftlich meist erst nach Abschreibungsphasen lohnt. Referenzprojekte wie Teverola 2 helfen, die Vorteile gegenüber traditionellen Verfahren sichtbar zu machen.

Nächster Technologiesprung steht bevor

Mit über 15 Jahren Erfahrung in der Batterieindustrie sieht sich Bühler gut positioniert im globalen Wettbewerb – auch im Vergleich zu asiatischen Anbietern. Die Kombination aus Prozesstechnologie, Engineering und Realisierungskompetenz macht das Unternehmen zu einem gefragten Partner bei der Industrialisierung innovativer Batteriekonzepte.

Der nächste Technologiesprung steht bereits bevor: Bühler entwickelt derzeit eine Trockenbeschichtungstechnologie für Elektroden, die gänzlich ohne Lösungsmittel auskommt. Ziel ist es, Investitions- und Betriebskosten nochmals deutlich zu senken und die Nachhaltigkeit der Batteriefertigung weiter zu verbessern – in enger Zusammenarbeit mit Partnern aus Industrie und Forschung.

Text: Patrick Stämpfli
Bild: zVg

Adrian Spillmann:

Gleichbleibende Produktqualität.

Wie starke Persönlichkeiten Helvetia prägten

Erich Walser und andere Führungspersönlichkeiten machten Helvetia zu einem Symbol für unternehmerische Weitsicht und regionale Verwurzelung – ein Erbe, das mit dem möglichen Abgang des Hauptsitzes ins Wanken gerät.

Über viele Jahrzehnte hinweg wurde Helvetia von Persönlichkeiten geprägt, die weit mehr waren als reine Manager. Sie verbanden unternehmerisches Gespür mit regionaler Verwurzelung und prägten damit nicht nur die Entwicklung der Versicherung, sondern auch das Selbstverständnis von St.Gallen als bedeutendem Versicherungsplatz. Mit der geplanten Fusion von Helvetia und Baloise könnte diese Tradition zu Ende gehen – und die Ostschweiz einen Teil ihrer wirtschaftlichen Identität verlieren.

Eine Tradition seit 1858

Die Geschichte der Helvetia begann 1858 mit der Gründung der Allgemeinen Versicherungsgesellschaft Helvetia in St.Gallen, gefolgt von der Schweizerischen Feuerversicherungsgesellschaft 1861. In einer Region, die sich damals als aufstrebendes Handels- und Industriezentrum etablierte, wuchs Helvetia zu einem verlässlichen Partner und schuf eine starke Basis für ihre nationale und internationale Expansion – stets mit einem klaren Bekenntnis zur Heimat.

Der Architekt des Aufstiegs

Erich Walser (1947–2014) verkörperte dieses Heimatbewusstsein wie kein anderer. Von 1991 bis 2007 als CEO und anschliessend als Verwaltungsratspräsident baute der Ausserrhoder Helvetia zu einer international tätigen Versicherungsgruppe aus. Mit der Fusion mit der Patria Lebensversicherung 1996 stellte Walser die Weichen für die heutige Konzernstruktur. Trotz aller Expansion verteidigte er St.Gallen als Hauptsitz mit Nachdruck und war auch ausserhalb des Unternehmens engagiert, etwa als Mitgründer des World Demographic & Ageing Forum (WDA Forum). Der heute nach ihm benannte «Erich Walser Generationenpreis» würdigt dieses Engagement.

Weitere prägende Figuren

Auch seine Nachfolger führten Helvetia mit starker Handschrift weiter: Stefan Loacker übernahm 2007 die Leitung der Gruppe. Der Wirtschaftswissenschaftler aus Vorarlberg mit Studienabschlüssen aus Wien und St.Gallen trieb die Internationalisierung konsequent voran. Seine Laufbahn begann er am Institut für Versicherungswirtschaft der Universität St.Gallen, bevor Loacker über verschiedene Stationen innerhalb der Helvetia Gruppe 2007 CEO wurde. Während seiner neun Jahre an der Spitze stärkte er die Marktposition in Europa und setzte wichtige Impulse für das internationale Geschäft.

2016 folgte Philipp Gmür als Group CEO. Er verantwortete die Umsetzung der Unternehmensstrategie «helvetia 20.20» und führte mehrere bedeutende Übernahmen durch, darunter die Integration der Nationale Suisse und die Mehrheitsbeteiligung an der spanischen Caser. Gmür erhielt 2016 die Auszeichnung «Kommunikator des Jahres» für seine Leistungen in der internen Kommunikation während des Transformationsprozesses. Auch er war eng mit der Region verbunden: Als Präsident der Fördergesellschaft des Instituts für Versicherungswirtschaft der Universität St.Gallen und Mitglied im Stiftungsrat von Avenir Suisse setzte er sich für die Standortförderung ein. Seit Oktober 2023 steht Fabian Rupprecht an der Spitze der Helvetia Gruppe. Der erfahrene Manager war zuvor CEO International Insurance bei der niederländischen NN Group und wird möglicherweise der letzte Helvetia-CEO in St.Gallen sein.

Starke Unterstützung aus der Politik

Helvetia konnte sich stets auch auf politische Unterstützung verlassen. Persönlichkeiten wie der ehemalige St.Galler Stadtpräsident Thomas Scheitlin oder Regierungsrat Beat Tinner engagierten sich über Jahre hinweg für den Verbleib des Hauptsitzes in St.Gallen. Sie unterstützten den Ausbau des Helvetia Campus, halfen bei regulatorischen Fragen und begleiteten strategische Projekte mit dem Ziel, die Position des Unternehmens in der Ostschweiz zu sichern.

Bruch mit der Tradition?

Die geplante Fusion mit der Baloise könnte nun das Ende dieser engen Bindung an St.Gallen einläuten. Der Verlust des Hauptsitzes wäre nicht nur ein wirtschaftlicher Rückschlag, sondern auch ein schmerzlicher Schlag für die Identität der Ostschweiz. Bleibt die Frage: Werden auch künftig Persönlichkeiten auftreten, die das Unternehmen nicht nur führen, sondern zugleich Verantwortung für die Region übernehmen? Ihre Haltung könnte entscheidend sein für die Zukunft von St.Gallen als Wirtschafts- und Denkraum.

Text: Patrick Stämpfli
Bilder: zVg

Nachfolge richtig vorbereiten

Wer seine Nachfolge im Unternehmen plant, tut gut daran, diese Nachfolgeplanung fundiert anzugehen. Es gilt, die Wünsche, Erwartungen und Denkweisen von Übergeber(in) und Übernehmer(in) möglichst zu antizipieren und Differenzen im jeweiligen Berufs- und Weltbild offenzulegen bzw. sich dieser Unterschiede von Anfang an bewusst zu sein.

Eine Nachfolgeplanung dauert im Schnitt rund vier Jahre mit erheblichen Unterschieden, je nach Art der Transaktion. Bei einem Family-Buy-Out, also einer Übergabe innerhalb der Familie, darf man für den Nachfolgeprozess bis zur Übergabe mit 6 bis 7 Jahren rechnen. Gemäss Studien ist der Übergeber im Schnitt 64 Jahre alt, der Nachfolger erst 36 Jahre jung. Das heisst, aus heutiger Sicht wäre der/die Übergeber(in) 1961 geboren und gehört damit zur Generation Baby Boomer, der/die Übernehmer(in) hätte Geburtsjahr 1989 und ist damit der Generation Y zugehörig. Diese Generation möchte sich gemäss einer Studie der österreichischen Wirtschaftskammer (WKO) insbesondere beruflich weiterentwickeln und stellt die höchsten Ansprüche an die Aufstiegsmöglichkeiten an ihrem Arbeitsplatz. Dazu kommt der Wunsch nach besserer Bezahlung und sofortiger Honorierung der Leistung.

Zwischen der Übergeneration Baby Boomer und der Generation Y besteht ein erhebliches Konfliktpotenzial. Sie weisen kaum Ähnlichkeiten in ihrer Wertewelt auf. Die Generation Y sieht die Generation Baby Boomer als wenig innovativ an, was im Widerspruch zur Selbsteinschätzung der Baby Boomer steht. Dagegen überschätzt die Generation Y gerne die eigene Innovationskraft und wirft den Baby Boomern einen zu geringen Ausbildungsstand vor. Die beruflichen Differenzen sind umso erstaunlicher, als sich die beiden Generationen im privaten Umfeld sehr gut verstehen. Der/die Übergeber(in) behält nach der Übergabe im Durchschnitt noch 5 Jahre sein Büro, d.h. ist in anderer Funktion – zum Beispiel als Berater(in) und als Immobilienverwalter(in) – noch im Unternehmen tätig. So dauert der Nachfolgeprozess bis zur endgültigen Abnabelung des Übergebers oder der Übergeberin rund 12 Jahre.

Umso wichtiger ist es, sich im Rahmen des Nachfolgeprozesses nicht nur mit den Zahlen und Prozessen auseinanderzusetzen. Übergeber(in) wie Übernehmer(in) tun gut daran, sich mit externer Unterstützung auch mit ihrer Wertewelt und dem persönlichen Zielbild zu beschäftigen.

Ihr Walter Ernst

Niederlassungsleiter
Regionaldirektor Schweiz
Hypo Vorarlberg St.Gallen

Nachlassstundung: Eine oft vernachlässigte Rettungsleine

Was Unternehmen in finanziellen Schwierigkeiten über die Nachlassstundung wissen sollten und wie sie eine zweite Chance erhalten.

Schafft man es nicht aus eigener Kraft aus einer Liquiditäts-Enge heraus, so scheint der Konkurs die unausweichliche Konsequenz zu sein. Was viele scheinbar zunächst vernachlässigen: In der Aussichtslosigkeit und massiven finanziellen Drucks bietet die Nachlassstundung ein starkes, gleichzeitig aber auch oft unterschätztes Rettungsinstrument.

Die Nachlassstundung ist ein rechtliches Verfahren, das auf die wirtschaftliche Besserstellung aller abzielt. Einerseits erhält das betroffene Unternehmen vorübergehend Entlastung finanziellen Drucks und Zwangsvollstreckungsmassnahmen durch Stundung aufgelaufener Forderungsansprüche, was es dem Unternehmen und seinen Mitarbeitern erlaubt sich voll auf die Sanierung und Restrukturierung zu konzentrieren. Andererseits profitieren davon ebenfalls die Gläubiger, da das Unternehmen weiter Werte schöpfen und ihnen somit höhere Entschädigungen im Vergleich zu einem sofortigen Konkurs und Liquidation erwirtschaften kann. Unter der Voraussetzung, dass eine realistische Chance auf Sanierung des Unternehmens besteht, ermöglicht die Nachlassstundung oft erst, diese Chance auf einen Neuanfang zu ergreifen und die Sanierung unterstützend zu begleiten.

Verwaltungsrat ist in der Pflicht

Das Obligationenrecht sieht in Artikel 725 Absatz 2 die Verantwortung klar beim Verwaltungsrat, die Notwendigkeit einer potenziellen Nachlassstundung bereits bei sich anbahnender Illiquidität zu überprüfen. In über 30 Nachlassmandaten, die wir bisher begleitet durften, war die Liquidität stets zentral, sowohl als Auslöser als auch für den erfolgreichen Verlauf der Sanierung. Das Verfahren der Nachlassstundung durchläuft dabei klar definierte Schritte und beginnt stets mit der Antragstellung an das zuständige Gericht. Üblicherweise beauftragen sich mit

Michael Städeli, altrimo ag, Partner, Dipl. Wirtschaftsprüfer und Max Lang, altrimo ag, M.A. HSG in Accounting & Corporate Finance.

dieser Situation konfrontierte Unternehmen ihren Rechtsbeistand mit der Erstellung des Gesuchs und Vorschlags für den einzusetzenden Sachwalter.

Es ist jedoch auch möglich, dass der Antrag vom Unternehmen selbst oder in Unterstützung durch einen beratenden Treuhänder ausgefertigt wird. Das Gericht prüft Sanierungsfähigkeit und -würdigkeit – besteht eine reelle Chance auf Sanierung, erteilt es innert weniger Tage die provisorische Stundung, die in der Regel vier Monate dauert.

«Die Nachlassstundung zielt auf die wirtschaftliche Besserstellung aller ab.»

Sachwalter als Mediator und Kommunikator

Unparteiisch und die Interessen von Schuldnerin und Gläubigern vertretend, analysiert und überwacht der Sachwalter die finanzielle Lage der Nachlassschuldnerin, deren Finanzaktivitäten und die Umsetzung des Sanierungsplanes. Er stellt auch die oft lädierte Kommunikation und Vertrauensverluste zwischen dem Unternehmen und seinen Gläubigern wieder her und ist verpflichtet, die stete Besserstellung der Gläubigerschaft zu wahren.

Am Ende der provisorischen Stundung erstellt der Sachwalter seinen Bericht an das Gericht und beantragt die definitive Nachlassstundung, die in der Regel für sechs Monate gewährt wird und auf erneute Anträge hin bis auf 24 Monate verlängert werden kann. In dieser Zeit erarbeitet der Sachwalter zusammen mit der Nachlassschuldnerin – nebst der eigentlichen Sanierung – die Nachlassverträge aus, die den Gläubigern der 3. Klasse (vgl. SchKG Art. 219) eine prozentuale Nachlassdividende in Aussicht stellen. Erst wenn diese Nachlassverträge die Zustimmung der Gläubiger durch festgelegte Quoren erreichen, kann das Verfahren erfolgreich per Bestätigungsentscheid des Gerichts abgeschlossen werden. Die Gläubiger erhalten ihre Nachlassdividende – und das Unternehmen schuldbefreit und saniert eine zweite Chance.

Das Verfahren der Nachlassstundung bietet somit nicht nur die Möglichkeit, dem Unternehmen dringend benötigte Zeit für die Restrukturierung sowie einen gewissen Schutz vor seinen Gläubigern zu verschaffen, sondern auch die laufende Wertschöpfung aufrechtzuerhalten.

«Das Verfahren beginnt stets mit der Antragstellung an das zuständige Gericht.»

Gegen Unkenntnis und Widerstand

In der Schweiz herrscht noch grosse Unkenntnis über dieses Verfahren; denkbar ist auch ein gewisser Widerstand gegen das Eingestehen seiner Notwendigkeit. Gerade in sich abzeichnenden Schwierigkeiten zählt jedoch jeder Moment.

Unterstützend hilft der Sachwalter bei Finanzierungslösungen und Sanierungskonzepten – bei angeschlagenem Vertrauen nimmt er gegenüber der Gläubigerschaft und Lieferanten die Kommunikation und informativen Beistand in die Hand, um so voreiligen Abwendungen entgegenzuwirken.

Beispielsweise haben wir ein Unternehmen bei der Nachlassstundung begleitet, dem über Nacht sein Bankkredit eingefroren wurde. Allein durch die Nachlassstundung wurde entscheidende Zeit gewonnen, um die betriebsnotwendige Liquidität zu besorgen und das Geschäft am Leben zu halten.

So konnten zunächst weitere Umsätze generiert werden, die sonst als Schaden an die Gläubiger übergegangen wären. Zusätzlich war es dem Unternehmen daraufhin möglich, sich vollständig zu sanieren, wodurch nicht nur den Gläubigern ein Vielfaches an Forderungsentschädigung angeboten wurde, sondern das Unternehmen fortbestehen konnte und somit Arbeitsplätze, Steuereinnahmen und Geschäftsbeziehungen erhalten blieben. Bei einem Konkurs wären nicht nur die Gläubiger der 3. Klasse faktisch leer ausgegangen, auch die Lieferanten wären durch den Verlust dieser Geschäftsbeziehung in prekäre Lagen geraten.

Die Nachlassstundung bietet Unternehmen in finanziellen Schwierigkeiten eine echte Chance auf einen Neuanfang. Doch der Erfolg hängt entscheidend von einer guten Vorbereitung und professionellen Begleitung ab. Erfahrene Sachwalter unterstützen Unternehmen dabei, den komplexen Prozess zu bewältigen – von der Antragstellung über die Umsetzung des Sanierungsplans bis zum Bestätigungsentscheid.

Text: Michael Städeli, Max Lang
Bilder: Marlies Beeler-Thurnheer, zVg

«Nachfolge ist kein Ereignis, sondern ein Prozess»

Wenn Unternehmer ans Aufhören denken, ist es oft zu spät zum Planen. Die Continuum AG aus St.Gallen begleitet seit über zwei Jahrzehnten KMU durch unternehmerische Übergaben – strategisch, emotional und operativ. Verwaltungsratspräsident Yannick Brunner, Stefan Schneider, langjähriger Partner, und Heini Seger, seit Kurzem neu im Partnerteam, zeigen auf, warum erfolgreiche Nachfolge kein Zufall ist.

Wer übernimmt mein Unternehmen? Wie sichere ich mein Lebenswerk – und wie bleibt meine Familie dabei intakt? Fragen rund um die Unternehmensnachfolge berühren weit mehr als juristische und betriebswirtschaftliche Aspekte. Sie greifen tief in das persönliche, familiäre und unternehmerische Gefüge ein. Die Continuum AG begleitet Unternehmerfamilien und deren Familienunternehmen seit über 20 Jahren durch genau diese Phase: strategisch fundiert, emotional klug und mit einem methodischen und systematischen Instrumentarium.

Stefan Schneider, Heini Seger und Yannick Brunner wissen, wie nachhaltige Übergaben gelingen – und warum der Einbezug der Familie entscheidend ist. «Nachfolge ist ein Prozess, kein Ereignis», sagt Schneider denn auch zu Beginn. «Und sie ist ein Prozess, der nicht nur das Unternehmen betrifft, sondern auch die Familie. Wer das nicht erkennt, riskiert ungewollte Konflikte, versteckte Erwartungen – und im schlimmsten Fall das Auseinanderbrechen eines stabilen Systems.»

Wer erst nach einem Herzinfarkt reagiert, hat weniger Optionen.»

Unternehmerische Klarheit und familiärer Konsens

Seger ergänzt: «Mich hat genau dieses Verständnis zu Continuum gebracht. Hier geht es nicht nur um Verkaufsberatung oder Steueroptimierung – sondern um das, was zwischen Menschen passiert. Um Verantwortung, Werte und das, was bleibt, wenn man loslässt.» Als langjähriger Berater und selber Teil einer Unternehmerfamilie mit einem Familienunternehmen habe er gesehen, wie wichtig es sei, sowohl unternehmerische Klarheit als auch familiären Konsens zu schaffen. Auch Brunner betont die Relevanz der emotionalen Seite: «Nachfolge ist kein technischer Vorgang, sondern ein Beziehungsprozess. Nur wenn die zwischenmenschlichen Ebenen einbezogen werden, gelingt der Generationenwechsel nachhaltig.»

Ganzheitlicher Blick mit Methode

Continuum beginnt jede Nachfolgelösung mit einer Standortbestimmung, dem «3sixty»-Check, der alle vier zentralen Dimensionen analysiert: Person, Familie, Unternehmen und Vermögen. Daraus ergibt sich das sogenannte Strategie-Quartett, das als Fundament jeder Weiterentwicklung dient. «Es geht nicht darum, alles gleichzeitig zu lösen», sagt Brunner, «aber es muss alles auf dem Tisch liegen – damit aus einer Nachfolge kein Kompromiss wird, sondern eine echte Übergabe mit Zukunft.» Einen besonderen Stellenwert nimmt die Einbeziehung der Familie ein. «Familienunternehmen sind komplexe Gebilde», sagt Seger. «Es treffen unterschiedliche Sozialsysteme aufeinander: das rationale System des Unternehmens – und das emotionale System der Familie. Diese Systeme funktionieren nach anderen Regeln. Das muss man verstehen und berücksichtigen.»

Schneider ergänzt: «Diese Unterschiede machen eine strukturierte und neutrale Moderation umso wichtiger. Als Continuum schaffen wir den Rahmen, damit alle Stimmen gehört und tragfähige Entscheidungen gemeinsam getroffen werden können.»

Familienverfassung als Klammer

Continuum entwickelt individuelle Familienstrategien. Eine Familienverfassung ist ein Teil davon. «In einer Unternehmerfamilie hat jede Person ihre Perspektive, ihre Geschichte – und oft auch ihre Verletzlichkeit», so Heini Seger. «Wenn etwa ein Kind den Betrieb übernehmen soll, das andere aber einen anderen Weg einschlagen will oder soll, kann das zu lang schwelenden Spannungen führen. Eine gemeinsam erarbeitete Familienverfassung bringt Ordnung, Rollenklärung und einen Wertekonsens.»

Die Ausarbeitung erfolgt in einem klar strukturierten Zwölf-Schritte-Prozess. Dabei werden grundlegende Fragen besprochen: Wer darf in der Firma mitreden? Wie wird mit Erbansprüchen umgegangen? Was passiert im Krisenfall? Welche Haltung verbindet uns als Unternehmerfamilie? «Eine Familienverfassung ist in der Regel kein rechtsverbindlicher Vertrag, sondern eine Verständigungsgrundlage. Die Familie gibt sich einen gemeinsamen Orientierungs- und Werterahmen», sagt Stefan Schneider. «Sie ist das Ergebnis eines Dialogs, nicht einer Durchsetzung. Und genau dieser Dialog schafft Vertrauen, Klarheit – und schliesslich auch Handlungsfähigkeit.»

Begleitung für Sen- und NextGen

Continuum begleitet nicht nur die ältere Generation («SenGen»), sondern auch die sogenannte «NextGen», also die nachrückenden Familienmitglieder oder familienexternen Führungskräfte, die ein Unternehmen übernehmen sollen und wollen. «Fachlich kompetent zu sein reicht nicht», sagt Schneider. «Man braucht auch Führungsfähigkeit, Empathie, Reflexi-

onsvermögen.» Deshalb arbeitet Continuum mit der NextGen in Coachings, Strategieworkshops und Rollenklärungen. «Wir bauen Brücken zwischen den Generationen», sagt Yannick Brunner. «Und wir geben beiden Seiten die Mittel in die Hand, um auf Augenhöhe zu verhandeln.»

«Es muss alles auf dem Tisch liegen.»

Breites Angebot, ein Ziel

Continuum bietet mehr als klassische Nachfolgeberatung: Finanzierungsmodelle, Strategieworkshops, Wachstumsplanung, Familien- und Verwaltungsratsentwicklung, Konfliktlösung und Mediation, Coachingprogramme, Vermögensstrukturierung – und nicht zuletzt die Integration aller Akteure in einen klaren, realistischen Prozessplan.

«Wir verstehen uns als Orchestrierer eines komplexen Wandels», sagt Brunner. «Wir koordinieren zwischen Anwälten, Treuhändern, Banken, Immobilienexperten, Steuer- und Vorsorgeberatern – aber immer im Dienst des Unternehmers. Unser Ziel ist eine tragfähige, stimmige und zukunftsfähige Lösung für alle Beteiligten.»

Schneider sagt es so: «Entscheidend ist die Verbindlichkeit. Nachfolge ist nicht nur ein Konzept, sondern muss gelebt werden. Wir sorgen dafür, dass aus Plänen Wirklichkeit wird.»

Mut zum ersten Schritt

Für Heini Seger war genau dieses Verständnis der Grund, sich Continuum anzuschliessen. «Continuum hat die Erfahrung, die Tiefe und den Mut, auch unbequeme Fragen zu stellen. Und genau das braucht es für eine erfolgreiche Nachfolgeplanung eines Unternehmers.»

Alle drei betonen, wie wichtig es ist, das Thema Nachfolge frühzeitig anzusprechen. «Wer das Thema erst nach einem gesundheitlichen Vorfall oder einem familiären Zerwürfnis angeht, hat weniger Optionen», sagt Seger. «Ein frühzeitiges erstes Gespräch – offen, diskret, vertraulich – ist in den meisten Fällen der Grundstein für eine erfolgreiche Nachfolgeregelung.» Und was ist der wichtigste Rat, den sie Unternehmern mit auf den Weg geben? «Trauen Sie sich, loszulassen – aber nicht planlos», sagt Schneider. «Und holen Sie die Familie ins Boot. Denn Nachfolge ist keine Einzelleistung – sie gelingt nur im Zusammenspiel.»

Brunner bilanziert: «Nachfolge ist kein Sprint, sondern ein Marathon. Wir begleiten Unternehmer und Familien auf dieser Reise und wollen das Bewusstsein wecken und sie auf die Herausforderungen vorbereiten. Schliesslich geht es um Lebenswerke, die mit einem positiven Gefühl erfolgreich in neue Hände übergeben werden sollen.»

Text: Stephan Ziegler
Bild: Marlies Beeler-Thurnheer

Yannick Brunner, Stefan Schneider und Heini Seger:

Partner auf Augenhöhe.

«Guter Content bleibt entscheidend»

Künstliche Intelligenz verändert die Art, wie Menschen Informationen suchen – und wie Suchmaschinen Inhalte analysieren. Thomas Vogt, Inhaber der Agentur Pfirsichblau aus Staad, erklärt, warum Unternehmen ihre Online-Strategie anpassen müssen, um auch in der Welt von ChatGPT und Co. sichtbar zu bleiben.

«Das Suchverhalten der Menschen verändert sich ständig – und damit auch die Anforderungen an gutes Onlinemarketing», sagt Thomas Vogt. Wer heute eine Frage stellt, erwartet eine direkte Antwort – oft von einer KI. «Da die Chatbots schon sehr gut sind, ist es nicht zwingend notwendig, nochmals zur Suchmaschine des Vertrauens zurückzukehren.» Die Konsequenz: Inhalte müssen so gestaltet sein, dass sie auch von KI-Systemen wie ChatGPT, Bing AI oder Google SGE als verlässliche Informationsquelle erkannt werden.

Keywords allein genügen nicht mehr

Laut Vogt unterscheidet sich die Optimierung für KI-Suchmaschinen grundlegend vom klassischen SEO: Während dort Keywords, Metadaten und Backlinks im Fokus stehen, zählen bei der KI-gestützten Suche andere Kriterien. «Es geht vermehrt um Kontext, Struktur und die Qualität der Daten. Begriffe wie Erfahrung, Expertise, Autorität und Vertrauenswürdigkeit gewinnen deutlich an Bedeutung.» Ziel sei es nicht nur, in Suchergebnissen präsent zu sein, sondern direkt als Quelle in KI-generierten Antworten aufzutauchen.

KI-Suchsysteme analysieren Inhalte auf semantischer Ebene. «Sie versuchen, die Nutzerintention zu verstehen, nicht nur einzelne Begriffe zu erkennen», so Vogt. Daraus ergeben sich klare Anforderungen an den Content: verständlich, thematisch präzise und klar gegliedert. Elemente wie strukturierte Daten, FAQ-Bereiche oder Rich Snippets helfen dabei, Inhalte maschinenlesbar zu machen. «Die Inhalte müssen so aufbereitet sein, dass sie auch in einem Sprachdialog zwischen Nutzer und KI sinnvoll funktionieren.»

Gemeinsam mit den Kunden zum relevanten Inhalt
Pfirsichblau entwickelt solche Inhalte in enger Zusammenarbeit mit den Unternehmen. «Wir schlagen Themen vor, recherchieren mit Tools wie Google Trends oder ChatGPT und erstellen die Texte gemeinsam mit unseren Kunden. Denn nur sie kennen ihr Fachgebiet wirklich.» Das Team um Thomas Vogt bringt das digitale Know-how ein, der Kunde liefert das branchenspezifische Wissen. «Diese Kombination ist entscheidend, damit Inhalte entstehen, die sowohl den Nutzer als auch die KI überzeugen.»

Die Veränderung im Suchverhalten bringt auch neue Herausforderungen bei der Erfolgsmessung. «Klicks und klassische Ranking-Metriken verlieren an Bedeutung, wenn KI-Systeme direkte Antworten geben», erklärt Vogt. Stattdessen könnten künftig Erwähnungen in KI-Antworten, also die Sichtbarkeit als Quelle, wichtiger werden. Auch die Attribution von Conversions werde komplexer, wenn Nutzer ihre Informationen direkt aus einer KI ziehen.

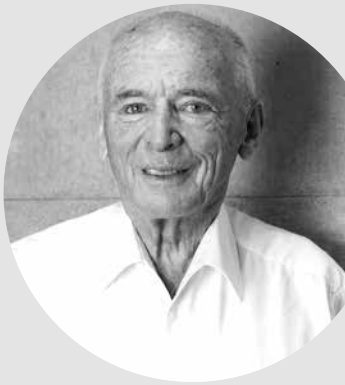
«Plattformunabhängigkeit und hohe inhaltliche Qualität werden wichtiger denn je.»

Was Unternehmen jetzt tun sollten
Für Unternehmen, die ihre Inhalte für KI-Suchmaschinen optimieren wollen, empfiehlt Vogt einen klaren Einstieg: Sich mit den Grundlagen vertraut machen, Inhalte auf Qualität, Glaubwürdigkeit und Lesbarkeit prüfen – und strukturierte Daten integrieren. «Die Optimierung muss ganzheitlich gedacht werden, vom Text über die Technik bis hin zur strategischen Ausrichtung. Dabei können KI-Tools unterstützen, aber sie ersetzen nicht den klaren Fokus auf gute Inhalte.»

Für die kommenden Jahre erwartet Thomas Vogt eine zunehmende Fragmentierung des Suchverhaltens: «Nutzer werden verschiedene Plattformen und KI-Anwendungen parallel nutzen. Personalisierte Inhalte, Plattformunabhängigkeit und hohe inhaltliche Qualität werden wichtiger denn je.» Die Anforderungen an Content steigen – nicht nur um gesehen, sondern um verstanden zu werden. Und wer bei ChatGPT & Co. als Quelle auftaucht, hat einen klaren Sichtbarkeitsvorteil.

Text: Patrick Stämpfli
Bild: Marlies Beeler-Thurnheer

Tugend und Politik



Ohne Treue zerfällt das Recht, ohne Caritas verkümmert die Gemeinschaft, ohne Hoffnung erstarrt die Politik: Die klassischen christlichen Tugenden sind das stille Rückgrat einer freien Gesellschaft – und genau deshalb nicht verhandelbar.

In der im 18. Jahrhundert massgeblichen Tugendlehre war von sieben Tugenden die Rede. Vier davon stammen aus der antiken Philosophie, drei aus der christlichen Religion. Die drei christlichen Tugenden sind Glaube, Liebe und Hoffnung, die auf Deutsch vor allem individuell-moralisch verstanden werden, im Lateinischen aber auf das Verhalten in der Gemeinschaft Bezug nehmen.

«Fides» heisst nicht nur Glaube, sondern auch Treue, und Treue ist tatsächlich ein Bollwerk der Zivilgesellschaft. Ohne «Bona Fides» funktioniert nämlich kein Privatrecht. «Caritas» kann auch nicht einfach mit «Liebe» übersetzt werden, denn unter «Liebe» versteht man heute primär «Amor» oder «Eros». «Caritas» ist die Zuwendung zum Mitmenschen, die auf der Achtung vor ihm beruht und auch Dankbarkeit einschliesst – ein stets knappes Gut.

Damit wird sie auch zu einem zentralen politischen Wert, obwohl die Politik selbst zu ihrer Vermehrung kaum etwas beitragen kann. Es braucht weder ein «Bundesamt für Caritas» noch einen diesbezüglichen Verfassungsartikel. Im Gegenteil: «Caritas» findet dann statt, wenn es dafür noch einen Bedarf und eine Nachfrage gibt und wenn sie gerade nicht weitgehend an den Wohlfahrtsstaat delegiert wird.

«Spes», die Tugend der Hoffnung, ist die Basis des Optimismus, und sie begründet die individuelle und gemeinsame Bemühung um eine bessere Zukunft, ein Ziel, das keineswegs unpolitisch ist. Die drei christlichen Kardinaltugenden haben also durchaus eine politische Dimension. Sie gehören zum Bollwerk bürgerlicher Tugenden, aber sie dürfen nicht unreflektiert in politische Forderungen umgemünzt werden.

Es gilt, sie zu verteidigen und zu stärken, indem man deren Verwirklichung zwar als Voraussetzung eines funktionierenden Gemeinwesens deutet, aber nicht als Inhalt einer erzwingbaren Ordnung.

Robert Nef,
Publizist, St.Gallen

Webmaschinen, Wandel und Weitblick

Vom französischen Textilpionier über eine florierende Modeproduktion bis zum Standort für 3D-Druck, Retail und digitale Logistik – das Ziel-Areal in Appenzell erzählt seit 150 Jahren eine Geschichte von Unternehmertum, Wandel und Weitsicht. Heute markiert es nicht nur einen bedeutenden Gewerbestandort, sondern steht exemplarisch für die Transformation regionaler Industriebrachen in wirtschaftlich lebendige Zukunftsorte.

Handelskriege, Zölle und die Verlagerung von Produktionsstätten halten die Schweizer Exportwirtschaft derzeit in Atem. Der riesige Absatzmarkt in den USA hatte schon immer eine überproportional grosse Bedeutung – selbst im ländlichen Appenzell. So exportierte der junge Appenzeller Textilkaufmann Albin Breitenmoser, eng mit der Geschichte des Ziel-Areals verbunden, bereits im frühen 20. Jahrhundert veredelte Textilien, hauptsächlich in die USA.

Das zweitgrösste Gebäude im Kanton

Der Ursprung der Ziel-Fabrik, die seit über 150 Jahren das nördliche Dorfbild von Appenzell prägt, reicht ins Jahr 1871 zurück: Damals erwarb das französische Textilunternehmen Mme. Driou, Moret & Cie. Land an der Zielstrasse und errichtete eine Fabrik, deren Dimensionen für Appenzeller Verhältnisse monumental waren. Lange Zeit war sie – nach der Pfarrkirche – das zweitgrösste Gebäude im Kanton. Während die Textilfertigung in Appenzell traditionell durch Heimarbeit geprägt war, brachte dieses Projekt industriellen Massstab ins Dorf.

Die Präsenz des französischen Unternehmens war jedoch nur von kurzer Dauer. Der Pioniergeist und die industrielle Nutzung hingegen blieben. Nach mehreren Besitzerwechseln erwarben 1951 Albin Breitenmoser und Josef Fässler die Anlage. Mit der Alba Albin Breitenmoser AG und der Weba Weberei Appenzell AG entwickelten sie ein florierendes Textilunternehmen, das bestickte Taschentücher und später auch modische Textilien produzierte. Das Familienunternehmen Alba blieb über Jahrzehnte prägend für die Appenzeller Wirtschaft – und ist bis heute Eigentümerin des Areals.

Wachstum, Wiederaufbau und neue Wege

Ein Grossbrand zerstörte die Fabrik 1958 weitgehend. Doch Alba baute sie wieder auf – grösser als je zuvor. In den 1960er Jahren arbeiteten rund 400 Personen im Schichtbetrieb an 112 Webmaschinen. Die letzte grosse Investition erfolgte 1999 mit dem Bau eines neuen Webereigebäudes samt Glasfassade und Tonnendach. Dort wurden bis zur Covid-Pandemie edle Stoffe hergestellt und weltweit exportiert. Danach wurde die Textilproduktion eingestellt und der Fokus auf die Immobilienentwicklung gelegt.

«Der industrielle Wandel ist eine Realität – und wir haben ihn als Chance genutzt, um neue Perspektiven für das Areal zu entwickeln», sagt Benjamin J. Fuchs, Präsident und Delegierter des Verwaltungsrates der Alba Immobilien AG.

Mit Unterstützung der Area Assets AG entwickelte die Alba ab 2021 eine neue Strategie für das Areal. Neben der Vermarktung gewerblicher Mietflächen standen bauliche Optimierungen und die laufende Quartierplanrevision im Vordergrund.

«Hier sollen weiterhin Unternehmen eine Heimat finden, die regional verankert, aber global ausgerichtet sind.»

Neue Mieter und nachhaltige Investitionen

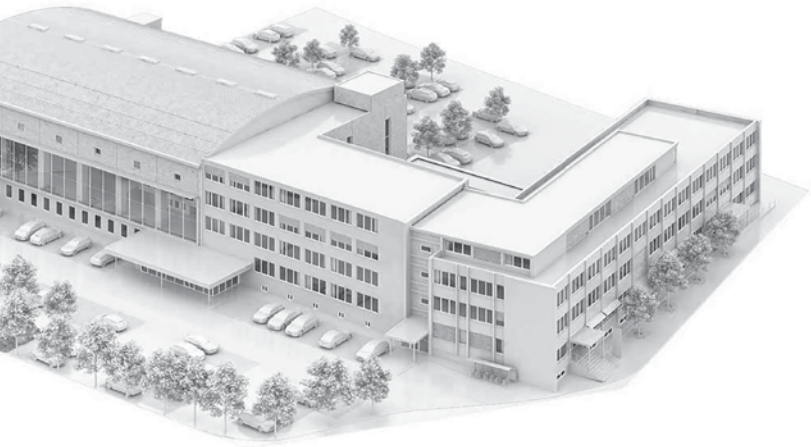
Ein Paradebeispiel für die Neunutzung ist die Prodartis AG, ein führendes Unternehmen im Bereich 3D-Druck und additiver Fertigung. Sie nutzt die ehemalige Webhalle als hochmoderne Produktionsstätte und bedient von Appenzell aus internationale Kundschaft.

Auch andere Unternehmen mit textilen Wurzeln prägen das Areal weiterhin. Die Unternehmerfamilie Goldener betreibt neben dem renommierten Modehaus «Ziel» die Marken Scopus (junge Mode), bekleidung.ch (Corporate Fashion) sowie die Subsidia AG, ein IT-Unternehmen für digitale Verkaufs- und Logistiklösungen im Modebereich. Die Lutz Sport-Mode AG, ein Spezialist für Golfausrüstung, beliefert von Appenzell aus die gesamte Schweiz. Die Weba ist ebenfalls vor Ort geblieben und entwickelt weiterhin hochwertige Textilien für internationale Luxusmarken.

«Wir wollten nie einfach nur Räume vermieten – wir suchen gezielt Mieter, die zum Geist des Areals passen», so Fuchs. «Innovative Unternehmen mit Bezug zur Region und Weitblick in die Zukunft sind uns besonders wichtig.» Das Ziel-Areal beherbergt ausserdem das Bezirks- und Kantonsgericht – ein Zeichen für seine gute Erschliessung und zentrale Lage.

Der Einzug von Lidl – ein Wendepunkt

Die Nachbarschaft rund um das Ziel-Areal wandelte sich in den vergangenen Jahren stetig. Im Februar 2025 eröffnete Lidl seine 187. Filiale der Schweiz auf dem Areal – und schloss damit eine Marktlücke zwischen Migros und Coop. Der Entscheid fiel auch aufgrund von Lidls Bekenntnis zu regionalen Produkten und attraktiven Arbeitsplätzen in der Region.



«Bei der Auswahl unserer Mieter schauen wir nicht nur auf die Mieteinnahmen, sondern auf den Mehrwert für die Bevölkerung und die regionale Wirtschaft», erklärt Fuchs. «Lidl erfüllt beide Kriterien überzeugend.»

Für den Einzug wurden weitreichende bauliche Anpassungen vorgenommen: Eine nicht mehr nutzbare Webhalle im Süden wurde rückgebaut, wodurch dringend benötigte Parkplätze entstanden. Im Norden wurde ein neuer Haupteingang erstellt, die Erschliessung des Erdgeschosses komplett überarbeitet und die Gebäude teilweise energetisch saniert. Auf den grossen Dächern installierte man Photovoltaikanlagen, die jährlich rund 310´000 Kilowattstunden Strom erzeugen – genug für 120 Personen.
«Nachhaltigkeit ist für uns kein Schlagwort, sondern eine Investition in die Zukunftsfähigkeit des Standorts», betont Fuchs. «Die neuen PV-Anlagen zeigen, wohin die Reise geht.»

Standort mit Perspektive
Das Ziel-Areal punktet heute mit grosszügigen, flexibel teilbaren Büro- und Gewerbeflächen, überdachter Anlieferung mit zwei Entladebuchten, guter Verkehrsanbindung und Aussicht auf den Alpstein. Es ist ein Standort mit Substanz und Perspektive – nicht zuletzt dank nachhaltiger Investitionen.
Parallel dazu arbeitet die Feuerschaugemeinde an einer Revision des Quartierplans aus den 1990er Jahren. Die Planungsbehörde hat das Gebiet zur Planungszone erklärt, um die Entwicklung koordiniert zu steuern. Neben dem Ziel-Areal soll auch das ehemalige Migros-Areal – direkt gegenüber – einer teilweisen Wohnnutzung zugeführt werden. Das Gebiet rund um den nördlichen Dorfeingang befindet sich im Wandel – mit Potenzial für eine neue städtebauliche Identität.

Unternehmerische Vision mit Appenzeller Wurzeln
Das Ziel-Areal ist seit 150 Jahren eng mit dem Appenzeller Unternehmertum verbunden. Für die Eigentümerin Alba ist die Weiterentwicklung des Areals mehr als nur Immobilienbewirtschaftung – sie ist Ausdruck einer langfristigen Vision. «Wir glauben an Appenzell – als attraktiven Wohn- und Arbeitsort und als unternehmerisches Kraftzentrum mit Tradition und Zukunft», sagt Fuchs.

Hier sollen weiterhin Unternehmen eine Heimat finden, die regional verankert, aber global ausgerichtet sind. Appenzell bietet dafür beste Voraussetzungen: eine wirtschaftsfreundliche Steuerpolitik, eine hohe Lebensqualität – und mit dem Ziel-Areal einen Standort, der Geschichte und Zukunft verbindet.

Text: Stephan Ziegler
Bilder: Marlies Beeler-Thurnheer, zVg

Benjamin J. Fuchs:
Geschichte und Zukunft vereint.

CONTINUUM zum Thema: Familienstrategie & -verfassung:

Kontinuität schafft Sinn und Zusammenhang

Es ist nie zu früh, die unternehmerische Nachfolge zu planen. Mit unserer langjährigen Erfahrung unterstützen wir Sie in der Erarbeitung einer Familienverfassung, welche Antworten gibt auf eine ganzheitliche Nachfolgelösung:

www.continuum.ch

CONTINUUM AG. St. Gallen | Zürich | Staufen b. Lenzburg | Karlsruhe DE
Unternehmensentwicklung | Nachfolgeprozess | Finanzierung | Mediation

CONTINUUM
Zukunft sichern.

OSTSCHWEIZ DRUCK

Druck ist unsere Passion

ostschweizdruck.ch

«SeiLo» feiert zehnjähriges Bestehen

Ein Jahrzehnt voller Wachstum, Innovation und Teamgeist: Die Seiler Logistics AG aus St.Gallen blickt auf eine erfolgreiche Entwicklung zurück und feiert 2025 mit Kunden und Mitarbeitenden.

Als unabhängiges, inhabergeführtes Schweizer Speditionsunternehmen bietet SeiLo seit 2015 umfassende Transportlösungen aus einer Hand. Luft-, See- und Landfracht sowie Verzollungen werden kundenorientiert, flexibel und effizient abgewickelt.

Kontinuierliches Wachstum

Gegründet wurde das Unternehmen von CEO Philipp Seiler mit der klaren Vision, Speditionsdienstleistungen zentral, persönlich und lösungsorientiert anzubieten. Seit der Gründung verzeichnet SeiLo ein kontinuierliches Wachstum. Bereits 2019 erfolgte mit der Einrichtung einer eigenen Zollabteilung ein wichtiger Schritt zur Effizienzsteigerung und Differenzierung im Markt.

Eine grosse Herausforderung stellte die Pandemie im Jahr 2020 dar. Dank Agilität, Digitalisierung und vorausschauendem Handeln gelang es dem Unternehmen nicht nur, Stabilität zu wahren, sondern diese weiter zu festigen. Die Widerstandskraft in schwierigen Zeiten trug massgeblich zum weiteren Ausbau der Unternehmensposition bei.

Ein bedeutender Meilenstein folgte 2024 mit dem Umzug in grössere Büroräumlichkeiten. Das ursprüngliche Ziel, nach zehn Jahren zehn Mitarbeitende zu beschäftigen, wurde dabei klar übertroffen: Heute zählt SeiLo 18 engagierte und motivierte Fachkräfte. Besonders grossen Wert legt das Unternehmen auf eine gelebte Unternehmenskultur. Gemeinsame Pausen, regelmässige Mittagessen und Teamevents stärken das Miteinander und fördern den internen Zusammenhalt.

Konsequente Digitalisierung

Ein zentraler Erfolgsfaktor ist die konsequente Digitalisierung: Investitionen in moderne IT-Systeme, automatisierte Prozesse und digitale Schnittstellen tragen zur Effizienzsteigerung und zum hohen Servicegrad bei.

Auch in Zukunft bleibt SeiLo seiner Philosophie treu: Bestehendes hinterfragen, Neues wagen und nachhaltig wachsen – stets im Dienst der Kunden und mit einem klaren Fokus auf Qualität.

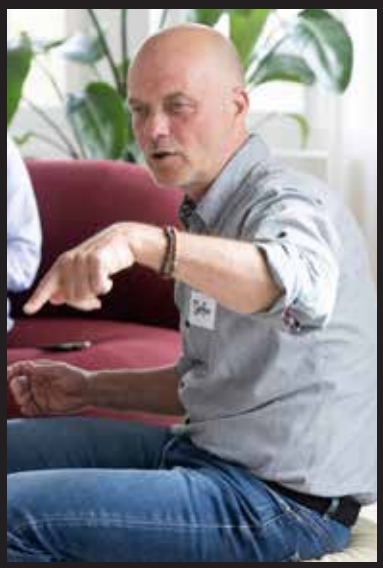
Das zehnjährige Firmenjubiläum wird 2025 gemeinsam mit Kunden und Mitarbeitenden gefeiert – als Ausdruck für das gemeinsam Erreichte und als Auftakt für die nächsten erfolgreichen Kapitel in der Geschichte der Seiler Logistics AG.

Weitere Informationen: www.seilo.ch

Barcamp St.Gallen

Am 22. April fand das dritte «Barcamp St.Gallen» unter dem Motto «Unternehmen, Organisationen und Personen in einer VUCA-Welt» statt. Fotografiert im Collektiv am St.Galler Marktplatz für den LEADER hat Marlies Beeler-Thurnheer.

Zur Bildergalerie



KGV-Delegierten-versammlung

Am 7. Mai fand die 136. Delegiertenversammlung des Kantonalen Gewerbeverbandes St.Gallen statt, die über 140 Delegierte sowie Gäste aus Politik und Wirtschaft anzog. Fotografiert im Schulhaus Bündt in Waldkirch für den LEADER hat Marlies Beeler-Thurnheer.

Zur Bildergalerie

Mitgliederversammlung <IT>rockt!

Als krönender Abschluss seines Geschäftsjahres fand am 14. Mai die 12. Mitgliederversammlung des Ostschweizer ICT-Verbands <IT>rockt! mit über 70 Gäste aus Wirtschaft, Bildung, Politik und Verwaltung statt. Fotografiert für den LEADER im Würth-Haus Rorschach hat Gian Kaufmann.

Zur Bildergalerie

Generalversammlung IHK Thurgau

Am 24. April fand die Generalversammlung 2025 der IHK Thurgau statt. Gastredner Walter Thurnherr, ehemaliger Stabschef des Bundesrats, ordnete die Aussen- und Wirtschaftspolitik der Schweiz im Rahmen der geopolitischen Entwicklungen ein. Fotografiert für den LEADER im Presswerk Arbon hat Gian Kaufmann.

Zur Bildergalerie

LEADER
AWARD
digital
DAS OSTSCHWEIZER WIRTSCHAFTSPORTAL

Digitale Business-Modelle im Schaufenster

Die Ostschweiz hat sich als Region mit hoher Affinität zum digitalen Business etabliert. Viele Unternehmen und Start-ups überzeugen mit innovativen Lösungen. Am 8. Mai wurden im Einstein Congress in St.Gallen beim LEADER Digital Award 2025 bereits zum vierten Mal herausragende Digitalprojekte ausgezeichnet – Leuchtturmprojekte mit Ausstrahlung weit über die Region hinaus.

Die Auszeichnung verleiht diesen Projekten nicht nur eine Bühne und mediale Sichtbarkeit, sondern trägt auch dazu bei, die Region zwischen Bodensee und Alpstein als fruchtbaren Boden für Informations- und Kommunikationstechnologie schweizweit und darüber hinaus bekannt zu machen.

Digitale Exzellenz im Fokus

Das Ziel der Initianten aus dem Umfeld des Ostschweizer Wirtschaftsmagazins LEADER bleibt klar: Digitale Exzellenz sichtbar machen und regelmässig auszeichnen. Vom Start-up über etablierte Unternehmen bis hin zur öffentlichen Hand können sich alle Bewerber mit den Besten messen, Aufmerksamkeit generieren und an der festlichen Galanacht mit Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Politik netzwerken.

Ein starkes Medienecho und zahlreiche Impulse für die Weiterentwicklung der Projekte helfen den Teilnehmenden, ihr Profil zu schärfen, ihre Bekanntheit zu steigern und ihre Marktposition auszubauen.

>

Jury-Koordinator Philipp Landmark im Gespräch mit Moderatorin Daniela Lager.

Award-Sponsor Mirko Galasso, Geschäftsführer und Gesamtschulleiter der BVS St.Gallen.

>

Mehr als ein Preis

Die Digitalisierung bietet der Ostschweiz weiterhin die grosse Chance, als attraktiver Unternehmensstandort wahrgenommen zu werden. Die Dichte an Firmen mit digitalen Geschäftsmodellen ist beachtlich – nun geht es darum, das Bewusstsein weiter zu schärfen: für die Potenziale der Region, für Ansiedlungen neuer ICT-Unternehmen, für Start-up-Gründungen und für die Rekrutierung von Fachkräften.

Der LEADER Digital Award richtet sich deshalb bewusst sowohl an etablierte Unternehmen als auch an innovative Neulinge mit starken Ideen. Die Gliederung in drei Kategorien sorgt dafür, dass die unterschiedlichen Ansätze sinnvoll eingeordnet und drei herausragende Projekte aus verschiedenen Bereichen gekürt werden können. Die feierliche Galanacht bietet den idealen Rahmen für die Preisverleihung und fürs Netzwerken.

Vielfalt als Stärke

Die 31 eingereichten Projekte zeigen eindrücklich: Die Ostschweizer Digitalszene ist vielfältig und kreativ. Die Jury hatte eine anspruchsvolle Aufgabe – neun Projekte wurden schliesslich fürs Finale nominiert.

Allein ein Blick auf die Finalisten zeigt die Vielfalt digitaler Ansätze: Manche Projekte setzen auf hochspezialisierte Technologien wie Low-Code-Plattformen oder KI-gestützte Assistenzsysteme. Andere schlagen Brücken zwischen analoger Welt und digitalem Fortschritt – etwa durch smarte Erste-Hilfe-Koffer oder intelligente Funklösungen. Wieder andere schaffen durch datengetriebene Tools echten Mehrwert für die Gesellschaft, sei es in der Pflege, der Abfalllogistik oder der direkten Demokratie.

Jacqueline Gasser-Beck.

Michael Rey (li) und iDIP-CEO Lukas Naef.

Nicolas Härtsch, VR-Präsident Flawa IQ AG (l.) und Patrick Bürkle, CEO Flawa IQ AG.

Allen Finalisten gemeinsam ist der Pioniergeist: Sie erschliessen neue Anwendungsfelder, denken Geschäftsmodelle mutig weiter – und haben das Potenzial, national wie international zu überzeugen.
Auch nach der vierten Ausgabe sind sich die Macher des LEADER Digital Awards deshalb sicher: Die Ostschweiz wird weiterhin Jahr für Jahr neue digitale Leuchttürme hervorbringen. Und vielleicht sorgt dieser Award sogar in dem einen oder anderen Fall dafür, dass eine vielversprechende Idee endlich geweckt wird.

Die Kategorien

Bewerbungen waren in folgenden drei Kategorien möglich:

Business: Digitalisierungsprojekte von KMU aller Branchen und aus der Industrie zur Steigerung des digitalen Reifegrads.
Start-ups Neue, digitale Geschäftsmodelle (nicht älter als drei Jahre).
Organisationen: Projekte von NPOs und öffentlichen Verwaltungen zur digitalen Transformation.

Publikumspreis: Am Event kürt das Publikum via Live-Voting seinen Favoriten.

Alle eingereichten Projekte

Business

Finalisten

kybun | Joya Swiss Health Shoes, iDIP, NÄGELE-CAPAUL COMMUNICATIONS

Vorselektiert

DACHCOM ★, RAUM PIONIERE

Weitere

meonet, IFJ STARTUP SUPPORT, steag

Start-ups

Finalisten

flawa iQ professional first aid, oase health solutions, studyond

Vorselektiert

LAGRAND, Hacky., OPENLY

Weitere

Avictis., catnclever, ConcentrAid, eminiarts, handwerker.ch, JOIN THE RACE, QuantaIQ, The SolarWise

Organisationen

Finalisten

abraxas, KVA VERBAND KVA THURGAU, TBW

Vorselektiert

Kantonsschule Romanshorn, abraxas

Weitere

DACHCOM ★, LUNGENLIGA, TIDIT Thurgauer Institut für digitale Transformation

A-M

Weitere Infos sowie Bilder und Videos des Events finden Sie hier:

CRONBERG

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

Künstliche Intelligenz unterstützt den stabilen Vermögensaufbau

Erfahren Sie mehr über uns und die KI!

Alessandro Sgro, CIO

«In einer unsicheren Zeit sind eine robuste Strategie und ein verlässlicher Begleiter zentral.»

Ihre Zukunft
Ihr Projekt
Ihr Raum

SWITZERLAND INNOVATION PARK OST

Hier finden Sie:

- Büroräume & Labore
- Co-Working Plätze
- Event- & Sitzungsräume

Mehr dazu:

<IT>rockt!

CONTENTHOUSE

HUTTER CONSULT
A MYTY AGENCY

Goldsponsoren

CRONBERG
Asset Management Treuhand Family Office

Silbersponsor

SWITZERLAND INNOVATION PARK OST

Startup-Sponsor

BVS StGallen

Awardsponsor

Kanton St.Gallen
Amt für Wirtschaft
und Arbeit

Thurgau

abraxas

Agentur Koch

STACKWORKS

OST
Ostschweizer Fachhochschule

SWITZERLAND INNOVATION PARK OST

Robonnement

Partner

wpo
WirtschaftsPortalOst

gewerbe st.gallen

GEWERBE THURGAU

smarter thurgau

Wirtschaft Region St.Gallen

START
NetzwerkThurgau

IHK Industrie- und Handelskammer Thurgau

Netzwerkpartner

st.gallen

EINSTEIN
ST. GALLEN

Hostpartner

Martel.
Wein geniessen.

Dienstleistungspartner

IDIP holt den Sieg in der Kategorie «Business»

Die digitale Transformation in der produzierenden Industrie ist oft komplex, teuer und ressourcenintensiv. Dass es auch anders geht, zeigt die IDIP Solution AG aus Sirnach – mit einer Lösung, die genau dort ansetzt, wo viele KMU stehen: beim Wunsch nach Vereinfachung, Effizienz und Eigenständigkeit.

Mit ihrer Low-Code-Plattform «iDIP» hat das Unternehmen beim LEADER Digital Award 2025 den Kategoriensieg in der Kategorie «Business» geholt – ein Erfolg, der die hohe Relevanz des Projekts für den industriellen Mittelstand unterstreicht.
Die Plattform wurde gezielt für die Bedürfnisse der Industrie entwickelt: Sie ermöglicht papierlose Abläufe, maschinennahe Anwendungen und digitale Prozesse, ohne dass Programmierkenntnisse erforderlich sind. Statt langer IT-Projekte gibt es flexible Module, die sich direkt in den Arbeitsalltag integrieren lassen. Prozesse lassen sich selbstständig abbilden, anpassen und weiterentwickeln – ein entscheidender Vorteil für Unternehmen, die schnell reagieren müssen, aber nicht auf externe Softwareentwicklung setzen wollen.
Namhafte Firmen wie Axpo, Mövenpick oder V-ZUG nutzen die Lösung bereits erfolgreich. Sie digitalisieren mit iDIP ganze Prozessketten, optimieren ihre Datenflüsse und entlasten ihre Mitarbeitenden spürbar. Besonders geschätzt wird die Skalierbarkeit: Vom einfachen Formular bis zur komplexen Produktionssteuerung lässt sich alles stufenweise aufbauen – immer abgestimmt auf die Realität in Werkhallen und Produktionsbüros.
«iDIP» steht für eine neue Form der Digitalisierung: verständlich, robust und in der Praxis gewachsen. Der Ansatz überzeugt durch technische Klarheit, einfache Bedienung und eine starke Orientierung am Alltag industrieller Betriebe. Genau diese Qualitäten haben IDIP den verdienten Platz auf dem Siegertreppchen verschafft.

Bild oben:
Das Team Kybun Joya um CEO Claudio Minder (re).

Bild rechts:
Das Team der Nägele-Capaul AG: (von links) Igor Mamuzic (CIO) und Daniel Kara (CEO).

Das Siegerteam der iDIP Solution AG: v.l.: David Spoerle, Benjamin Vanzella, Lukas Naef, Lucas Roth, Michael Rey.

ERP neu gedacht und IoT aus eigener Hand

Ebenfalls nominiert in der Kategorie waren Kybun Joya (Roggwil) und die Nägele-Capaul AG (Mörschwil).

Nach dem Zusammenschluss der beiden Schweizer Schuhmarken entwickelte Kybun Joya nicht einfach eine digitale Lösung von der Stange – sondern entschied sich bewusst für eine vollständige Eigenentwicklung. Das intern programmierte ERP-System bildet sämtliche Geschäftsprozesse ab: von der Produktion über die Logistik bis hin zum Omni-Channel-Vertrieb. Die modular aufgebaute Plattform ist so konzipiert, dass sie skalierbar bleibt und bereits für die Integration weiterer Marken vorbereitet ist. Das Unternehmen setzte damit auf digitale Eigenleistung – mit dem Ziel, zentrale Prozesse vollständig selbst zu steuern und flexibel auf neue Anforderungen reagieren zu können.

Die Nägele-Capaul AG wiederum kombinierte im Projekt NC IoT ihr langjähriges Funktechnik-Know-how mit aktueller IoT-Technologie. Entstanden ist eine skalierbare Plattform zur Echtzeiterfassung und -auswertung von Sensordaten – etwa zur Überwachung von Gebäuden, Infrastrukturen oder Umweltwerten. Das System basiert auf der stromsparenden LoRaWAN-Technologie und deckt die komplette Lösungskette ab: von der Sensorik über die Datenübertragung bis zur Visualisierung. Als Systemintegrator liefert Nägele-Capaul sämtliche Komponenten aus einer Hand und hat damit ein tragfähiges digitales Geschäftsmodell geschaffen, das technologische Kompetenz und Marktbedürfnisse wirkungsvoll verbindet.

Das Studyond-Team: (von links) Daniel Nydegger, Marc Nydegger, Alexandra Allgaier, Micha Brugger.

Studyond bringt Wirtschaft, Forschung und Talente zusammen

Mit Studyond hat ein St.Galler Start-up gewonnen, das nicht nur den Fachkräftemangel adressiert, sondern auch die Verbindung zwischen Wirtschaft und Hochschulen neu denkt.

Die KI-gestützte Matching-Plattform bringt Unternehmen, Studenten und Forschungsinstitutionen gezielt zusammen – über konkrete, praxisrelevante Projekte. Firmen stellen echte Herausforderungen ein, Studenten wählen passende Themen für ihre Abschlussarbeiten, und Hochschulen profitieren von starken Partnerschaften mit der Wirtschaft.
Studyond ist besonders für KMU interessant, die bislang kaum Zugang zu renommierten Hochschulen wie der HSG oder ETH hatten. Die Plattform baut diese Brücke und verschafft Talenten frühzeitig Einblick in potenzielle Arbeitgeber. Unternehmen wiederum erhalten frische Impulse aus der Forschung – ohne langwierige Ausschreibungsverfahren oder hohe Kosten. Diese neue Form der Zusammenarbeit beschleunigt nicht nur Innovationsprozesse, sondern fördert auch den Dialog zwischen Generationen, Disziplinen und Regionen.
Die Matching-Plattform trifft damit einen Nerv der Zeit: Sie bringt akademisches Wissen schneller in die Praxis, fördert nachhaltige Kooperationen und macht den Innovationsstandort Schweiz für junge Talente greifbarer. Gleichzeitig schafft sie Sichtbarkeit für Themen, die sonst kaum Beachtung finden – und unterstützt so auch kleinere Unternehmen in ihrem digitalen Wandel.

Smarte Helfer für Pflege und Sicherheit

Auch die Unternehmen Flawa iQ (Flawil) und Oase Health Solution (St.Gallen, Romanshorn, Dübendorf) waren in der Kategorie Start-ups nominiert.

Mit Flawa iQ hat ein traditionsreicher Betrieb ein Alltagsprodukt vollständig neu gedacht: den Erste-Hilfe-Koffer. Ausgestattet mit RFID-Technologie, Sensorik und IoT-Anbindung lässt sich in Echtzeit überwachen, ob Material fehlt, abgelaufen ist oder nicht mehr am vorgesehenen Ort ist. Ergänzt wird das System durch einen Notfallknopf, der Ersthelfer alarmiert und die Reaktionszeit verkürzt. Bereits über 1600 dieser smarten Koffer sind im Einsatz – eine praxisorientierte Lösung mit grossem Potenzial für Unternehmen, öffentliche Einrichtungen und internationale Märkte.

Oase Health Solution setzt auf digitale Innovation im Pflegealltag – mit «cAirBot», einer KI-basierten Plattform zur Entlastung des Personals. Die Software automatisiert Dokumentation und Organisation, sodass mehr Zeit für die Betreuung bleibt. Entwickelt im Rahmen eines Innosuisse-Projekts, basiert cAirBot auf der Zusammenarbeit eines starken Konsortiums: FH OST, UZH, Curaviva Thurgau, Swisscom und Oase bündeln ihre Expertise aus Pflege, Medizininformatik und IT. Das Resultat ist eine Lösung, die Effizienz und Menschlichkeit vereint.

Mit digitaler Logistik zur smarten Entsorgung

Die KVA Thurgau in Weinfelden hat mit ihrem Projekt «e-Container-Portal» den LEADER Digital Award 2025 in der Kategorie «Organisation» gewonnen – und zeigt damit eindrücklich, wie Digitalisierung in der öffentlichen Infrastruktur einen konkreten Nutzen entfalten kann.

Das Portal plant die Routen von Entsorgungsfahrzeugen dynamisch, basierend auf den effektiven Buchungen der Kunden. Dadurch lassen sich Leerfahrten reduzieren, CO_2 einsparen und die Auslastung optimieren.
Die Lösung ,die in Zusammenarbeit mit der Online Consulting AG aus Wil implementiert wurde, punktet mit einer durchdachten Systemarchitektur, die auf bestehende Prozesse aufsetzt und diese intelligent ergänzt. Gleichzeitig wurde grosser Wert auf Nutzerfreundlichkeit gelegt: Die Oberfläche ist so gestaltet, dass auch technikferne Zielgruppen das System problemlos bedienen können. Das sorgt für eine breite Akzeptanz und macht das Portal für öffentliche Institutionen ebenso interessant wie für private Grosskunden.
Zudem schafft das e-Container-Portal Transparenz: Nutzer erhalten Klarheit über Volumen, Kosten und Abläufe. Perspektivisch soll das System mit Sensorik und Künstlicher Intelligenz weiterentwickelt werden, um noch exaktere Prognosen und automatisierte Routenoptimierungen zu ermöglichen.
Die KVA Thurgau positioniert sich damit als Vorreiterin für smarte Logistiklösungen im öffentlichen Bereich. Sie beweist, dass Digitalisierung nicht Selbstzweck sein muss, sondern konkrete ökologische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Effekte erzielen kann.

Digitale Demokratie und smarte Energieberechnung

Zu den Nominierten in der Kategorie Organisation gehörten auch Abraxas (St.Gallen) und die Technischen Betriebe Wil.

Mit «Abraxas Voting» bietet Abraxas eine sichere, modulare Voting-Lösung. Von der Registrierung bis zur Ergebnisübermittlung deckt das System sämtliche Schritte ab – nachvollziehbar, skalierbar und nach höchsten Sicherheitsstandards. Durch die Offenlegung des Quellcodes sowie ein Bug-Bounty-Programm schafft das Unternehmen Vertrauen und Transparenz. Die Lösung kommt bereits in mehreren Kantonen zum Einsatz und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur digitalen Souveränität der Schweiz.

Die Technischen Betriebe Wil präsentierten mit «Deine Energie» ein digitales Planungstool, das Bürgerinnen und Bürger mit wenigen Klicks über ihr persönliches Potenzial zur Energiewende informiert. Ob Photovoltaik, E-Mobilität oder Fördermöglichkeiten – auf Basis der Adresse erstellt das System eine individuelle Auswertung. Das automatisierte Backend sorgt für schlanke Prozesse, spart Ressourcen und erleichtert die Beratung. Die Lösung ist bereits breit im Einsatz und unterstützt neben Privatpersonen auch Gemeinden und Energieversorger.

Das Siegerteam der KVA Thurgau: Dominik Linder und Markus Schäfli.

Anzeige

Was haben Erdbeeren und innovative Unternehmen gemeinsam? Beide wachsen im Thurgau wie wild.

Jetzt Jobvielfalt im Thurgau entdecken.

karriere-thurgau.ch

Thurgau

KURZE WEGE

FÜR DEINEN ERFOLG

EINER KANTON FÜR ST.GALLEN

Deine Startup-Region St.Gallen

✓ kurze Wege

✓ persönliche Kontakte

✓ starke Netzwerke

von der Ideenentwicklung bis zur Skalierung

Innovation

Innovative Köpfe braucht unser Land. Abraxas gratuliert allen Preisträger:innen des «LEADER Digital Award 2025».

abraxas.ch

Für die digitale Schweiz.
Mit Sicherheit.

abraxas

Euer Moment, euer Erfolg.

Herzliche Gratulation von uns.

agenturkoch.ch

Agentur Koch

Branding
Digital
Motion

Digitale Demokratie mit Sicherheit und Vertrauen

Mit «Abraxas Voting» setzt die Abraxas Informatik AG aus St.Gallen neue Massstäbe für digitale Wahlen und Abstimmungen – und zeigt eindrucksvoll, wie technologische Innovation zur Stärkung demokratischer Prozesse beitragen kann. Beim LEADER Digital Award 2025 wurde diese Leistung auch vom Publikum honoriert: Abraxas gewann den Publikumspreis.

Die modulare Lösung deckt alle Schritte des digitalen Wahlprozesses ab – von der Erfassung im Stimmregister über die sichere Stimmabgabe bis hin zur Übermittlung und Auswertung der Ergebnisse. Dabei steht eines stets im Zentrum: Sicherheit.
Durch die Offenlegung des Quellcodes und ein laufendes Bug-Bounty-Programm schafft Abraxas Transparenz und Vertrauen. Gleichzeitig erfüllt das System höchste Anforderungen an Stabilität, Skalierbarkeit und Datenschutz. Mehrere Kantone setzen «Abraxas Voting» bereits erfolgreich ein – ein klares Zeichen für die Reife und Praxistauglichkeit der Lösung.
Besonders überzeugt das System durch seine konsequente Ausrichtung auf digitale Souveränität. Als kritische Infrastruktur trägt es dazu bei, demokratische Prozesse ins digitale Zeitalter zu überführen – ohne dabei an Verlässlichkeit einzubüssen.
«Abraxas Voting» steht exemplarisch für Schweizer Innovationskraft im Dienste der öffentlichen Hand. Die Lösung beweist, dass Digitalisierung nicht nur effizient, sondern auch vertrauenswürdig und gesellschaftlich relevant sein kann.

«Wir wollen Berührungsängste abbauen»

Die Plattform KI-Kurse.ai bringt unterschiedlichste Menschen mit Künstlicher Intelligenz (KI) in Kontakt – praxisnah, niedrigschwellig und verständlich. Im Interview erzählen die Initator:innen Eva De Salvatore (Geschäftsführerin, <IT>rockt!), Alexander Fürer (Partner, TKF) und Isabel Schorer (Mitinhaberin, PACE Communication), warum genau jetzt der richtige Zeitpunkt für digitale Weiterbildung ist.

Mit ihrer gemeinsamen Initiative setzen sie ein starkes Zeichen für digitale Teilhabe. Die Plattform richtet sich an Menschen mit unterschiedlichen Vorkenntnissen – vom Neugierigen bis zur geübten Fachperson. Ziel ist es, KI-Wissen, Anwendungen und den Umgang damit zugänglich zu machen.

Wie ist die Idee zur Plattform KI-Kurse.ai entstanden und was hat euch motiviert diese gemeinsam zu realisieren?
Eva De Salvatore: Wir haben in unseren Netzwerken festgestellt, dass das Interesse verbunden mit Neugier und einer gewissen Überforderung riesig ist. Daraus entstand die Idee, eine Plattform zu schaffen, die niederschwellig informiert und Lust auf mehr macht.
Alexander Fürer: Uns war wichtig, dass die Inhalte verständlich und praxisnah sind – aber trotzdem fundiert. Die gemeinsame Vision und das Vertrauen untereinander haben den Start unglaublich beschleunigt.
Isabel Schorer: Wir alle beschäftigen uns schon länger mit KI und konnten bereits umfassendes Wissen und Erfahrungen sammeln. Daraus entstand auch unsere Motivation, Menschen in ihrer digitalen Selbstwirksamkeit zu stärken – unabhängig von Vorwissen, Alter oder Branche, denn KI darf kein Eliten-Thema sein.

Eva, du bist mit <IT>rockt! stark in der Vernetzung der Ostschweizer ICT-Branche engagiert. Wie wichtig ist der Zugang zu KI-Wissen für den regionalen Wirtschaftsstandort?
Eva De Salvatore: Enorm wichtig. Gerade KMU müssen jetzt aufholen, wenn sie im Wettbewerb bestehen wollen. Mit der Plattform leisten wir einen Beitrag, dass KI-Wissen nicht nur bei den Grossen bleibt, sondern auch kleinere Betriebe und deren Mitarbeitende profitieren können. Aus diesem Grund ist das Kursangebot so aufgebaut, dass wir direkt auf offene Fragen eingehen und die Inhalte agil anpassen können.

Wie gelingt es euch, die Inhalte so zu vermitteln, dass sie verständlich, motivierend und gleichzeitig seriös sind?
Alexander Fürer: Wir setzen auf gute Didaktik, klare Sprache und aktuelles Wissen. Unsere Kurse sind modular aufgebaut, mit konkreten Anwendungsbeispielen. Alle Inhalte basieren auf fundiertem Wissen aus Weiterbildungen, beruflicher Praxis und eigener Erfahrung. Und: Wir verzichten bewusst auf Buzzwords – das schafft Vertrauen und senkt die Einstiegshürde.

Wie schafft ihr es, auch Zielgruppen zu erreichen, die bisher kaum Berührung mit digitalen Themen hatten?
Isabel Schorer: Wir beginnen dort, wo Menschen im Alltag mit KI in Kontakt kommen – sei es beim Schreiben eines Textes, bei der Bildbearbeitung oder im Kundenkontakt. Unser Ziel ist es, Neugier zu wecken und den Zugang so einfach wie möglich zu gestalten. Viele entdecken dabei, dass der Umgang mit KI nicht kompliziert oder bedrohlich sein muss, sondern sicher und nützlich im Alltag angewendet werden kann.

Wie habt ihr euch als Team organisiert – wer bringt welche Stärken ein, und wie sieht die Zusammenarbeit konkret aus?

Isabel Schorer, Alexander Fürer und Eva De Salvatore.

Eva De Salvatore: Wichtig ist, dass die Kursinhalte gemeinsam und übergreifend entwickelt werden. Je nach Vertiefung des Kurses ist ein anderer federführend und wir ziehen punktuell auch weitere Expert:innen zu, z.B. für rechtliche, Datenschutz- und branchenspezifische Fragen. Bzgl der Plattform organisiert und koordiniert <IT>rockt! mit Fokus auf Vernetzung und Qualität.
Alexander Fürer: TKF bringt die technische Perspektive ein, von der Kurslogik über die neuen KI-Tools bis zum Design der Plattform.
Isabel Schorer: PACE ist für die Kommunikation und die Teilnehmeransprache zuständig sowie alle anderen für die Kursinhalte.

Welche Rückmeldungen habt ihr bisher von Teilnehmenden oder Partnern erhalten – und was hat dich besonders gefreut?
Eva De Salvatore: Besonders schön war das Feedback einer Teilnehmerin, die meinte: «Ich dachte, KI sei nur was für Nerds, aber jetzt finde ich's richtig spannend.» Genau das wollen wir erreichen: Mut machen und das Interesse wecken.

Inwiefern trägt die Plattform zur digitalen Chancengleichheit bei?
Isabel Schorer: Indem wir Hemmschwellen abbauen – sprachlich, inhaltlich und technisch. Wer versteht, was KI ist und wie sie funktioniert, kann informierte Entscheidungen treffen. So fördern wir Teilhabe – im Beruf, in der Bildung und in der Gesellschaft.

Was sind eure nächsten Schritte – und wo seht ihr das grösste Potenzial?
Alexander Fürer: Wir bauen das Angebot laufend weiter aus. Z.B. mit Kursen für spezifische Zielgruppen wie Verwaltung, Politik oder Bildung. Auch interaktive Formate wie Webinare oder hybride Lernformate stehen auf der Agenda. Kurzum, wir wollen immer noch mehr Menschen den Zugang zu KI erleichtern und möglichst passgenau auf ihre Bedürfnisse eingehen.

Weitere Informationen und Kontakt unter ki-kurse.ai oder per E-Mail an hallo@ki-kurse.ai.

Wir **realisieren** deine **Vision**

Willst du mit starken Videoinhalten regelmässig auf deinen Kanälen präsent sein und deine Kund:innen erreichen? Dann wird's Zeit, dass wir uns kennenlernen.

Bist du **bereit los zu legen?**

Benjamin Pipa
benjamin.pipa@contenthouse.ch
+41 58 255 06 06

CONTENTHOUSE

contenthouse.ch

Contenthouse – der verlängerte Arm für starke Videokommunikation

Mit Standorten in St.Gallen und Olten gehört die Contenthouse GmbH zu den etablierten Schweizer Spezialisten im Bereich Video-Content-Produktion. Das Unternehmen vereint langjährige Erfahrung mit Innovationskraft – immer einen Schritt voraus, wenn es um technologische Entwicklungen und neue Kundenbedürfnisse geht.

Bereits während der Pandemie stellte Contenthouse eine Videoproduktionsplattform bereit, mit der Kunden standardisierte Videoinhalte vorlagenbasiert selbstständig erstellen konnten.
Denn Videocontent ist längst nicht mehr nur ein «Nice to have», sondern ein zentrales Element moderner Markenkommunikation. Wer sichtbar bleiben will, muss kontinuierlich Inhalte erstellen, die zielgerichtet sind, kanalgerecht funktionieren und sich mit vertretbarem Aufwand realisieren lassen.

Genau hier setzt der neueste Service von Contenthouse an
Unternehmen, Organisationen und Institutionen werden bei der Umsetzung von professionellen Brandkits und individualisierten Video-Vorlagen für Tools wie Canva, CapCut oder andere gängige Plattformen unterstützt. Ziel ist es, ein professioneller, verlängerter Arm der internen Marketing- oder Videoabteilung zu sein – flexibel, effizient und markengerecht.
Die Spezialisten von Contenthouse entwickeln Branded-Video-Vorlagen, die auf den Plattformen verfügbar gemacht werden. Dank Teamzugriffen können Unternehmen ortsunabhängig Inhalte erstellen – ideal für Social-Media-Plattformen wie LinkedIn, YouTube, Instagram oder TikTok. Dabei gilt: so viel wie möglich inhouse – und immer mit der Option, Contenthouse als Produktionspartner beizuziehen.

Schulungen und Workshops ergänzen das Angebot
Neben diesen skalierbaren Lösungen bietet Contenthouse zudem Schulungen und Workshops an. Mitarbeitende lernen, wie man mit dem Smartphone professionell filmt, Aufnahmen effizient schneidet und Inhalte zielgerichtet auf Social Media oder anderen Kanälen publiziert.

Und sollte es mal etwas mehr sein
Contenthouse deckt als Full-Service-Agentur die gesamte Bandbreite ab – von der Ideenfindung und dem Storytelling, über den Dreh vor Ort, bis hin zur Postproduktion inklusive Schnitt, Motion Design, Animation und Vertonung.

Contenthouse GmbH
Lerchenfeldstrasse 3, 9014 St.Gallen
Hauptgasse 33, 4600 Olten

Kontakt
Benjamin Pipa
info@contenthouse.ch
+41 58 255 06 06
contenthouse.ch

Sankt
Digital

meine-stadt.sg

STACKWORKS
your cloud, simplified.

Digital effizienter
zusammenarbeiten

stackworks.ch

Martel
Bordeaux-
Degustation
Jahrgang 2022

Save the Date:
26. August 2025
Martel im Neudorf,
St.Gallen

Martel.
Wein geniessen.

Anmeldung und weitere Infos unter:
martel.ch/events-bordeauxdegu

Effiziente Lead-generierung im Recruiting

Der Kampf um qualifizierte Fachkräfte ist härter denn je. Unternehmen stehen vor der Herausforderungen, qualifizierte Talente zu finden und diese auch langfristig zu binden. Klassische Stellen- anzeigen allein reichen dabei längst nicht mehr aus.

Neue Wege im Recruiting

Heutzutage ist rund ein Drittel aller potenziellen Kandidat:innen aktiv auf Jobsuche. Das heisst aber nicht, dass die anderen beiden Drittel nicht offen für attraktive Angebote sind. Genau hier setzt die innovative Recruiting-Strategie der Hutter Consult AG an: Über präzise datengetriebene Digital-Kampagnen werden nicht nur aktiv Suchende erreicht, sondern auch jene, die bislang gar nicht über einen Jobwechsel nachgedacht haben.
Die Leadgenerierung passiert nicht einfach. Sie wird strategisch orchestriert: Gezielte Anzeigen, psychologisch optimierte Botschaften und eine nahtlose Bewerbungsführung sorgen für eine überzeugende Candidate Experience. Während die Kampagnen für hohe Reichweite und Relevanz sorgen, stellt das Zusammenspiel von automatisierter Leadverarbeitung und persönlicher Nachbetreuung sicher, dass kein Talent verloren geht.

Mehr Bewerber:innen, weniger Streuverluste

Dass dieser Ansatz funktioniert, zeigt das Erfolgsbeispiel der Medbase Gruppe: Mit einem Mediabudget von nur 2870 Franken konnten 256 qualifizierte Leads generiert werden, aus denen sich 20 Ärztinnen und Ärzte aus Deutschland und Österreich für das Unternehmen begeistern liessen. Dabei war nicht nur die Quantität entscheidend – sondern auch die Qualität. Durch smarte Automatisierung und persönliche Ansprache wurden gezielt die passenden Talente angesprochen.
Thomas Besmer, Managing Partner bei der Hutter Consult AG, fasst zusammen: «Unsere Performance-Marketing-Strategie in Kombination mit der nötigen Automatisierung hat nicht nur für hochqualifizierte Leads gesorgt, sondern auch die Effizienz und Personalisierung im Prozess maximiert.»

Leadgenerierung als strategische Erfolgssäule

Das Besondere an dieser Methode? Sie geht über klassische Performance-Kampagnen hinaus. Leadgenerierung im Recruiting ist kein Zufallsprodukt, sondern ein durchdachter Prozess, der sich in fünf zentralen Schritten entfaltet:

- Anziehung: Durch massgeschneiderte Social-Media-Kampagnen werden relevante Kandidat:innen gezielt angesprochen.
- Aktivierung: Statt klassischer Stellenanzeigen führt ein optimierter Funnel dazu, dass sich Talente aktiv für das Unternehmen interessieren.
- Erfassung: Die automatisierte Vorqualifizierung über Schnittstellen sorgt für eine schnelle und effiziente Weiterleitung an das HR-Team.
- Conversion: Durch eine perfekte Mischung aus Automatisierung und individueller Betreuung werden Bewerber:innen motiviert, den nächsten Schritt zu gehen.
- Integration: Die Leads fliessen direkt in die Recruiting-Prozesse und ermöglichen einen nahtlosen Übergang in den Bewerbungsprozess.

Die Kombination aus Automatisierung, präziser Zielgruppenansprache und strategischer Nachverfolgung macht diese Methode nicht nur effizienter als herkömmliche Recruiting-Ansätze, sondern auch nachhaltiger. Denn einmal implementiert, lassen sich Kampagnen mit geringem Aufwand skalieren und an veränderte Marktbedingungen anpassen.

Recruiting neu gedacht – jetzt handeln

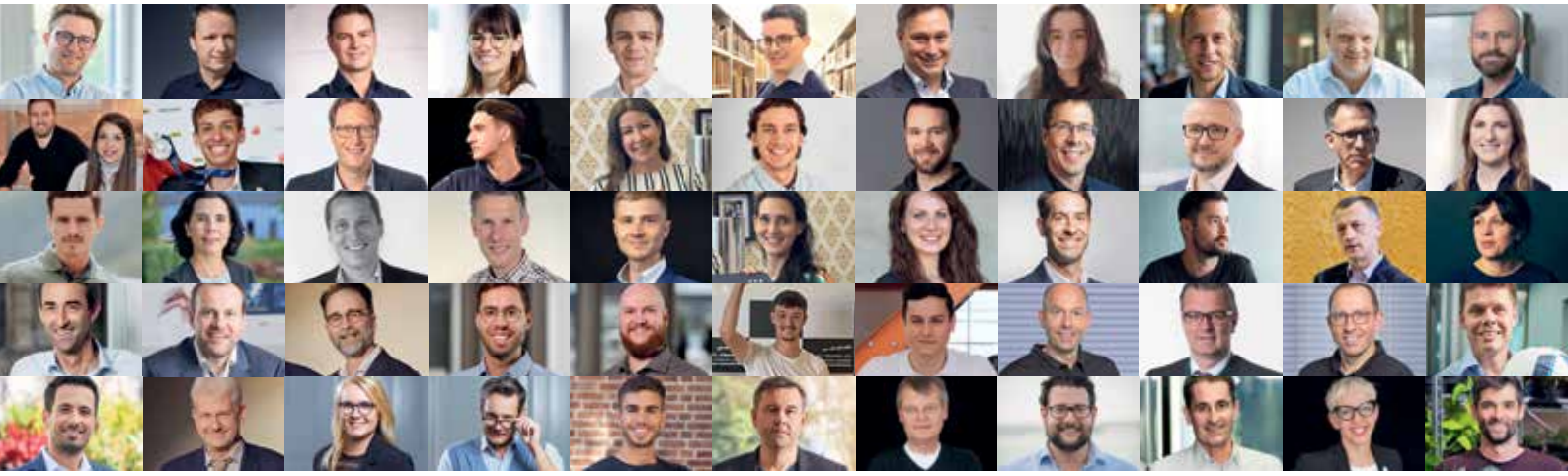
Gleich zwei renommierte Preise – der HR Excellence Award und der Trendence Award – bestätigten Ende des letzten Jahres den Erfolg dieses datengetriebenen Ansatzes. Mit der richtigen Strategie lassen sich Talente gezielt ansprechen und für ein Unternehmen begeistern. Die Kombination aus datengetriebenem Social Media Recruiting und automatisierten Leadprozessen bietet eine leistungsstarke Lösung, um den Fachkräftemangel aktiv anzugehen. Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, die eigene Recruiting-Strategie zu optimieren.

www.hutter-consult.com

Was für eine Karriere!

Mit deiner Weiterbildung an der BVS St. Gallen – deiner Höheren Fachschule für Wirtschaft.

BVS St Gallen



Wer wird Digital Shaper Ostschweiz 2025?

Die dritte Ausgabe der Wahl zum «Digital Shaper Ostschweiz 2025» läuft seit Anfang April. Der Digitalhub east#digital sucht erneut Persönlichkeiten und Teams, die mit innovativen Projekten die digitale Zukunft der Ostschweiz gestalten.

Diese Auszeichnung ehrt Menschen, die mit Kreativität, Mut und Engagement neue Impulse in der digitalen Transformation setzen. Zu den bisherigen Preisträgern gehören Roger Spirig, der St.Galler Social-Media-Polizist, der 2023 für seine innovative digitale Polizeiarbeit ausgezeichnet wurde, sowie Christian Brenner, CEO der Philoro Schweiz AG, der 2024 mit seinem «Crypto-Vreneli» Blockchain-Technologie und Gold verband.

Ablauf der Wahl

Für die aktuelle Wahl hat die Redaktion von east#digital 55 Ostschweizer Persönlichkeiten und Teams nominiert, die sich 2024 durch digitale Innovationen oder besondere Leistungen im Bereich Digitalisierung hervorgetan haben. Die erste Abstimmungsrunde läuft bis Ende Juni. In dieser Phase kann jede Person drei Stimmen vergeben. Die zehn Kandidaten mit den meisten Stimmen gelangen auf die Shortlist. In der zweiten Runde, die bis Ende August dauert, wird aus diesen Finalisten der «Digital Shaper Ostschweiz 2025» gewählt.

Feierliche Preisverleihung

Die Preisverleihung findet am 26. September 2025 im Rahmen der 3. Digital Conference Ostschweiz im Einstein Congress in St.Gallen statt. Mit der Teilnahme an der Abstimmung wird ein Beitrag dazu geleistet, diejenigen zu würdigen, die die digitale Zukunft der Ostschweiz aktiv mitgestalten.

Christian Brenner

Roger Spirig

Hier geht's zur Abstimmung

www.eastdigital.ch/digital-shapers.html

Realitätsverweigerung

Die Jungsozialisten haben ein neues Feindbild: erfolgreiche Unternehmerfamilien. Und ein neues Lieblingsinstrument: die Erbschaftssteuer. Ihre Initiative fordert, was linke Träumereien schon immer gefordert haben – noch mehr Umverteilung. Konkret soll jede Erbschaft über 50 Millionen Franken mit 50 Prozent besteuert werden.

Und wie rechtfertigt man dieses konfiskatorische Manöver? Mit dem Mantra: «Leistung soll sich lohnen.» Nur: Nicht die eigene, sondern die des Staates. Besonders laut ruft das derzeit Juso-Präsidentin Mirjam Hostetmann, die kürzlich Peter Spuhler und die seinigen als «steuerkriminellen Familienclan» bezeichnete. Dass ausgerechnet eine junge Frau, die noch nie einen Franken erarbeitet oder einen Arbeitsplatz geschaffen hat, so über einen Unternehmer spricht, der tausende davon ermöglicht hat, zeigt, wes Geistes Kind die Juso-Mischpoke ist.

Die Initiative ist nicht nur unliberal, sie ist auch ökonomischer Unsinn. Denn sie bestraft das, was die Schweiz stark gemacht hat: Verantwortung, unternehmerisches Denken, langfristige Vermögensplanung. Die Juso will Kapital umverteilen, das vorher – man muss es immer wieder betonen – bereits mehrfach versteuert wurde. Einkommen, Unternehmensgewinne, Kapitalerträge, Grundstückgewinne: Von allem hat sich der Staat bereits ein gutes Stück geholt, bevor es überhaupt vererbt werden konnte. Wer nun meint, vom Rest müsse beim Tod nochmals die Hälfte abgeführt werden, hat das Prinzip von Eigentum nicht verstanden – oder lehnt es ganz grundsätzlich ab.

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

Konrad Adenauer (1876–1967), erster Bundeskanzler der Bundesrepublik Deutschland

Noch verstörender wird die Chose aber, wenn man sich vergegenwärtigt, wofür dieser neue Milliardenregen verwendet werden soll. Für einen «Klima- und Generationenfonds». Was das konkret heisst, bleibt offen – wahrscheinlich neue Förderprogramme für E-Bikes, feministische Verkehrsplanung oder 38 neue Studien zur sozialgerechten Energiewende. Hauptsache, das Geld kommt nicht dort an, wo es erwirtschaftet wurde. Die Juso-Initiative ist kein Beitrag zu einer gerechteren Schweiz. Sie ist ein ideologisch motivierter Angriff auf alle, die Verantwortung übernehmen. Oder anders gesagt: Sie ist ein Meisterwerk in Sachen Realitätsverweigerung.

Stephan Ziegler, LEADER-Chefredaktor

LEADER
04/2025

Magazin LEADER
MetroComm AGw
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, Beni Würth, Patrick Stämpfli, Stephan Ziegler, Nicolas Buob, Michael Götte, Robert Nef, Sven Bradke, Michael Breu, Regula Marti, Martin Bucher, Michael Städeli, Max Lang

Fotografie: Marlies Beeler-Thurnheer, Gian Kaufmann, Rebekka Grossglauser, Daniel Ammann, Simeon Waelti, iStock, Pixabay, 123RF, zVg

Gestaltung: Robert Di Falco
rdifalco@metrocomm.ch

Herausgeberin, Redaktion und Verlag: MetroComm AG
Bahnhofstrasse 8
CH-9000 St.Gallen
Tel. 071 272 80 50
Fax 071 272 80 51
www.leaderdigital.ch
www.metrocomm.ch
leader@metrocomm.ch

Geschäftsleitung: Natal Schnetzer
nschnetzer@metrocomm.ch

Verlags- und Anzeigenleitung: Oliver Iten
oiten@metrocomm.ch

Marketingservice, Aboverwaltung: Fabienne Schnetzer
info@metrocomm.ch

Abopreis: CHF 61.50 für 18 Ausgaben

Erscheinung: Der LEADER erscheint 9 x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni/Juli, August, September, Oktober, November/Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben

Produktion: Ostschweiz Druck AG,
CH-9300 Wittenbach

Die mit «Profil» gekennzeichneten Beiträge sind Sponsored Content.

LEADER ist ein beim Institut für geistiges Eigentum eingetragenes Markenzeichen. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Für unverlangt eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Haftung.

ISSN 1660-2757

MADE IN ST GALLEN

Zentrum für berufliche
Weiterbildung
BILDUNG
IST
PRÄZISE
TEAMARBEIT
LERNEN. VERSTEHEN. UMSETZEN.
zbw.ch

PATEK PHILIPPE
GENEVE

BEGINNEN SIE IHRE EIGENE TRADITION

EINE PATEK PHILIPPE GEHÖRT EINEM NIE GANZ ALLEIN.

MAN ERFREUT SICH EIN LEBEN LANG AN IHR, ABER EIGENTLICH BEWAHRT MAN SIE SCHON FÜR DIE NÄCHSTE GENERATION.

CALATRAVA REF. 6119

HUBER

WWW.HUBER.LI