

Ihre Immobilie + Unsere geprüften Kunden

= Erfolgreich verkauft



IMMOLEAGUE®
national & international

LEADER

DAS OSTSCHWEIZER UNTERNEHMENSGAZIN

leaderdigital.ch

Mai 4 / 2026

Preis CHF 8.50

24. Jahrgang

Giuseppe Chillari:

**GDELS-Mowag
zwischen Sicherheits-
bedürfnis und
Exporthürden**

Nachhaltigkeitsberichte

Mehr als ein ökologisches Feigenblatt?

Kris Vietze

Der Wirtschaftsraum Thurgau im Realitätscheck

Helene Budliger Artieda

Freihandel mit Indien: Chance für die Ostschweiz?

ab Seite 34 mit Sonderteil
Wirtschaftsraum TG

Geplant für uns.
Gebaut für Sie.

www.dd-immo.swiss

D+D
IMMOBILIEN

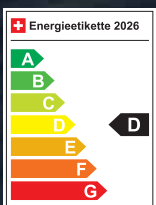
PORSCHE



1'156 PS klingen verrückt.
231 PS pro Passagier,
jedoch durchaus vernünftig.

DER NEUE CAYENNE TURBO ELECTRIC.
PORSCHE. THERE IS NO SUBSTITUTE.

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



Stromverbrauch kombiniert: 22.3 – 20.4 kWh/100 km, Elektrische Reichweite kombiniert (WLTP): 564 – 622 km,
CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km, Effizienzklasse: D

Ein Nein genügt nicht

Die «Chaosinitiative» ist keine überzeugende Antwort auf Probleme, die viele längst spüren: Wohnraum wird knapper, Infrastrukturen stossen an Grenzen, Schulen, Verkehr, Gesundheitswesen und Sozialwerke geraten unter Druck. Wer diese Sorgen einfach als Angstmacherei abtut, macht es sich zu leicht.

Trotzdem ist die Initiative abzulehnen: Eine starre Bevölkerungsgrenze schafft keine Wohnung, baut keine Strasse, löst keinen Fachkräftemangel und stärkt kein Unternehmen. Sie droht vielmehr, neue Unsicherheit zu erzeugen, gerade für eine Wirtschaft, die auf planbare Rahmenbedingungen, qualifizierte Mitarbeiter und stabile Beziehungen zu Europa angewiesen ist. Die Ostschweiz weiss, wie wichtig diese Verlässlichkeit für Industrie, Gewerbe und Gesundheitswesen ist.

Ein Nein zur Initiative darf aber nicht als Freipass für die bisherige Politik verstanden werden. Politik und Verwaltung tragen Mitverantwortung dafür, dass die Debatte verhärtert geführt wird. Die Masseneinwanderungsinitiative wurde 2014 von Volk und Ständen angenommen. Viele erwarteten damals eine spürbare Steuerung der Zuwanderung. Herausgekommen ist ein fauler Kompromiss, der juristisch erklärbar sein mag, politisch aber als Ausweichen empfunden wurde. Ähnlich war es bei der Ausschaffungsinitiative 2010, bei deren Umsetzung der «Härtefall» hineingemogelt wurde. Wer an der Urne Entscheide trifft und später den Eindruck erhält, dass diese nur abgeschwächt umgesetzt werden, verliert Vertrauen.

Demokratie lebt nicht nur davon, dass abgestimmt wird. Sie lebt davon, dass Entscheide ernst genommen werden, auch wenn sie der politischen Mehrheit in Bundesbern nicht gefallen. Wer Volksentscheide formal respektiert, in der Wirkung aber entschärft, schafft den Boden, auf dem radikalere Forderungen wachsen.

Darum braucht es am 14. Juni ein Nein zur Chaosinitiative, aber ebenso ein ehrliches Ja zu einer anderen politischen Kultur. Die Schweiz muss Zuwanderung, Integration und Infrastruktur besser steuern. Sie muss Missbrauch konsequenter bekämpfen und zugleich jene Arbeitskräfte willkommen heissen, die unser Land braucht. Wer die Initiative ablehnt, sollte diese Aufgabe nicht vertagen.

Natal Schnetzer, Verleger



Anzeige



ZU WENIG PLATZ FÜR IHRE ZUKUNFT?

Wachsende Anforderungen, neue Prozesse in der Logistik oder fehlende Flächen? W+P Weber und Partner AG entwickelt massgeschneiderte Lösungen für Industrie-, Gewerbe- und Logistikunternehmen in der Ostschweiz – von der strategischen Planung bis zur erfolgreichen baulichen Umsetzung.

Effizient. Wirtschaftlich. Zukunftsorientiert.

www.wpag.ch

Lokaler Service schlägt digitale Warteschleifen. Immer!

Hier ist unser Revier. Wir sind von hier.

Tel. 071 274 00 80 | cofox.ch

St. Gallen | Zizers | Scuol | Schaffhausen



COFOX Office 
Bürotechnik für schlaue Füchse



Findus-Werk steht vor dem Aus

Nomad Foods plant, den Produktionsstandort von Findus in Rorschach per Ende 2026 zu schliessen. Betroffen wären 45 Vollzeitstellen; derzeit läuft ein Konsultationsverfahren. Der Standort gehört zu den traditionsreichen Lebensmittel-Produktionsstätten der Region und geht auf die 1886 gegründete Konservenfabrik Bernhard & Co. zurück.

Aus der Rorschacher Konservenproduktion entwickelte sich über Jahrzehnte ein wichtiger Schweizer Tiefkühlstandort. Unter Frisco und später Findus wurden Produkte aufgebaut, die in vielen Haushalten bekannt wurden und im Schweizer Markt grosse Bekanntheit geniessen. Dazu gehören auch die Findus-Plätzli, die seit Jahrzehnten als Klassiker im Tiefkühlregal gelten.

In Rorschach werden heute Tiefkühlprodukte wie Lasagne, Cannelloni oder eben die Plätzli hergestellt. Nach Angaben des Unternehmens wird geprüft, die Produktion künftig an andere Standorte innerhalb des Konzerns zu verlagern, etwa nach Italien oder Spanien. Die Marke Findus gehört zum

englischen Tiefkühlkonzern Nomad Foods, der sie 2021 von Froneri übernommen hatte, einem Joint Venture von Nestlé und PAI Partners.

Im Rahmen des Konsultationsverfahrens sollen «Alternativen geprüft und Lösungen für die betroffenen Mitarbeiter» gesucht werden. Sollte der Entscheid umgesetzt werden, verliert Rorschach Ende 2026 eine Produktionsstätte mit rund 140 Jahren Geschichte und Nomad Foods einen historischen Schweizer Standort.

Text: Stephan Ziegler
Bild: zVg

Anzeige



www.hds.ch/firmenkurse

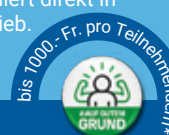
Firmeninterne Sprachkurse, die wirken. Für jedes Ziel das passende Paket.

- ✓ Massgeschneidert und in diversen Sprachen
- ✓ Bessere Kommunikation und effizientere Abläufe im Betrieb
- ✓ Schnelle Lernerfolge durch zertifizierte Sprachtrainer
- ✓ Durchführung vor Ort oder online - ganz flexibel

Jetzt beraten lassen!

Kantonal geförderte Firmenkurse.

Stärken Sie Grundkompetenzen passgenau und subventioniert direkt in Ihrem Betrieb.



*Kt. SG, AI und AR



Inhalt

- 10 Spotlight**
Wichtiges in Kürze
- 12 Verbandelt**
Auf einen Kaffee mit Peter Hinder
- 15 Vernetzt**
Im Chat mit Thomas De Martin
- 16 east#digital**
Die Ostschweiz 2.0
- 18 Schwerpunkt Nachhaltigkeitsberichte**
Mehr als ein ökologisches Feigenblatt?
- 34 Wirtschaftsraum Thurgau**
Zwischen Zuversicht und Zurückhaltung
- 72 invest@TG**
Vom «Ausweichmodell» zum ernstzunehmenden Markt
- 82 Helene Budliger Artieda**
Freihandel mit Indien:
Chance für die Ostschweiz?
- 86 Walter Locher**
Locher geht, aber seine Themen bleiben
- 90 Fabian Reich**
Dach, Solar und Sicherheit
- 94 Katerina Mitrokotsa und Daniel Politze**
«Ein Angriff auf Swift hätte globale Folgen»
- 98 Rafael Frick, Patrik Läser
und Christoph Schweiger**
Sicherheit, Stolz und Selbstvertrauen
- 100 Florian Wild und Ramona Eglin**
Genuss mit Wirkung
- 104 Christian Rungger**
Holzbau neu denken
- 108 Vorschau**
Bergrennen Hemberg, Unternehmertag
- 110 Rückblick**
Technologietag, Klimaevent, Energiekongress
- 114 Schlusspunkt**
Swissness



22





26



68



100



48

Anzeige

Mehr als Reinigung. Easy.

Mehr auf pronto-ag.ch



pronto
Wir verstehen mehr
als Reinigung.

Alles, was recht ist

Haben Sie
Ihren digitalen
Nachlass im Griff?



Mit zunehmender Digitalisierung hinterlassen die meisten Menschen nicht nur klassische Vermögenswerte, sondern auch Spuren im Internet, in IT-Systemen und auf Speichermedien. Der digitale Nachlass umfasst weit mehr als persönliche Daten; seine Regelung kann im Erbfall komplex sein.

Zum digitalen Nachlass gehört der gesamte Bestand an durch und über die verstorbene Person generierten Daten, unabhängig vom Speicherort, insbesondere Benutzerkonten, Vermögenswerte, Rechte und Verträge. Häufig ist bereits unklar, was dazu zählt. Zudem sind die rechtliche und tatsächliche Situation bei digitalen Speicherorten im Vergleich zu physischen Datenträgern oft unsicher. Hinzu kommt die Abgrenzung zwischen Eigentum und blossen Nutzungsrechten.

Die Nutzungsbedingungen der Anbieter schränken den postmortalen Zugriff häufig ein. Fraglich ist, in welchem Umfang Erben auf Accounts und Daten zugreifen oder solche löschen dürfen. Einige Anbieter erlauben die Hinterlegung eines Nachlasskontakts zur späteren Verwaltung, andere sehen nur die Löschung nach Inaktivität vor. Problematisch wird es bei Kryptowährungen, wenn zwar deren Existenz bekannt ist, der Zugangsschlüssel jedoch fehlt – dann sind die Werte faktisch verloren.

Die Herausforderung liegt also weniger in der Rechtslage als im Zugang zu den Daten. Daher ist es sinnvoll, digitale Werte zu identifizieren, den Zugang sicherzustellen und klare Anweisungen in einem Vorsorgeauftrag sowie in einer letztwilligen Verfügung festzuhalten.

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



Klartext von Beni: Bitte mehr Ostschweiz!

Der neueste Bildungsbericht Schweiz 2026 der Koordinationsstelle für Bildungsforschung SKBF liegt vor. Auf rund 400 Seiten bündelt er das aktuelle Wissen zum Schweizer Bildungssystem über alle Bildungstufen hinweg. Fazit: Es braucht mehr Ostschweiz.

Die bildungspolitischen Ziele von Bund und Kantonen sehen unter anderem vor, dass 95 Prozent aller 25-Jährigen über einen Abschluss auf Sekundarstufe II verfügen. Dieses Ziel wird nicht überall erreicht. Die Abschlussquote ist gesamtschweizerisch leicht gesunken: von 91,5 Prozent 2016 auf 90,1 Prozent 2022. In der offiziellen Kommunikation von Bund und EDK werden die deutlichen Unterschiede zwischen den Kantonen jedoch ausgeblendet.

Tatsächlich stehen die Ostschweiz und die Zentralschweiz mit Werten zwischen 92 und 96 Prozent gut da. Hingegen verfehlen die Westschweizer Kantone sowie Basel-Stadt die gesetzten Ziele deutlich. Meine Erfahrung auf Bundesebene ist, dass insbesondere diese Kantone die Akademisierung weiter vorantreiben und unser Land damit in eine Sackgasse führen. Die ungleichen Spiesse zulasten des Berufsbildungswegs sind eine Tatsache, die man nicht zur Kenntnis nehmen will.

Allen Ernstes wird behauptet, mit der beschlossenen Maturitätsreform werde dieser Entwicklung gegengesteuert. Sie soll die Studierfähigkeit der Maturanden stärken und die Vergleichbarkeit der gymnasialen Maturitätszeugnisse in der ganzen Schweiz sichern. Im Ergebnis findet jedoch eine Nivellierung nach unten statt, denn die meisten Vorschläge, die zu einer Niveauerhöhung geführt hätten, fanden in der EDK keine Mehrheit.

Auch die Abbruchquote an den Universitäten wird dadurch nicht sinken. Sie liegt bereits heute auf einem bedenklichen Niveau: Gemäss Bildungsbericht erreichen acht Jahre nach dem Eintritt in eine Universität rund 15 Prozent noch keinen Abschluss an einer Universität, einer pädagogischen Hochschule oder einer Fachhochschule.

Darum mein dringender Aufruf: Die Ostschweiz muss deutlich machen, dass die zunehmende Akademisierung am Arbeitsmarkt vorbeizieht, enorme Ressourcen verschleisst und die wirtschaftliche Basis der Schweiz schwächt.

Beni Würth, Ständerat SG



Lieberherr tritt ab

Nach über 48 Jahren als Geschäftsführer und Verwaltungsratspräsident der Morga AG tritt Ruedi Lieberherr in den Ruhestand. Die Nachfolge ist geregelt: Karin Anderegg führt das Ebnat-Kappeler Lebensmittelunternehmen weiterhin operativ, neuer VRP ist Louis Grosjean.



Bärlocher wird Präsident

Am 8. Mai fand in Wartau die 137. Delegiertenversammlung des Kantonalen Gewerbeverbandes St.Gallen mit rund 160 Teilnehmern statt. Präsident Andreas Hartmann übergab nach zehn Jahren die Geschicke des Verbandes an Bauunternehmer Christoph Bärlocher, Mitte-Kantonsrat aus Eggersriet.



Ferigutti folgt auf Stadler

Das WirtschaftsPortalOst erhält eine neue operative Leitung: Tiziana Ferigutti-Bonucelli übernimmt per August die Funktion als Standortförderin und Geschäftsführerin. Sie folgt auf Robert Stadler, der WPO nach sieben Jahren verlässt und sich neuen beruflichen Schwerpunkten widmet.



Zindel zum «Bailli Thurgovie» ernannt

Rico Zindel ist neuer Bailli Thurgovie der Chaîne des Rôtisseurs Suisse. Am 9. Mai wurde der Geschäftsführer der St.Galler Säntis Gastronomie AG in sein Amt inthronisiert. Damit übernimmt er die Leitung der Thurgauer Sektion der internationalen gastronomischen Vereinigung.



Senn gewinnt Award

120 Teilnehmer aus 18 Ländern, vier Minuten Redezeit – und am Ende steht ein St.Galler oben: Patrick Senn gewinnt am Internationalen Speaker Slam den «Excellence Award». Der ehemalige TVO-Chefredaktor überzeugte mit einem Thema, das selten Applaus garantiert: Krisenkommunikation.

Kopf des Monats



Maurice Weber
(im Bild, wie bei
«Alles, was recht ist»)

Bauunternehmer Maurice Weber ist zum offiziellen Botschafter der Stadt Wil ernannt worden. Die Ernennung erfolgte durch den Verein Wil Tourismus und versteht sich als Anerkennung für sein unternehmerisches Wirken und seinen Einsatz für die regionale Entwicklung.

Weber, der auch als Präsident des FC Wil 1900 amtet und als 33. Hofnarr der Stadt Wil in Erscheinung trat, vereint verschiedene Rollen, die eines gemeinsam haben: den Fokus auf Menschen und deren Entwicklung. Die Auszeichnung sei für ihn eine grosse Ehre, gleichzeitig aber auch Verpflichtung. «In Wil gibt es viele beeindruckende Persönlichkeiten mit spannenden Lebensgeschichten. Dass die Wahl auf mich gefallen ist, freut mich sehr.»

Sein Führungsverständnis ist dabei bewusst nicht hierarchisch geprägt. «Ich sehe mich weniger als Chef, sondern mehr als Lehrer, Ausbilder oder Begleiter», sagt Maurice Weber. Dieses Prinzip lebe er sowohl in seinen Unternehmen als auch im Fussballclub. Ziel sei es, Menschen zu befähigen, Verantwortung zu übernehmen und eigene Erfolge zu erzielen. Besonders motivierend sei es für ihn, wenn junge Menschen ihren Weg machen, sich weiterentwickeln und schrittweise grosse Aufgaben übernehmen. Als Botschafter der Stadt Wil will Weber Brücken bauen und den Zusammenhalt stärken. «Wir sollten mehr aufeinander zugehen und gemeinsam für die Stadt denken», so seine Haltung. Parteipolitische Differenzen dürften dabei nicht im Vordergrund stehen. Entscheidend sei, dass sich Wil als Ganzes weiterentwickle und vorhandene Potenziale genutzt würden.

Maurice Weber, Gründer und Verwaltungsratspräsident der Weber-Gruppe

Spotlight

Komitee St.Gallen-Appenzell sagt Nein zur «Chaosinitiative»

In den Kantonen St.Gallen, Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden hat sich ein überparteiliches Komitee «Nein zur Chaosinitiative» formiert. Das Komitee setzt sich aus Vertretern der Mitte, der FDP und der GLP zusammen. Gemeinsam sprechen sich diese gegen die sogenannte «Nachhaltigkeitsinitiative» aus.

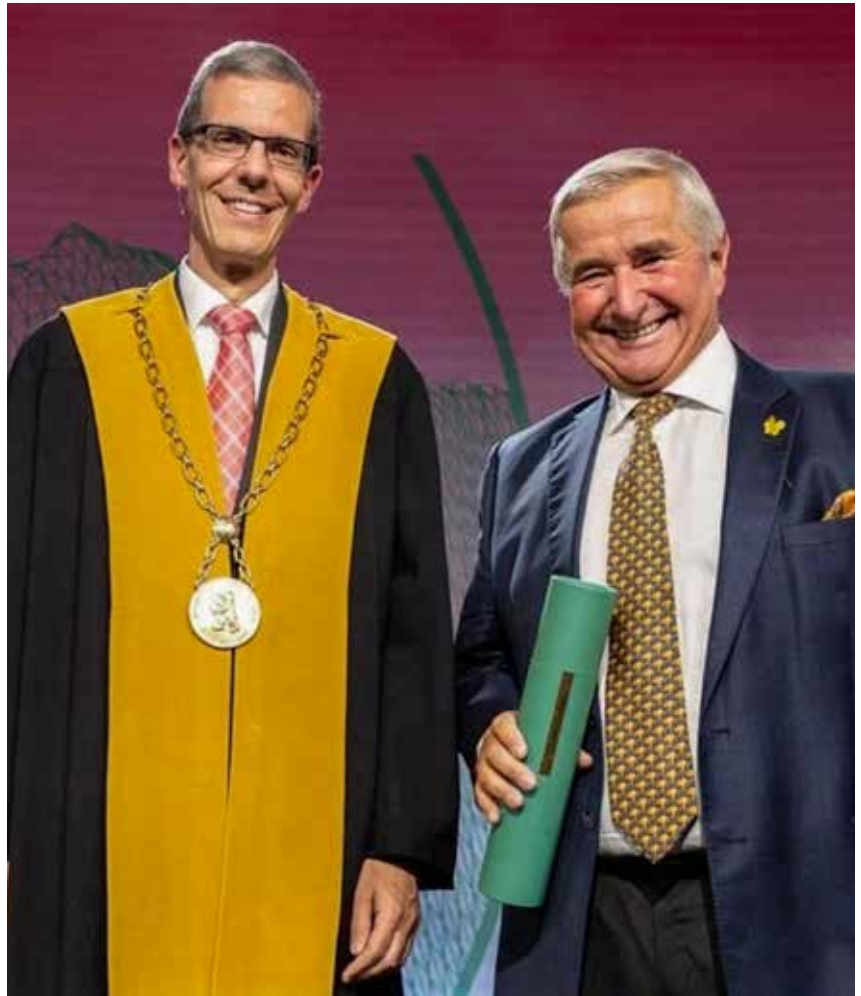
City-Gruppe bringt BYD in die Ostschweiz

Die St.Galler City-Gruppe übernimmt die Vertretung von BYD in St.Gallen und Appenzell. Ab Juni ist der weltweit führende Hersteller von Elektro- und Plug-in-Hybridfahrzeugen im Einkaufszentrum Westcenter in einem Pop-up-Store zu erleben.



«preXcon» macht Präzisionstechnik erlebbar

Die neue Fachveranstaltung preXcon nimmt weiter Form an: Vom 3. bis 5. November 2026 bringt die Olma Messen St.Gallen AG in der St.Galler Kantonalbank Halle Fachwissen, Innovationen und industrielle Praxis aus der Präzisionstechnik zusammen. Das Programm basiert auf sechs Schwerpunktthemen und elf klar strukturierten Sessions. Fachbesucher können ihren Messebesuch gezielt nach ihren Interessen und Fragestellungen zusammenstellen.



HSG erhält Millionen-Einzelspende

Am «Dies academicus» der Universität St.Gallen gab es am 8. Mai nicht nur akademische Auszeichnungen, Festreden und feierliche Begegnungen, sondern auch eine Nachricht von besonderer Tragweite: Rektor Manuel Ammann durfte in seiner Festrede eine Spende in Höhe von 23,75 Millionen Franken verkünden. Es handelt sich um eine der grössten Einzelspenden in der 128-jährigen Geschichte der HSG.

Die Spende kommt von der AS Holding, der Muttergesellschaft von Kistefos AS, einer privaten Investmentgesellschaft im Besitz von HSG-Alumnus Christen Sveaas. Die Gruppe aus Oslo wurde 1956 gegründet und verwaltet ein breit gefächertes Portfolio mit Unternehmen aus verschiedenen Branchen. Ihr Investitionsfokus liegt vor allem auf Europa.

Christen Sveaas, Eigentümer und geschäftsführender Verwaltungsratspräsident der AS Holding und von Kistefos AS, hat sein Studium an der HSG in den 1980er-Jahren mit dem Lizentiat abgeschlossen. Seither ist seine Verbindung zur Universität St.Gallen nie abgerissen: Neben seinen Engagements als Kunstmäzen und Philanthrop setzt er sich seit Jahren auf vielfältige Weise für die HSG ein. Ihm sei es ein grosses Anliegen, seiner Alma Mater etwas zurückzugeben, sowohl finanziell als auch ideell.

Hoher Kasten erzielt Rekordumsatz



Die Hoher Kasten Drehrestaurant und Seilbahn AG blickt auf ein ausserordentlich erfolgreiches Geschäftsjahr 2025 zurück: Der Bahnumsatz stieg auf den Rekordwert von 3,16 Millionen Franken, der Jahresgewinn lag trotz hoher Abschreibungen bei 137'527 Franken, und die Hypothekarschuld konnte um weitere 1,2 Millionen reduziert werden.

Kronberg AG macht Umsatzrekord



Die Kronberg AG erzielte im Geschäftsjahr 2025 trotz wetterbedingt anspruchsvoller Rahmenbedingungen mit 6,76 Millionen Franken erneut einen Umsatzrekord. Gleichzeitig investierte das Unternehmen gezielt in Verkauf, Digitalisierung und Infrastruktur, um die langfristige Entwicklung weiter voranzutreiben. Das operative Ergebnis (Ebitda) belief sich auf 925'000 Franken und lag damit deutlich über dem Vorjahr. Die Eigenkapitalquote blieb mit 39 Prozent stabil.

Irland erhält acht Stadler-Züge

Stadler baut zum ersten Mal Züge für die irische Insel. Die irischen Bahnen Iarnród Éireann und Translink Northern Ireland Railways haben bei Stadler acht Flirt-Züge inklusive Wartung für 698 Millionen Euro bestellt. Die Fahrzeuge verbinden ab 2030 die Hauptstädte Dublin und Belfast.

Aus M. Hartmann Treuhand AG wird Hartmannpartner Experts AG



Die M. Hartmann Treuhand AG aus Diepoldsau und Buchs stellt die Weichen für die nächste Entwicklungsphase: Mit Pirmin Hutter, Julien Hug und Fabienne Köppel werden drei langjährige und ausgewiesene Fachleute neu Partner des Unternehmens. Gleichzeitig tritt das Unternehmen ab sofort unter dem Namen Hartmannpartner Experts AG auf. Die Geschäftsführung bleibt bei Daniel Hartmann.

Strässle führt SVIT Ostschweiz in die Zukunft

An der 92. Generalversammlung des SVIT Ostschweiz vom 4. Mai auf dem Wolfsberg feierte Claudia Strässle ihre Premiere als Präsidentin. Sie und der gesamte Vorstand wurden einstimmig wiedergewählt. Inhaltlich standen die politischen Herausforderungen für die Immobilienbranche, Bildungsthemen, erfolgreiche Verbandsanlässe und ein Ausblick auf den Schweizer Immobilienmarkt im Zentrum.



Germann und Halter komplettieren Industrie-AR-Vorstand

Mit grossem Dank wurden Jörg Müller und Urs Alder an der HV 2026 aus dem Vorstand verabschiedet. Beide haben die Industrie AR über viele Jahre mitgeprägt; Urs Alder war zudem von 2017 bis 2024 Präsident. Neu in den Vorstand gewählt wurden Silvan Halter, CEO der Wagner AG in Waldstatt, und Reto Germann, Senior VP Sales Communication bei der Huber+Suhner AG in Herisau.

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.



«Betriebe brauchen mehr Spielraum, um sich anzupassen»

In der Rubrik «Verbandelt» trifft sich der LEADER mit den Geschäftsführern der kleinen und grossen Ostschweizer Wirtschaftsverbände, Vereine und Organisationen auf einen Kaffee. Heute dabei: Peter Hinder, Geschäftsführer Verband Thurgauer Landwirtschaft.

Peter Hinder, wie ordnen Sie die aktuelle wirtschaftliche Lage der Thurgauer Landwirtschaft ein?

2025 konnten dank günstiger Witterung und erfreulicher Nachfrage gute Erträge erzielt werden. Leider hat sich die Situation im 4. Quartal 2025 und besonders im 1. Quartal 2026 eingetrübt. Mit der guten Futtergrundlage wurde mehr Milch produziert, die von der nachgelagerten Stufe nicht vollständig aufgenommen werden konnte. Kürzungen und Preisreduktionen waren die Folge. Auch im Schweinemarkt sind die Preise infolge gestiegenen Angebots eingebrochen. Diese Segmente sind für den Thurgau zentral. Bei Rindfleisch, Eiern, Obst und Gemüse sind die Märkte mehrheitlich stabil.

Welche Themen beschäftigen Ihre Mitglieder derzeit am stärksten?

Dies unterscheidet sich je nach Produktionsbereich. Neben den Marktverzerrungen stehen pflanzenbauliche Betriebe im Pflanzenschutz unter zunehmendem Druck. Dies erhöht das Risiko von Ernteausfällen und schwächt die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber Importen. Gleichzeitig führen neue Schutzverordnungen z. B. durch das Ausscheiden von Gewässerräumen oder Zuströmbereichen zu Produktionseinschränkungen. Auch der Kulturlandverlust durch Bauland, Infrastrukturprojekte und Renaturierungen beschäftigt einige Betriebe stark.

«Die Landwirtschaft ist Teil der Gesellschaft.»

Verband Thurgauer Landwirtschaft
Industriestrasse 9, 8570 Weinfelden
071 626 28 88, info@vtgl.ch
www.vtgl.ch



Der Druck durch Regulierungen nimmt zu. Wo sehen Sie die grössten Herausforderungen für die Betriebe?

In der Dichte der Regulierungen! Die unternehmerische Freiheit ist zu stark eingeschränkt. Betriebe brauchen mehr Spielraum, um sich an veränderte Rahmenbedingungen anzupassen. Die Agrarpolitik 2030 verspricht hier Verbesserungen, die dringend nötig sind.

Nachhaltigkeit ist politisch gesetzt. Wie gelingt es den Bauern, ökologische Anforderungen mit wirtschaftlicher Realität zu verbinden?

Nachhaltigkeit umfasst Ökologie, Ökonomie und Soziales. Diese drei Dimensionen müssen im Gleichgewicht stehen. Die Landwirtschaft passt sich laufend an neue Rahmenbedingungen an. Voraussetzung ist fundiertes Wissen. Der Austausch über Chancen und Risiken ist intensiv. Besonders jüngere Fachpersonen bringen unternehmerisches Denken und Innovationsbereitschaft ein.

Wie stark spüren die Thurgauer Landwirte den Strukturwandel in der Branche?

Die Zahl der Betriebe ist in den vergangenen 25 Jahren um rund 30 Prozent zurückgegangen. Gleichzeitig werden die Betriebe grösser und produktiver. Neue Technologien und Robotik erhöhen die Schlagkraft deutlich. Diese Entwicklung wird sich fortsetzen.

Welche Rolle spielt Innovation auf den Höfen heute und morgen?

Viele Betriebe schaffen zusätzliche Wertschöpfung über neue Angebote, etwa in der Direktvermarktung, bei Dienstleistungen oder Eventformaten. Potenzial sehe ich im Bereich der psychischen Gesundheit. Die Arbeit in Stall und Feld kann zur Stressreduktion beitragen und psychische Stabilität fördern. Erste Angebote entstehen, hier gibt es noch weiteres Potenzial.

Die Beziehung zwischen Landwirtschaft und Gesellschaft ist nicht immer spannungsfrei ...

Die Landwirtschaft ist Teil der Gesellschaft. Spannungen entstehen vor allem zwischen Nutzungs- und Schutzansprüchen.



Peter Hinder

Missverständnisse treten dort auf, wo nicht auf Augenhöhe diskutiert und fair argumentiert wird.

Nachwuchs ist ein zentrales Thema. Wie gelingt es, junge Menschen für die Landwirtschaft zu gewinnen?

Der Nachwuchs bleibt eine Herausforderung, ist aber vorhanden. Die Junglandwirte im Thurgau sind motiviert. Entscheidend sind attraktive Perspektiven und angemessene Einkommen. Auch Quereinsteiger sind in der Landwirtschaft keine Seltenheit.

Wenn Sie einen Wunsch an Politik oder Konsumenten frei hätten: Was müsste sich kurzfristig ändern, damit die Landwirtschaft im Thurgau langfristig stabil bleibt?

Achten Sie auf die Herkunft der Lebensmittel. Konsumieren Sie saisonal und regional und verhalten Sie sich nachhaltig.

Text: Patrick Stämpfli

Bild: Rebekka Grossglauer

Zivildienstgesetz: Fehlanreize korrigieren

Die Ausgangslage ist klar: Die Schweiz hat eine Armee. Diese ist nach dem Milizprinzip organisiert: Jeder Schweizer ist verpflichtet, Militärdienst zu leisten. So steht es in Art. 58 und 59 der Bundesverfassung.



Militärdienstpflichtige, die den Militärdienst mit ihrem Gewissen nicht vereinbaren können, leisten auf Gesuch hin einen länger dauernden Zivildienst. Dieser ist im Zivildienstgesetz geregelt.

Was bei der Einführung als Ausnahme gedacht war, hat sich in der Zwischenzeit zu einem Massenphänomen entwickelt: Im ersten Jahr nach Einführung des Zivildienstes wurden knapp 50'000 Dienstage geleistet. Heute sind es 1,9 Millionen.

Wegen des Wechsels in den Zivildienst verliert die Armee jedes Jahr die Kapazität einer Brigade. Eine Negativentwicklung, die mich als Oberst der Schweizer Armee in hohem Masse beunruhigt.

Dass die hohe Zahl an Zivildienstleistenden nur bedingt etwas mit Gewissenkonflikten zu tun hat, beweist der Umstand, dass ein Drittel der Gesuche nach der Rekrutenschule eingereicht wird.

Haupttreiber dieser Entwicklung ist ein falsches Anreizsystem; der Zivildienst hat sich zu einem gut bezahlten Praktikum entwickelt. Ein Beispiel: Wer direkt nach einem Masterabschluss an einer Universität Zivildienst leistet, erhält einen Erwerb ersatz in der Grössenordnung von 5000 Franken – auch wenn der dienstleistende Jungakademiker auf dem Arbeitsmarkt keine Chance hätte und höchstens eine schlecht bezahlte Praktikumsstelle finden würde.

Am 14. Juni stimmen wir über eine Revision des Zivildienstgesetzes ab. Mit sechs Massnahmen sollen die Fehlanreize des aktuellen Zivildienstgesetzes beseitigt werden. Für mich geht es dabei nicht nur um den Sollbestand der Armee, sondern auch um die Frage der Wehrgerechtigkeit.

Es kann nicht sein, dass kerngesunde junge Männer im Zivildienst Kopierpapier in Schulen verteilen, während ihre Kollegen in der Armee unter grosser persönlicher Belastung Dienst leisten.

Michael Götte, Nationalrat SG (SVP)

SKODA

Entdecken Sie Ihren
Elroq Vorteil



Preis-Leistungs
21xSieger

Jetzt mit attraktivem 0.0% Leasing

Rein elektrischer Fahrspass, erstklassiger Komfort und grosszügig Raum: Das ist der Škoda Elroq. Profitieren Sie jetzt und nur für kurze Zeit von attraktivem 0.0% Leasing. Erleben Sie den Škoda Elroq bei uns auf einer Probefahrt.

Let's Explore.

NEFF AG flawil automobile

Wilerstrasse 247-249

9230 Flawil

Tel. +41 71 394 15 80

www.neff-automobile.ch

NEFF AG flawil automobile

Elroq 85 4x2, 210 kW, 16.4 kWh/100 km, 0 g CO₂/km, Kat.: B. Profitieren Sie bis zum 30.06.2026 bei allen Škoda Elroq 60 von 0.00% Leasingzins (beim Abschluss eines LeasingPLUS Go in Kombination mit LeasingPLUS Care Autoversicherung und Ratenversicherung bei einer Laufzeit von max. 48 Monaten). Rechnungsbeispiel mit Kaufpreis: 46'860.-. Effektiver Jahreszins LeasingPLUS Go in Kombination mit LeasingPLUS Care: 0.00%, Laufzeit: 48 Monate (10'000 km/Jahr), Sonderzahlung 20%: 9'372.-, Leasingrate Fahrzeug 377.-/Mt., Rate LeasingPLUS Go: 130.-/Mt. zzgl. Prämie LeasingPLUS Care Motorfahrzeugversicherung und Rate LeasingPLUS Care Ratenversicherung (kann je nach Geschlecht, Alter, Wohnort und anderen Merkmalen variieren). LeasingPLUS Go beinhaltet die Dienstleistungen Service, Verschleiss, Flüssigkeiten, Reifen, Radwechsel und deren Einlagerung sowie die Ersatzmobilität während der Wartungsdauer. Risikoträgerin der LeasingPLUS Care Motorfahrzeugversicherung ist die Zürich Versicherungsgesellschaft AG. Die LeasingPLUS Care Ratenversicherung versichert die Leasingrate gegen die Risiken unverschuldeter Arbeitslosigkeit und vollständiger Arbeitsunfähigkeit infolge Krankheit oder Unfall, nur verfügbar bei Gesamtleasingrate bis max. CHF 972.-/Mt. Die Risikoträgerin der Ratenversicherung ist die AXA Versicherungen AG. Nur bei teilnehmenden offiziellen Partnern. Finanzierung über AMAG Leasing AG. Der Leasingzins kann inklusive Reduktionen nicht unter 0.0% liegen. Die Kreditvergabe ist verboten, falls sie zur Überschuldung des Konsumenten führt. Änderungen und Irrtümer vorbehalten. Solange Vorrat.



OSTSCHWEIZ DRUCK

Gedruckt in der Ostschweiz

ostschweizdruck.ch



Vernetzen



«Klare Führung schafft Erfolg»

Im Chat mit Thomas De Martin, CEO der De Martin Group

Sie führen die De Martin Group als CEO. Wie hat sich Ihr Arbeitsalltag in den letzten Jahren verändert?

Ich führe unser Unternehmen schon seit über 20 Jahren. Vor zwei Jahren habe ich mich etwas aus der operativen Verantwortung zurückgenommen und versuche, meinen Fokus stärker auf die technologische und strategische Weiterentwicklung des Unternehmens zu legen.

Die Gruppe vereint verschiedene industrielle Dienstleistungen unter einem Dach. Was verbindet diese Bereiche?

Wir verstehen uns als Kompetenzzentrum für funktionelle Oberflächentechnik. Die Standorte verbindet, dass sie auf dieselbe Technologiebasis zurückgreifen und untereinander gut vernetzt sind. Wir versuchen, mögliche Synergien auszuschöpfen und sowohl für Kunden als auch für Mitarbeiter einen Mehrwert zu schaffen.

Sie sind in einem Umfeld tätig, das stark von Investitionen in Anlagen und Maschinen geprägt ist. Was reizt Sie an dieser Branche?

Unser Ziel als Spezialist für funktionelle Oberflächen ist es, die Produkte unserer Kunden besser zu machen. Dafür müssen wir diese verstehen, um sie unterstützen zu können. Diese Aufgabe ist vielfältig und facettenreich.

Viele Ihrer Leistungen greifen direkt in laufende Industrieprozesse ein. Wie wichtig ist dabei die Abstimmung mit Kunden und Partnern?

Wir sind in stetem Austausch mit den verschiedenen Anspruchsgruppen. Dies mit dem Ziel, einen überlegenen Mehrwert zu generieren und somit unsere Dienstleistung zu rechtfertigen. Der Austausch mit Kunden ist dabei elementar wichtig, sowohl im Tagesgeschäft als auch in strategischen Themen wie etwa der Weiterentwicklung unserer Technologiebasis.

Die Anforderungen an Sicherheit und Zuverlässigkeit sind in Ihrem Geschäft hoch ...

Ja, Zuverlässigkeit und die geregelte Weltordnung scheinen an Bedeutung verloren zu haben. Die gescheiterte Globali-

sierung erschwert Handelswege, um die globale Lieferkette aufrechtzuerhalten. Wir laufen Gefahr, Marktzugänge zu verlieren. Überdies hilft unserem Schweizer Standort die Währungssituation nicht.

Die De Martin Group ist in der Ostschweiz verwurzelt. Welche Rolle spielt der Standort für Ihr Unternehmen?

Wängi als unser Hauptsitz ist zentral. Wir sind seit der Unternehmensgründung in der Region als Unternehmen und Familie stark verwurzelt. Dies wird sich in absehbarer Zeit nicht ändern. Wir stellen uns der Verantwortung als Unternehmen und wichtiger Arbeitgeber in der Region.

Wenn Sie auf Ihren Weg zurückblicken: Welche Erfahrung hat Sie als Führungskraft am stärksten geprägt?

Prägend war für mich weniger ein einzelnes Ereignis als die wiederholte Erfahrung, dass unternehmerischer Erfolg auch davon abhängt, wie konsequent und klar geführt wird, gerade in Phasen mit hoher Dynamik. Die Unternehmenskommunikation ist einer der wesentlichen Schlüssel zum Erfolg. Wir schultern diese Aufgaben breit.

Was möchten Sie mit der De Martin Group weiterentwickeln?

Wir wollen uns gezielt als technologisch führender Anbieter für anspruchsvolle Oberflächenlösungen weiterentwickeln und unser Geschäftsmodell in der Konsequenz transformieren. Gleichzeitig treiben wir die Weiterentwicklung unserer Prozesse und Technologien voran, auch in Richtung Effizienz und Nachhaltigkeit. Ein zentraler Punkt ist für mich zudem die Organisation: Wir wollen als Gruppe in unseren Entscheidungen noch unternehmerischer, schneller und klarer werden. Denn am Ende entsteht unser Erfolg durch die Kombination aus technologischer Stärke und einer leistungsfähigen, verantwortungsbewussten Organisation.

Text: Patrick Stämpfli
Bild: zVg

east#digital

Partner



<IT>rockt!

ESB

chrisign



Wohnprojekt wird digital erlebbar

Für das Wohnprojekt «Unitum St.Gallen» mit 110 Wohnungen hat Andfrank gemeinsam mit der Immobilienentwicklerin D+D Immobilien und der Vermarkterin Aforia Immobilien eine digitale Vermarktungsplattform entwickelt, die klassische Immobilienwebsites neu denkt. Im Zentrum steht ein frei navigierbares 3D-Angebotstool, das Interessenten intuitiv zur passenden Wohnung führt.



Terra Quantum bringt quantensichere Kommunikation in den Praxiseinsatz

Terra Quantum treibt den Einsatz quantensicherer Kommunikationstechnologien im Verteidigungs- und Telekommunikationsbereich voran. Wie das St.Galler Unternehmen mitteilt, wurden zwei operative Implementierungen erfolgreich umgesetzt: eine mit der U.S. Air Force und eine im Live-Netz des maltesischen Telekommunikationsanbieters Melita.



Kyos erreicht Platinum-Partner-Status

Das St.Galler Cybersecurity-Unternehmen Kyos wurde als einziger Partner in der Schweiz in den Platinum-Status des Partnerprogramms von Thales/Imperva aufgenommen. Dieser wird nur an Unternehmen vergeben, die über ausgewiesene technische Expertise, umfassende Projekterfahrung und eine enge Zusammenarbeit mit dem Hersteller verfügen.



AR Informatik macht Gewinn

Die Aktionäre der AR Informatik AG haben an der 15. Generalversammlung vom 22. April im Gutenbergzentrum in Herisau sämtliche Anträge des Verwaltungsrates genehmigt. Das gemeinsame Informatikunternehmen des Kantons und der Gemeinden von Appenzell Ausserrhoden schliesst das Geschäftsjahr 2025 mit einem Gewinn von 926.33 Franken ab.

Studie zeigt, wie Mädchen für Informatikberufe gewonnen werden können

IT-Berufe gelten als zukunftssträftig, sprechen aber weiterhin vor allem Jungen und Männer an. Eine neue Studie der Universität St.Gallen zeigt nun: Entscheidend ist nicht nur, welche Anforderungen ein Beruf tatsächlich stellt, sondern auch, wie er Jugendlichen vermittelt wird. Wird Informatik stärker mit Teamarbeit, Austausch und sozialer Interaktion dargestellt, steigt das Interesse von Mädchen deutlich.



SAK Oenergy will PV, Speicher und E-Mobilität vernetzen

Die Energiezukunft ist elektrisch, datengetrieben und anspruchsvoll. Mit ihrer Tochtergesellschaft SAK Oenergy AG stärkt die St.Gallisch-Appenzellische Kraftwerke AG ihre Energiedienstleistungen in der Ostschweiz. Im Fokus stehen wirtschaftliche und nachhaltige Gesamtenergieösungen für Haushalte, Unternehmen, Areale und Gemeinden.

KI macht Nachhaltigkeitsberichterstattung für KMU effizienter

Die OST zeigt in einer aktuellen Publikation, wie künstliche Intelligenz die Nachhaltigkeitsberichterstattung in kleinen und mittleren Unternehmen effizienter und strukturierter

gestalten kann. Gleichzeitig unterstreicht sie die zentrale Rolle des Menschen bei Qualität, Verantwortung und strategischer Einordnung.




Start-ups im Aufwind

Ein jährlich wiederkehrendes Event auf dem Rhema-

Kalender ist das Start-up-Forum des Instituts für Jungunternehmen IFJ aus St.Gallen. Auch 2026 wurde die Rhema wieder zum Impulsgeber und Hotspot für die regionale Start-up-Szene. Das IFJ-Forum zeigte, wie aus Ideen Unternehmen werden und welche Rolle Fokus und Kundennähe dabei spielen.

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

 [eastdigital.ch](https://www.eastdigital.ch)





Die Ökonomie hilft der Nachhaltigkeit

«Momoll, wir schauen auf die Umwelt und sind nett zu den Mitarbeitern» – solche ideellen Werte werden gerade durch harte und vergleichbare Messwerte abgelöst. Die Nachhaltigkeitsberichterstattung stellt insbesondere KMU vor riesige Herausforderungen, sie eröffnet aber auch neue Chancen.



Zentrum für berufliche
Weiterbildung

BILDUNG IST



PRÄZISE

TEAMARBEIT



german
brand
award
25
winner

LERNEN. VERSTEHEN. UMSETZEN.

zbw.ch

Theoretisch könnten sich KMU in der Schweiz um die Nachhaltigkeitsbürokratie frotieren. Denn für die meisten Schweizer KMU besteht keine gesetzliche Pflicht zur umfassenden Nachhaltigkeitsberichterstattung. Doch die meisten KMU wurden von der Nachhaltigkeitswelle längst eingeholt.

Grosse Unternehmen müssen ohnehin auf dieser Welle surfen. Seit 2024 ist die Vollzugsverordnung zur Klimaberichterstattung des Bundesrats in Kraft. Sie betrifft börsennotierte Unternehmen, Banken und Versicherungen sowie weitere grössere Firmen, die 500 oder mehr Stellen haben und entweder in der Bilanz mehr als 20 Millionen Franken aufweisen oder einen Umsatz von über 40 Millionen Franken erzielen.

An EU angelegte Gesetzgebung

Künftig sollen diese Schwellenwerte analog zur EU angepasst werden: auf 250 Mitarbeiter, 25 Millionen Franken Bilanzsumme und 50 Millionen Franken Umsatz. Zur Berichterstattung verpflichtet werden Firmen, die zwei dieser Kriterien in zwei aufeinanderfolgenden Jahren erreichen.

Damit will der Bundesrat künftige Schweizer Standards für Grossunternehmen mit den neuen europäischen Vorgaben harmonisieren. Vor wenigen Wochen hat er den Entwurf für ein neues Bundesgesetz über die nachhaltige Unternehmensführung (NUFG) vorgelegt, das als indirekter Gegenvorschlag zur Volksinitiative für verantwortungsvolle Unternehmen gilt. Für viele Schweizer Unternehmen, die mit der EU handeln, ist das eine gute Nachricht: Sie müssen so nicht zwei grundsätzlich unterschiedliche Standards bedienen und erfüllen in einem Aufwisch die EU-Vorgaben, was sie wettbewerbsfähig macht.

Die EU hat mit der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) eine Richtlinie erlassen, die seit 2024 die Nachhaltigkeitsberichterstattung standardisiert. Inzwischen sind in der EU deutlich mehr Unternehmen verpflichtet, Daten zu veröffentlichen und prüfen zu lassen.

KMU müssen Daten liefern

Weil KMU nicht auf einem eigenen Planeten wirtschaften, sondern fast immer Teil einer Lieferkette eines grösseren Unternehmens sind, fordern die berichtspflichtigen Unternehmen die entsprechenden Kennzahlen bei den KMU ein. Gleiches gilt, wenn ein KMU einen Kredit von einer Bank beanspruchen möchte: Das Institut will dann Transparenz in Nachhaltigkeitsfragen. Auch wenn sich ein KMU an einer öffentlichen oder privaten Ausschreibung beteiligen möchte, muss es inzwischen umfangreiche Angaben zur Nachhaltigkeit mitliefern.

Praktisch alle KMU, die nicht eine kleine lokale Nische bedienen, müssen sich deshalb mit der Nachhaltigkeitsberichterstattung auseinandersetzen. Zulieferer von Metall-, Elektro- und Maschinenbau-Unternehmen wie auch von Konsumgüterherstellern oder der Pharmaindustrie wissen, dass ihre Kunden CO₂-Daten und weitere Informationen im Bereich Ökologie verlangen und sie diesen Kunden gegenüber auch Rechenschaft über ihre Sozialstandards ablegen müssen.

Banken wiederum verlangen Informationen zur Energieeffizienz eines KMU, zu Klimarisiken und Risiken in der Lieferkette, sie wollen wissen, wie die Unternehmensleitung all diese Fragen managt.

Komplexität überfordert

Viele KMU sind von diesen Ansprüchen zuerst einmal schlicht überfordert, sie haben kein Personal mit dem notwendigen Know-how, um die komplexen Daten erheben zu können. Denn sie müssen nun nicht nur ihre eigenen Emissionen beziffern können, sie müssen ihrerseits auch wissen, was ihre Lieferanten auf dem Feld der Nachhaltigkeit tun. Und sie dürfen sich im Dschungel der unzähligen Begriffe und Standards nicht verheddern. Der einschlägige Wortschatz von Wirtschaftsleuten wurde jedenfalls um ein umfangreiches Glossar an neuen Begriffen erweitert.

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung unterscheidet grundsätzlich drei Bereiche. Scope 1 beschreibt die direkt vom Unternehmen verursachten Emissionen, etwa aus fossiler Energie für Heizungen und Firmenfahrzeuge. Scope 2 listet indirekte Emissionen aus eingekaufter Energie auf, dazu zählen Strom, Fernwärme oder Kühlung, die extern produziert werden. Diese Emissionen entstehen bereits beim Energieversorger.

Scope 3 schliesslich erfasst indirekte Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette, also Emissionen von Lieferanten, eingekauften Materialien, Transporten, Geschäftsreisen und auch den Pendelverkehr der Mitarbeiter. Dazu gehört auch die Nutzung hergestellter Produkte. Das sind beispielsweise beim Ostschweizer Schienenfahrzeughersteller Stadler Züge, die beim Kunden 30 und mehr Jahre im Betrieb stehen werden. Dieser Bereich ist bei den meisten Unternehmen der klar grösste, bei Stadler macht er 99 Prozent aus.

Klimarisiken steuern

Verlangt werden in Nachhaltigkeitsberichten heute transparente ESG-Daten, dieses Kürzel steht für Environmental, Social, Governance, also Umwelt, Soziales und Unternehmensführung. Im Bereich Umwelt wird der Einfluss eines Unternehmens auf Klima und Umwelt beleuchtet, insbesondere CO₂-Emissionen und Energieverbrauch, aber auch Abfall, Wasserverbrauch, Ressourceneffizienz oder Biodiversität. Die Firmen müssen auch aufzeigen, wie sie aktuelle Umweltbelastungen reduzieren und Klimarisiken steuern wollen. Das Prinzip der doppelten Wesentlichkeit fordert zwei Perspektiven: Welchen Risiken ist ein Unternehmen durch den Klimawandel ausgesetzt, und welche Auswirkungen hat die Geschäftstätigkeit auf das Klima?

Soziales zielt einerseits auf den Umgang mit Mitarbeitern, mit Angaben zu Arbeitssicherheit, fairen Arbeitsbedingungen, Diversität, Weiterbildung, aber eben auch schwierig zu überprüfenden Aspekten wie Menschenrechten in der Lieferkette. Weiter wird hier auch betrachtet, welche Auswirkungen das Tun eines Unternehmens auf Kunden, Lieferanten und die Gesellschaft hat.

Schliesslich muss ein Bericht aufzeigen, wie ein Unternehmen geführt und kontrolliert wird. Dazu zählen Compliance, Korruptionsprävention, Risikomanagement, Transparenz, Vergütungssysteme oder Datenschutz. Auch Angaben zur Diversität im Verwaltungsrat und in der Geschäftsleitung gehören dazu.

Text: Philipp Landmark
Bild: KI/Doris Hollenstein



«Investitionen in Nachhaltigkeit lohnen sich»

An der HSG forscht Professorin Judith Walls zu Nachhaltigkeitsthemen, insbesondere aus Sicht der Unternehmensführung. Sie hat gerade an einer Studie mitgearbeitet, die verbreitetes Greenwashing bei grossen US-Firmen aufgezeigt hat.

Alle Welt will plötzlich nachhaltig sein, Unternehmen halten die Corporate Social Responsibility hoch. Sehen Sie, Frau Walls, diese Bemühungen positiv?

Doch, das ist eine gute Sache. Zuerst muss ja in jedem Unternehmen das Bewusstsein dafür geschaffen werden, was überhaupt all die Themen sind, um die sie sich kümmern sollen. Mit einem Materiality Assessment, einer Wesentlichkeitsanalyse, können die Unternehmen die für sie wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen identifizieren und priorisieren. So erhalten sie eine Übersicht.

Das klingt nach viel Aufwand.

Ja, so eine Analyse kann 18 Monate oder auch zwei Jahre dauern, bis ein Unternehmen wirklich weiss, worum es überhaupt geht. Dazu macht man Interviews mit Stakeholdern, man untersucht die verfügbaren Daten der eigenen Prozesse und der Lieferkette. Doch es gibt so viele Themen, dass es sich lohnt, die für jedes Unternehmen relevanten Schlüsselthemen zu erkennen und den Fokus darauf zu richten. Was ist wichtig für die Welt, für die Gesellschaft, aber eben auch: Was ist wichtig für unser Geschäft?

Sind es nicht immer die gleichen Themen?

Der Klimawandel ist für alle ein Thema. Aber Aspekte wie Biodiversität oder Hunger spielen nicht für alle Firmen die gleiche Rolle. Wenn ein Unternehmen in der Landwirtschaft arbeitet, dann ist Biodiversität sicher wichtig, für ein Consulting-Büro dürfte es weniger wichtig sein.

Schrecken nicht viele Firmen vor dem Aufwand zurück?

Gerade für KMU bedeuten Nachhaltigkeitsberichte sehr viel Aufwand, zumal oft die Expertise dafür im Unternehmen fehlt und manchmal auch die Akzeptanz für Nachhaltigkeitsthemen klein ist. Doch die Corporate Sustainability Reporting Directive, eine Richtlinie der EU, verpflichtet inzwischen grössere Unternehmen, detailliert über Nachhaltigkeitsaspekte in den Dimensionen Environmental, Social and Governance, also Umwelt, Soziales und Unternehmensführung, zu berichten. Die Schweiz erarbeitet eine eigene Vorgabe, die sich stark an die EU-Richtlinie anlehnen dürfte.

Dann müssen Schweizer Firmen, die mit Europa handeln, den Aufwand nur einmal betreiben. Oder braucht es noch andere Angaben für die USA?

US-Unternehmen sind verpflichtet, alles offenzulegen, was wesentliche finanzielle Auswirkungen haben kann. Die Securities and Exchange Commission hatte Pläne zur Offenlegung klimabezogener Risiken, doch unter der Trump-Administration wurden diese Regeln abgeschafft. Einzelne Bundesstaaten wie Kalifornien verfolgen jedoch eigene Ansätze.

Dann bleibt den US-Unternehmen der Aufwand erspart?

Es gibt in den USA viele Unternehmen, die dennoch eine Berichterstattung machen, das hat in den letzten 20 Jahren sehr stark zugenommen. Die Firmen tun dies als transparente Information für die Stakeholder, aber auch für Kunden und Lieferanten in Europa, die diese Daten für ihre eigene Berichterstattung brauchen. Wenn sie eine Niederlassung in der EU haben, sind sie ohnehin zur Berichterstattung verpflichtet. Inzwischen machen einige US-Unternehmen aber trotzdem keine Nachhaltigkeitsberichterstattung mehr,

vielleicht aus Angst, dass sie angesichts der Administration Trump etwas Falsches sagen. Darum machen sie jetzt lieber Green Hushing.

Green Hushing?

Das ist mehr oder weniger das Gegenteil von Greenwashing. Die Unternehmen agieren immer noch nachhaltig und legen Wert auf Diversity, aber sie sagen nichts mehr darüber. Das ist immerhin besser als der umgekehrte Fall, etwas zu kommunizieren, aber nichts zu machen.

Das wäre dann Greenwashing.

Genau, dann wird Nachhaltigkeit vor allem als Marketingaktivität benutzt. Beim Greenwashing klafft eine Lücke zwischen dem, was man sagt, und dem, was man tut.

«Manchmal ist die Akzeptanz für Nachhaltigkeitsthemen klein.»

Sie haben gerade mit anderen Forschern eine Studie publiziert, wonach etliche der grössten US-Unternehmen bei ihren Klimazielen mogeln.

In der Studie haben wir über einen Zeitraum von zwölf Jahren betrachtet, ob die Unternehmen gesetzte Klimaziele erreichen. Dabei haben wir erkannt, dass mehr als die Hälfte der Firmen nicht konsistent handelt. Entweder fehlt ein Ziel plötzlich in der Berichterstattung, oder es wurde ohne Begründung ein anderes, neues Ziel formuliert. Das kommt insbesondere bei jenen Firmen öfters vor, die mehr fossile Brennstoffe verbraucht haben. Trotzdem erreichen nur 30 Prozent der Unternehmen, die so handeln, ihre gesetzten Ziele.

Ist das bei den Firmen, die zu ihren Zielen stehen, anders?

Ja, 86 Prozent der Firmen, die konsistent blieben, haben ihre Ziele erreicht. Daraus lässt sich schliessen: Wer seine Ziele nicht ernst nimmt und ohne Begründung anpasst, verfolgt diese Ziele auch nicht systematisch.

Wie wird denn bei den Zielen gemogelt?

Wenn man sieht, dass man eine angekündigte CO₂-Reduktion nicht bis 2025 schafft, schreibt man hinter das Ziel einfach 2030. Oder man ändert das Jahr, auf das man sich bezieht, dann gilt die Reduktion plötzlich gegenüber 2015 und nicht mehr gegenüber 2020. Wir haben auch gesehen, dass ein Ziel in dem Jahr, in dem es erreicht wurde, überhaupt das erste Mal deklariert wurde.

Wer will denn schon zeigen, dass man Klimaziele nicht erreicht?

Es gibt durchaus Firmen, die aufzeigen, dass sie mehr CO₂ ausgestossen haben als geplant war. Das ist nicht gut, aber es ist definitiv besser, das korrekt darzustellen, als diesen Ausstoss durch Tricks niedriger erscheinen zu lassen. Wir haben in der Studie Unternehmen, die Klimaziele nicht erreichen, nicht als inkonsistent bezeichnet, wenn die Darstellung nachvollziehbar ist und erklärt wird, warum das Ziel nicht erreicht wurde. Auch wenn sich eine Firma ein neues, vielleicht realistischeres Ziel setzt, wurde das nicht kritisiert, solange das begründet wurde.

Dann waren die Ziele zu ambitioniert?

Es kann viele Gründe geben, warum man ein Ziel nicht erreicht. Vielleicht wurden seither Unternehmensteile verkauft oder neue Sparten integriert, vielleicht ist eine neue Produktionslinie noch nicht so effizient wie ursprünglich erhofft. Wenn solche Probleme erklärt werden, sahen wir in der Studie kein Problem in der Berichterstattung.

«Beim Greenwashing klafft eine Lücke zwischen dem, was man sagt, und dem, was man tut.»

Die Anwendung der EU-Richtlinie führt zumindest auf unserem Kontinent dazu, dass die Nachhaltigkeitsberichterstattung eines Unternehmens auf 100 Seiten anwachsen kann. Sind solche Vorschriften noch vernünftig?

Vor wenigen Jahren gab es Reports mit 200 oder gar 300 Seiten. Abgebildet werden ja nicht nur ökologische Fragen, sondern auch Themen der sozialen Verantwortung. Man muss eine Balance finden, die richtigen Aspekte im Bericht drin haben, aber auch den Aufwand eingrenzen. Die EU hat mit

dem Omnibus-Paket, einer Initiative zur Entbürokratisierung, die Berichterstattungspflicht gemäss der Corporate Sustainability Reporting Directive vereinfacht, um gerade für kleine Unternehmen den Aufwand und damit die Kosten zu begrenzen.

Dann braucht der Bericht weniger Platz im Bücherregal ...

Der Bericht gehört auf den Tisch des Managements, damit es sieht, wo es welche Risiken im Betrieb hat, merkt, welche Chancen sich eröffnen, und sich klar darüber wird, mit welchen Strategien es das Unternehmen weiterführen will.

Wenn ein Unternehmen weniger Energie braucht, profitiert es ökonomisch. Nachhaltigkeit ist nicht nur fürs Schaufenster.

Oft sind das Low Hanging Fruits, die zu pflücken in jeder Beziehung sinnvoll ist. Die Unternehmen erkennen durchaus, dass Energiesparen oder der Einsatz erneuerbarer Energie mit der Zeit ein Business Case ist. Klar, eine Photovoltaikanlage kostet erst einmal etwas. Aber sie liefert auch einen Return. Firmen, die schon vor 25 Jahren Geld für solche Themen in die Hand nahmen, mussten sich gegenüber ihren Investoren viel mehr rechtfertigen als heute. Künftig werden Unternehmen erklären müssen, warum sie nicht in die Nachhaltigkeit investiert haben. Der Preis für CO₂-Emissionen wird ansteigen, in ein paar Jahren kann der vermeidbare Ausstoss von CO₂ das Unternehmen teuer zu stehen kommen.

Anzeige

ECOLEADER
SUSTAINABILITY CONSULTANCY

Boutique-Beratung für
strategisches Nachhaltigkeits-
management & ESG-Reporting

Der grösste Druck dürfte aber von Kundenseite kommen?

Wenn eine Firma ein Produkt herstellt, das im Betrieb nachhaltiger ist als die Produkte der Mitbewerber, dann ist das auf dem Markt ein ausgezeichnetes Argument. Ebenso, wenn das Produkt schon nachhaltig hergestellt wurde. Denn die Kunden müssen selbst einen Nachhaltigkeitsbericht schreiben, und diese Angaben fliessen da rein.

Wer kontrolliert die Angaben, die ein Unternehmen im Nachhaltigkeitsbericht macht?

In der EU ist gemäss der Corporate Sustainability Reporting Directive eine externe Prüfung, ein Audit, vorgeschrieben. Da kommen dann oft die gleichen Wirtschaftsprüfungsgesellschaften zum Zug, die auch den Finanzbericht kontrollieren. Zudem gibt es die Green Claims Directive, die besagt, dass ein Unternehmen Aussagen zum Klima beweisen können muss. Wenn ein Hersteller ein klimaneutrales Produkt bewirbt, muss er das belegen können. Um Greenwashing zu verhindern, gilt in der Schweiz seit letztem Jahr eine Anpassung des Bundesgesetzes gegen unlauteren Wettbewerb mit der gleichen Stossrichtung wie in der EU: Klimabezogene Angaben in der Werbung müssen belegbar sein; andernfalls gelten sie als irreführend und unlauter.

Falsche oder geschönte Angaben im Nachhaltigkeitsbericht sind auch ein Reputationsrisiko.

Auf jeden Fall. Ein Unternehmen möchte bei Kunden, Investoren und Lieferanten gut dastehen, und auch die öffentliche Meinung ist ein wichtiger Faktor. Darum haben selbst in den USA bisher die meisten Firmen an einer Nachhaltigkeitsberichterstattung festgehalten.

Die nächste Manager-Generation muss in diesen Themen fit sein. Ihr Know-how dürfte an der Universität St.Gallen sehr gefragt sein.

Es gibt an der HSG zwei Zertifikatsprogramme, eines auf Masterstufe, Managing Climate Solutions, und eines auf Bachelorstufe, Integrative Sustainability Management. Diese Programme wurden aufgesetzt, weil es so viel Interesse am Thema gibt. Unsere Studenten werden zudem in vielen anderen Kursen, vor allem in Accounting und Finance, an Themen wie Sustainable Reporting und Sustainable Finance herangeführt.

Die Studenten wissen, dass dieses Know-how nützlich für sie sein wird?

Die HSG hat vor einiger Zeit eine Untersuchung unter Studenten gemacht und gefragt, wie wichtig Nachhaltigkeit für sie ist. Weit über 90 Prozent haben angegeben, dass das Thema wichtig für sie selbst ist und auch für ihre zukünftigen Jobs. Sie haben verstanden, dass dieses Thema bleiben wird.

«Klimabezogene Angaben in der Werbung müssen belegbar sein, andernfalls gelten sie als irreführend und unlauter.»

Prof. Dr. Judith Louise Walls ist ordentliche Professorin für Nachhaltigkeitsmanagement und Direktorin des Institute of Responsible Innovation, Sustainability and Energy (RISE) an der Universität St.Gallen (HSG). Sie forscht an der Schnittstelle von Wirtschaft und ökologischer Nachhaltigkeit und konzentriert sich dabei auf das Führungsverhalten.



Text: Philipp Landmark
Bild: Marlies Beeler-Thurnheer



Die Hälg Group ist enkeltauglich

Nachhaltigkeit bedeutet für die St.Galler Hälg Group, Verantwortung so wahrzunehmen, dass es das Unternehmen auch übermorgen noch gibt.

Die Hälg Group veröffentlicht seit 2022 im Zweijahresrhythmus einen Nachhaltigkeitsbericht, obwohl sie das nicht tun müsste. «Das geschieht vollkommen freiwillig», sagt der Mitinhaber und Delegierte des Verwaltungsrats Roger Baumer. «Wir haben keine gesetzliche Verpflichtung dazu.»

Die Brüder Roger und Marcel Baumer führen die St.Galler Hälg Group in vierter Generation. Das Unternehmen ist in den Bereichen Gebäudetechnik und Facility Management tätig, beschäftigt an 30 Standorten rund 1300 Mitarbeiter und erwirtschaftete im vergangenen Jahr einen Umsatz von 350 Millionen Franken. Allein 2025 hat die stetig wachsende Hälg Group fünf KMU-Betriebe akquiriert und integriert.

Seit einigen Jahren beschäftigt sich das Unternehmen aber auch mit anderen Kennzahlen: «Schon vor unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht haben wir uns damit auseinandergesetzt, wie wir unser Engagement im Bereich Nachhaltigkeit transparent machen können», sagt Tamara Bosshard, die Corporate-Social-Responsibility-Beauftragte der Hälg Group.

Passender Rahmen

Nachhaltigkeitsbestrebungen lassen sich auf verschiedenen Plattformen abbilden. Doch da muss ein Unternehmen über das ganze Spektrum Informationen liefern, die für ein Schweizer KMU zum Teil völlig irrelevant sind. «Beispielsweise konnten wir nicht glaubwürdig darlegen, dass Kinderarbeit bei uns kein Thema ist», sagt Tamara Bosshard. «Wir haben uns nun für einen anderen Weg entschieden.»

Die Hälg Group setzte schliesslich auf eine Nachhaltigkeitsberichterstattung gemäss dem GRI-Standard. Die Global Reporting Initiative ist eine unabhängige internationale Organisation, die den weltweit am häufigsten genutzten Standard für Nachhaltigkeitsberichterstattung entwickelt hat.

«Nun können wir sehr gezielt hinschauen, dokumentieren, Fortschritte präsentieren, auf eine Art und Weise, die unternehmerisch sinnvoll ist und zur Hälg Group passt», sagt Tamara Bosshard. Die Hälg Group veröffentlicht den Nachhaltigkeitsbericht integral auf ihrer Website, im Rahmen einer Kommunikationsstrategie, die grossen Wert auf Transparenz legt. «Wir kommunizieren viel mehr, als wir müssten», sagt Roger Baumer.

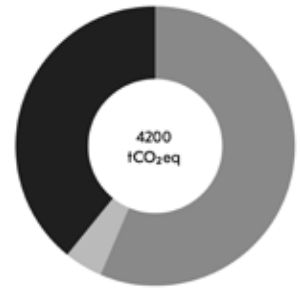
«Es ist unternehmerisch und menschlich nachhaltig, gute Arbeitsbedingungen anzubieten.»

Langfristige Perspektive

Roger und Marcel Baumer übernahmen 2008 die Führung der Hälg Group, kurz danach wurde das Leitbild des Unternehmens neu aufgelegt. Schon damals wurden viele Themen abgebildet, die als nachhaltig gelten; die Ökologie wurde ebenso erwähnt wie die Beziehung zu den Mitarbeitern. Damals wurden dieselben fünf Stakeholdergruppen wie heute genannt: Öffentlichkeit, Kunden, Mitarbeiter, Eigentümer, Lieferanten und Partner. «Als Aktionäre haben wir ein Interesse an einem langfristigen Unternehmenserfolg», sagt Roger Baumer. «Wir wollen das Unternehmen nachhaltig führen, in der Familie halten und unabhängig bleiben.»

Emissionen im direkten Einflussbereich

	tCO ₂ eq	
● Scope 1	2 372	56.5%
Treibstoffe	2 224	53.0%
Brennstoffe	148	3.5%
● Scope 2	185	4.4%
Fernwärme	175	4.2%
Strom	10	0.2%
● Scope 3	1 643	39.1%
Brennstoff- & energiebez. Emissionen	615	14.6%
Betriebsabfälle	202	4.8%
Geschäftsreisen	1	0.0%
Pendlerverkehr	706	16.8%
Vermietete Objekte	120	2.8%



Nur 4200 Tonnen von 170'442 Tonnen CO₂-Äquivalenten sind im direkten Einflussbereich, das sind 2,46 Prozent des Ausstosses.

Mit dem GRI-Standard werden Nachhaltigkeitsthemen umfassend abgedeckt. Trotzdem kann sich die Hälg Group auf jene Themen fokussieren, die für sie auch relevant sind. «Bereits die Auseinandersetzung mit den sogenannten wesentlichen Themen ist die entscheidende Grundlage zur Definition konkreter Ziele. Wir verstehen heute besser, was unsere Handlungsoptionen sind», sagt Tamara Bosshard.

Erfolgsfaktor Mensch

Bei der Vielzahl an möglichen Handlungsfeldern könnte ein KMU schnell einmal den Überblick verlieren. Um die für sie relevanten Themen zu identifizieren, hat die Hälg Group eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Sechs Themen stehen nun im Fokus: Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz, Beschäftigung, Aus- und Weiterbildung, Emissionen, wettbewerbswidriges Verhalten und wirtschaftliche Leistung.

Im aktuellen Nachhaltigkeitsbericht steht dazu: «Die Wesentlichkeitsanalyse bestätigt, dass der gesetzte Schwerpunkt unseres Engagements auf soziale Themen zielführend und effektiv ist. In unserem Dienstleistungsgeschäft sind die Mitarbeiter der zentrale Erfolgsfaktor. Nur als attraktiver Arbeitgeber gelingt es uns, unsere Position als Qualitätsanbieter langfristig zu erhalten und zu steigern.»

Im wirtschaftlichen Bereich werden Aspekte wie Compliance und Governance beschrieben. «Das sind unternehmerische Themen, die wir nicht aufgrund der Vorgaben, sondern aus eigenem Antrieb verfolgen, damit das Unternehmen sauber geführt wird», sagt Roger Baumer.

«Bei Corporate Social Responsibility geht es um viel mehr als «nur» um die Umwelt», erklärt Tamara Bosshard. Roger Baumer spricht von verantwortungsvollem Handeln in den Dimensionen Wirtschaft, Ethik und Ökologie. «Wir haben dem auch ein eigenes Label gegeben, wir nennen es «Enkeltauglichkeit».

CO₂-Messung für ganze Gruppe

Die Hälg Group hat sich verpflichtet, aktiv zur Erreichung der Agenda 2030 der Vereinten Nationen beizutragen. Auch deshalb hat das Unternehmen im Bereich Ökologie den Nachhaltigkeitsbericht stetig ausgebaut.

«Wir haben für das Jahr 2024 erstmals eine CO₂-Bilanz für die ganze Gruppe gemacht, das ist ein grosser Schritt in der Entwicklung unseres Nachhaltigkeitsberichts», erklärt Tamara Bosshard. «Vorher konnten wir einzelne Bereiche beziffern, hatten aber keinen umfassenden Wert für alle drei Scopes und kannten auch unser Reduktionspotenzial nicht.»

Der Nachhaltigkeitsbericht der Hälg Group ist ein dynamisches Instrument. «Wir mussten einfach einmal anfangen und einen Pflock einschlagen», sagt Tamara Bosshard. «So konnten wir sehen, wo noch Lücken bestehen und welche Informationen wir benötigen, um konkrete Ziele formulieren zu können.»

Es entspricht dem Antrieb der Inhaber, dass die Hälg Group nachhaltig agieren soll. Auch der Markt verlangt nach bestimmten Nachhaltigkeits-Labels. «Gerade die öffentliche Hand setzt mehr auf das Thema Nachhaltigkeit», sagt Roger Baumer.

Wachstum bedeutet mehr CO₂

CO₂-Bilanzen sind in die Bereiche Scope 1, Scope 2 und Scope 3 unterteilt. In allen Bereichen zusammen weist die Hälg Group einen Ausstoss von 170'442 Tonnen CO₂-Äquivalenten aus. Nur 4200 Tonnen davon, ganze 2,46 Prozent, liegen aber im direkten Einflussbereich des Unternehmens.

«Wir kommunizieren viel mehr, als wir müssten.»

Die Hälg Group baut Wärmepumpen ein, konzipiert Gebäudeautomatationen, macht Service an Anlagen und trägt so grundsätzlich zur Ökologisierung bei. Doch je mehr das Unternehmen wächst, desto grösser wird seine CO₂-Bilanz. Im Scope 3 wird der hochgerechnete Verbrauch installierter Anlagen über Jahrzehnte aufgeführt.

Die allfällige Verbesserung gegenüber früheren Lösungen lässt sich dagegen nicht abbilden. «Da leisten wir einen riesigen Beitrag, der sich leider nicht auf unsere CO₂-Bilanz niederschlägt», sagt Roger Baumer.

Fokus auf Einflussbereich

Bei den eingesetzten Komponenten hat das installierende Unternehmen oft keinen Handlungsspielraum. In grösseren Ausschreibungen werden die Produkte oft vorgegeben, «wir können die Geräte dann nicht wählen», sagt Roger Baumer. Die allermeisten Anlagen und Geräte, die Hälg verbaut, stammen aus Europa, und die europäischen Hersteller haben ihrerseits Klimaziele, wie Roger Baumer erklärt:

Anzeige

LEADER

St.Galler Forum für
Finanzmanagement
und Controlling
Freitag,
14. August 2026,
12 bis 17 Uhr

**M&A – AKTUELLE
PRAXIS UND
ERFAHRUNGEN**

Übernahmegeschäfte
in der Schweiz
WO WISSEN WIRKT.

IFL Institut für
Finance und Law

OST
Ostschweizer
Fachhochschule



Roger Baumer ist Delegierter des Verwaltungsrats und Mitinhaber der Hälg Group. Tamara Bosshard ist Leiterin Marketing und Kommunikation und Corporate-Social-Responsibility-Beauftragte.

«Neue Komponenten sind deshalb tendenziell immer nachhaltiger und ökologischer.»

Weil der direkte Einflussbereich gering ist und auch die Lieferanten der Hälg Group an der Reduktion ihrer CO₂-Emissionen arbeiten, ist die Beschaffung ein Bereich, auf den sich die Hälg Group nicht fokussiert.

Stattdessen packt die Hälg Group innerbetriebliche Themen an. Dass die Fahrzeugflotte aus ökologischer Sicht Potenzial für Optimierungen bietet, war den Verantwortlichen schon länger bewusst. Nun liefert der Nachhaltigkeitsbericht die Grundlagen für künftige Massnahmen. «Während wir bei den eingekauften Gütern ein pragmatischeres Verfahren wählten, haben wir für unsere Fahrzeugflotte exakte Daten», sagt Tamara Bosshard. «Auch in anderen Bereichen, in denen wir selbst Einfluss haben und uns verbessern wollen, schauen wir genauer hin.»

Dazu zählt beispielsweise die Sanierung eigener Liegenschaften. «Wir machen sie Schritt für Schritt ökologischer und bauen zum Beispiel die Photovoltaik-Anlagen gezielt aus», sagt Roger Baumer. «Das müssten wir nicht tun, wir machen das aber aus Überzeugung.»

Gut mit Daten abgebildet sind auch soziale Aspekte, alles, was die Mitarbeiter betrifft etwa. Absenz- und Krankheitstage werden gezählt, die Fluktuation beziffert oder die Weiterbildungen registriert. «Es ist unternehmerisch und menschlich nachhaltig, gute Arbeitsbedingungen anzubieten», sagt Roger Baumer. «Wir machen kein Wunschkonzert, es gibt nicht alles. Aber unsere Mitarbeiter sollen sagen können: «Ich fühle mich hier wohl», dann gewinnen auch wir als Unternehmen.»

Schwierige Elektrifizierung

Der ökologische Bereich der Berichterstattung ist der komplexeste und aufwendigste, darin sind sich Roger

Baumer und Tamara Bosshard einig. Das zeigt sich auch bei den Bemühungen, die knapp 700 Fahrzeuge umfassende Firmenflotte nachhaltiger zu machen.

Die Elektrifizierung wurde bereits gestartet, zunächst vor allem bei Fahrzeugen, die nicht als Nutzfahrzeuge im Einsatz stehen. Bei den Lieferwagen der Monteure zeigt sich das Unternehmen derzeit noch zurückhaltender. Denn diese mobilen Werkstätten stehen über Nacht oft bei den Mitarbeitern zu Hause. Am nächsten Morgen fahren die Monteure damit direkt zu einer Baustelle. Die Nutzfahrzeuge können somit nicht über Nacht am Firmenstandort geladen werden.

«Das Wichtigste für uns ist, dass unsere Mitarbeiter ihre Arbeit für die Kunden zuverlässig ausführen können», sagt Tamara Bosshard. Gleichzeitig ist ihr als Autorin des Nachhaltigkeitsberichts bewusst: «Wir haben ein Ziel für den CO₂-Ausstoss bis 2030 definiert. Im Scope 1 und 2 streben wir eine Reduktion von 25 Prozent an.» Die Flotte leistet da einen wesentlichen Beitrag. «Da braucht es auch noch Überzeugungsarbeit», sagt Roger Baumer. «Wir haben aber ein Projekt gestartet, um die Elektrifizierung der Flotte weiter zu beschleunigen.»

«Bei Corporate Social Responsibility geht es um mehr als «nur» die Umwelt.»

Text: Philipp Landmark
Bild: Rebekka Grossglauser

Effiziente Züge lohnensich doppel

Stadler gehört inzwischen zu den fünf grössten Eisenbahnherstellern der Welt und gilt als Marktführer bei alternativen Antrieben. Anfang Mai präsentierte das Unternehmen an der Generalversammlung erstmals einen Nachhaltigkeitsbericht nach EU-Vorgaben.

Stadler stellt Produkte für den öffentlichen Verkehr her. Ist also das inzwischen global agierende Ostschweizer Unternehmen per se nachhaltig? Eigentlich ja – und doch ist es nicht so einfach.

Im aktuellen Geschäftsbericht über das Jahr 2025 nimmt die Nachhaltigkeitserklärung exakt hundert Seiten ein, deutlich mehr als die Finanzkennzahlen. Zum ersten Mal wurde dieser Bericht nach den Vorgaben des European Sustainability Reporting Standards (ESRS) zusammengestellt. Dieses Raster entspricht der Corporate Sustainability Reporting Directive, einer Vorgabe der Europäischen Union, die auch für Stadler verpflichtend wird, denn das Unternehmen hat etliche Standorte und viele Kunden in der EU.

«Der Nachhaltigkeitsbericht wurde sicher nicht kompakter mit den EU-Regulierungen», sagt Beat Meier, Head of Global Sustainability bei Stadler. Immerhin seien die Schweizer Vorschriften weitgehend mit den Vorgaben der EU harmonisiert worden. Und viele Nachhaltigkeitsparameter erfasst das Unternehmen ohnehin schon seit einiger Zeit: «Wir mussten nicht alles neu erfinden.»

«Weil die Physik überall die gleiche ist, funktioniert etwas, das in Polen funktioniert, auch in der Schweiz oder in Spanien.»

Globales Team

Um den komplexen Anforderungen der Nachhaltigkeitsberichterstattung gerecht zu werden, hat Stadler ein globales Nachhaltigkeitsteam geschaffen, das direkt dem Group CEO angegliedert ist. Geleitet wird es von Beat Meier, der zudem auch eine kleine Einkaufseinheit führt, die zentrale Themen bearbeitet. Meier war zuvor Assistent von CEO Markus Bernsteiner, er hat also kurze Wege zum Chef.

Das konzernweite Nachhaltigkeitsteam basiert auf den bestehenden Organisationen im Qualitätsmanagement und Arbeitssicherheitsbereich. «Dafür gab es ohnehin an jedem Standort Verantwortliche, und das sind nun meine Ansprechpartner», sagt Beat Meier. Gewisse Parameter muss jeder Standort auch gegenüber den lokalen Behörden ausweisen,

dabei handelt es sich überall um fast die gleichen Angaben. Für das Unternehmen werden diese Kennzahlen dann zusammengezogen.

Die Verantwortlichen der verschiedenen Stadler-Standorte stehen miteinander in einem offenen Austausch: «Das Voneinanderlernen ist eine gute Sache. Mit mehr Köpfen kommen auch viele Verbesserungsvorschläge zusammen», erklärt Beat Meier. «Und weil die Physik überall die gleiche ist, funktioniert etwas, das in Polen funktioniert, auch in der Schweiz oder in Spanien.» In Spanien würde sich eine Solaranlage freilich noch mehr lohnen als in Nordschweden, «aber grundsätzlich geht es überall um die Frage: Was können wir machen, um Emissionen zu sparen?»

Klare Ziele formuliert

Weil sich Stadler auch der Science Based Targets Initiative von führenden Umwelt- und Nachhaltigkeitsinstitutionen verpflichtet hat, formuliert das Unternehmen Ziele für die Entwicklung der Emissionen. Wichtigstes Ziel: Bis 2050 will Stadler Netto-Null erreichen, also eine ausgeglichene CO₂-Bilanz. In der Nachhaltigkeitserklärung wird über den Weg dahin Rechenschaft abgelegt. Im Referenzjahr 2022 verursachte Stadler bei den eigenen Emissionen (Scope 1 und Scope 2) 40'817 Tonnen CO₂, im Berichtsjahr 2025 waren es 36'892 Tonnen, 9,6 Prozent weniger. Das Zwischenziel für 2030, minus 50 Prozent, ist also durchaus sportlich.

Erreicht wird diese Dekarbonisierung unter anderem durch den verstärkten Einsatz erneuerbarer Energien. 2025 machte diese ein Drittel des konzernweiten Energieverbrauchs aus, eine deutliche Steigerung gegenüber 2022 mit 26 Prozent. «Gerade im Bereich der erneuerbaren Energie haben wir sehr viel gemacht, wir haben viele Solaranlagen installiert», sagt Beat Meier. «Das sind Investitionen, die uns nachhaltiger machen und sich für uns als Firma auch lohnen.» Gleiches gilt für die Umstellung einer Heizung auf Wärmepumpen oder den Ersatz von Leuchtstoffröhren durch LED-Elemente. Weil sich solche nachhaltigen Massnahmen auch rein ökonomisch lohnen, «hätten wir das wahrscheinlich auch ohne Berichtspflicht gemacht», sagt Beat Meier.

Grosse Hebel für die Dekarbonisierung bei den eigenen Emissionen sind der Umstieg auf eingekauften grünen Strom und die Eigenproduktion von Solarstrom. Dazu kommen die Elektrifizierung der Firmenautos, der Ersatz von Brennstoffen bei Heizungen und reine Effizienzmassnahmen bei Strom und Wärme.



Beat Meier:

«Wie können wir Emissionen sparen?»



Bahn wird per Bahn geliefert: Schmalspurtriebwagen für die RhB wurden 2019 auf Normalspur-Transportwagen verladen.

Ein Prozent direkt beeinflussbar

Die Massnahmen, die Stadler in der eigenen Produktion direkt beeinflussen kann, haben allerdings einen überraschend bescheidenen Effekt auf das Gesamtbild. Denn, wie Beat Meier klarstellt: «24 Prozent der Emissionen sind vorgelagert, 75 Prozent sind nachgelagert, und genau ein Prozent kommt aus dem eigenen Betrieb.»

99 Prozent der Emissionen fallen also im Bereich Scope 3 an, bei den Lieferanten von Materialien wie Aluminium oder Stahl, vor allem aber im Betrieb der Züge über ihre Lebensdauer von über 30 Jahren.

Bei den vor- und nachgelagerten Emissionen will Stadler bis 2030 Einsparungen von 25 Prozent, bis 2050 von 50 Prozent gegenüber 2024 erreichen. Die Momentaufnahme trübt diese ambitionierten Ziele: 2025 wurden als Scope-3-Emissionen ein CO₂-Ausstoss von 7'898'266 Tonnen berechnet, das ist 48,3 Prozent höher als im Vorjahr.

«24 Prozent der Emissionen sind vorgelagert, 75 Prozent sind nachgelagert, und genau ein Prozent kommt aus dem eigenen Betrieb.»

In der Nachhaltigkeitserklärung ist diese markante Verschlechterung erläutert: «Trotz eines klaren Trends der Kunden hin zu Produkten mit einer niedrigen Treibhausgasintensität wurden im Geschäftsjahr 2025 deutlich mehr treibhausgasintensivere Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert als im Vorjahr. Dies führte zu einem markanten Anstieg der Scope-3-Emissionen und vergrösserte die Ziellücke im Hinblick auf das Scope-3-Reduktionsziel.»

Immerhin sollte dies kein Trend sein: «Aktuelle Prognosen zu den Auslieferungen deuten darauf hin, dass die Emissionen

aus diesel- und dieselelektrisch betriebenen Fahrzeugen in den kommenden Jahren wieder zurückgehen werden.»

Für die Fahrzeuge, die nun Jahre im Betrieb stehen werden, will Stadler mit den Betreibern prüfen, ob vermehrt Biodiesel verwendet werden kann.

Alternative Antriebe

Aber eigentlich möchte Stadler andere Qualitäten ausspielen: «Wir bauen sehr effiziente Fahrzeuge, und wir sind Weltmarktführer bei den alternativen Antrieben», hält Beat Meier fest. Da auch die Bahnbetreiber selbst eine Emissionsbilanz vorlegen müssen, sind Konzepte von Stadler mit Zügen, die beispielsweise oberleitungsfreie Abschnitte mit Batterien überbrücken oder mit Wasserstoff angetrieben werden, sehr gefragt.

Wenn die Ingenieure also einen Zug auf die Gleise stellen, der wieder ein kleines bisschen effizienter ist als vergleichbare Fahrzeuge, dann ist das ein gutes Argument gegenüber Kunden, und es hilft, die Scope-3-Emissionen zu senken. Zu den Anforderungen moderner Züge gehört heute auch, dass schon die Konstruktion auf ein späteres Recycling Rücksicht nimmt. Die ökonomischen und ökologischen Interessen sind deckungsgleich.

Effiziente Transporte

Obwohl der Hebel bei den vor- und nachgelagerten Emissionen grösser ist, bleibt der Blick auf die hausgemachten Emissionen geschärft. Stadler beschäftigt inzwischen über 17'000 Mitarbeiter an mehr als 80 Standorten weltweit, die meisten davon sind Serviceanlagen für die Züge bestimmter Kunden. An 16 grösseren Standorten produziert Stadler Komponenten oder macht die Endmontage von Zügen. Viele gleiche Produktionsschritte gibt es an mehreren Standorten, was eine gewisse Flexibilität in der Auftragsabwicklung ermöglicht. Oft werden daher grosse Bauteile zwischen verschiedenen Standorten transportiert, was auf den ersten Blick nicht sonderlich ökologisch aussieht. Diese Abläufe werden jedoch stets optimiert, wie Beat Meier betont: «In der Regel sucht man die effizienteste Variante. Das ist ein automatischer Treiber. Die Ökonomie hilft sehr stark mit.»



Herstellung einer Eurodual-Lok: Nachhaltiges Antriebskonzept.

Auch beim Transport ganzer Züge bemüht sich Stadler um Nachhaltigkeit. Normalspurige Züge werden selbstredend auf der Schiene ausgeliefert, aber auch die neuen Capricorn, die Schmalspur-Triebzüge für die Rhätische Bahn, wurden auf der Schiene von Altenrhein nach Landquart geliefert. Dafür setzt Stadler spezielle Transportwagen ein, die schon 80 Jahre alt sind. «Damit wir Schmalspurfahrzeuge weiterhin so ausliefern können, haben wir nun neue Transportwagen konstruiert», sagt Beat Meier.

Gezogen werden diese Transportzüge neu von zwei Lokomotiven mit Stadler-Werbeaufschrift, die aber Herstellerplaketten der früheren SLM und ABB tragen. Stadler übernimmt zwei Re 465 von der BLS, die nach dem Aus der «Rollenden Landstrasse» überzählige Loks abstossen will. Auch das ist eine nachhaltige Lösung.

Faire Arbeitsbedingungen

In Nachhaltigkeitsberichten werden stets ökologische Aspekte und Massnahmen für das Klima prominent herausgestrichen, dabei umfassen sie noch viele weitere Themen.

Weltweit sind etwa Massnahmen gegen Kinderarbeit oder gegen Korruption ein grosses Thema, und so natürlich in einer globalisierten Wirtschaft auch für Schweizer Unternehmen relevant.

Stadler definiert in seiner Nachhaltigkeitserklärung verschiedenste Handlungsfelder. Das Unternehmen will bei gleichzeitig ethischem und gesetzeskonformem Verhalten höchste Qualitätsstandards aufrechterhalten. Dazu gehören neben dem Sicherstellen einer emissionsfreien Produktion, dem Ausbau erneuerbarer Energien und der CO₂-Reduktion in der Wertschöpfungskette auch das Design von kreislauf-fähigen Produkten und eine nachhaltige Ressourcenbewirtschaftung. Dazu soll eine nachhaltige Lieferantenbasis aufgebaut werden, Risiken in der Lieferkette sollen vermindert werden. Stadler will für seine kompetenten, engagierten Teams faire Arbeitsbedingungen fördern.

Auch ein sicherer und gesunder Arbeitsplatz gehört zu diesem Zielbild, nicht nur in der Theorie: Die Reduktion von Arbeitsunfällen, gemessen an Ausfalltagen, ist auf gutem Weg. 2025 war sie ein Drittel tiefer als 2022. Schwierig ist für ein Technologieunternehmen nach wie vor, den Frauenanteil in Führungspositionen zu erhöhen, er soll von aktuell 14,6 Prozent auf 20 Prozent im Jahr 2030 steigen. Vielleicht erfassen die Bestrebungen dann auch die Konzernleitung, die im Gegensatz zum Verwaltungsrat schon länger ein reines Männergremium ist.

«In der Regel sucht man die effizienteste Variante. Das ist ein automatischer Treiber. Die Ökonomie hilft sehr stark mit.»

Text: Philipp Landmark

Bild: Rebekka Grossglauser, Philipp Landmark

Anzeige

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

exponorm.

Ich brauche
exponorm.ch

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

071 282 38 00 info@exponorm.ch



Weniger Glamour, mehr Substanz

Wer die Thurgauer Wirtschaft nur als solides Konglomerat aus Gewerbe, Tourismus und Landwirtschaft wahrnimmt, greift zu kurz. Der Kanton vereint eine bemerkenswerte industrielle Dichte, eine starke Ernährungswirtschaft, gewichtige Arbeitgeber im Gesundheitswesen und in der Energieversorgung, exportstarke Technologieunternehmen sowie eine Bank, die weit über die klassische Kreditvergabe hinaus als Taktgeberin des Standorts wirkt.





Wenn der Binnenmarkt an Dynamik verliert, liefern exportorientierte Firmen Gegenimpulse.

Der Thurgau ist kein Kanton der grossen Schlagzeilen, aber einer der wirtschaftlich interessantesten Räume der Ostschweiz. Ende 2023, die aktuellsten verfügbaren Zahlen, waren im Kanton 148'637 Personen in 22'004 Unternehmen beschäftigt. Seit 2018 entstanden damit knapp 11'000 zusätzliche Arbeitsplätze. Gleichzeitig trägt der Thurgau 2,6 Prozent zum Schweizer Bruttoinlandsprodukt bei. Das BIP pro Einwohner liegt mit rund 70'500 Franken zwar unter dem Schweizer Durchschnitt von etwa 90'000 Franken. Diese Differenz erklärt sich aber durch die Struktur des Kantons: weniger Konzernzentralen, dafür mehr Industrie, Produktion und KMU.

Das eigentliche Rückgrat bildet eine breit aufgestellte industrielle Basis.

Die kantonale Wirtschaftsförderung nennt als starke Branchen die Metallbe- und -verarbeitung, den Maschinenbau, die Lebensmittelindustrie, die Kunststoffindustrie, die ICT sowie die Medizintechnik. Genau darin liegt eine besondere Stärke des Thurgaus: Er hängt nicht an einem einzelnen Sektor. Wenn die Industrie schwächelt, tragen Bau, Gesundheit, Grundversorgung oder Binnenkonsum mit. Wenn der Binnenmarkt an Dynamik verliert, liefern exportorientierte Firmen aus Sensorik, Bahntechnik, Bauzulieferung oder Spezialverpackung Gegenimpulse. Der Thurgau ist damit nicht spektakulär monolithisch, sondern belastbar diversifiziert.

Diese Breite zeigt sich auch bei den prägenden Unternehmen. Stadler mit Hauptsitz in Bussnang ist der international sichtbarste industrielle Anker. Der Schienenfahrzeughersteller beschäftigt weltweit mehr als 17'000 Mitarbeiter, davon rund 6000 in der Schweiz, und gehört zu den wichtigsten industriellen Aushängeschildern des Kantons.

Daneben steht die Arbonia in Arbon, die sich nach tiefgreifendem Umbau fokussierter aufgestellt hat und 2025 einen Umsatz von 624,5 Millionen Franken sowie eine verbesserte operative Marge auswies. Baumer in Frauenfeld ist ein weiterer Schlüsselspieler, wenn auch weniger laut. Die Gruppe beschäftigt rund 2900 Mitarbeiter weltweit und ist in der Sensorik und Messtechnik global präsent. Dazu kommt die Model Group mit Hauptsitz in Weinfelden, die 2025 einen Gruppenumsatz von 936 Millionen Franken und 4344 Mit-



Die Region profitiert von der Nähe zu natürlichen Qualitätsrohstoffen.

arbeiter ausweist. Das sind keine Randphänomene, sondern Unternehmen, die den Kanton international vernetzen.

Zum industriellen Kern gehören zudem Firmen, die das Profil des Kantons in ganz unterschiedlichen Märkten schärfen. General Dynamics European Land Systems Mowag in Kreuzlingen ist als Wehrtechnikstandort politisch sensibel, wirtschaftlich aber ein Schwergewicht. Sky-Frame in Frauenfeld wurde 2025 mit dem Thurgauer Wirtschaftspreis ausgezeichnet und steht exemplarisch für international erfolgreiche Nischenanbieter. Die Holy Fashion Group in Kreuzlingen hält mit ihren Marken Joop!, Strellson und Windsor ein internationales Modehaus im Kanton und ist in rund 50 Ländern aktiv.

Ifolor wiederum zeigt, dass auch ein traditionsreiches Fotounternehmen digital bestehen kann. Das Unternehmen beschäftigt insgesamt rund 250 Mitarbeiter, davon rund 130 am Hauptsitz in Kreuzlingen.

«Der Thurgau hat seine wirtschaftliche Stärke nicht trotz seiner Struktur, sondern wegen ihr.»

Ein zweites Schwergewicht ist die Ernährungswirtschaft.

Sie ist im Thurgau nicht bloss ein Anhängsel der Landwirtschaft, sondern ein eigenständiger industrieller Block. Die Region profitiert von der Nähe zu Qualitätsrohstoffen wie Äpfeln, Beeren, Getreide, Zucker und Fleisch, was die kantonale Wirtschaftsförderung ausdrücklich als Standortvorteil nennt. A.Vogel in Roggwil steht exemplarisch für die Verbindung von Natur, Marke und internationalem Vertrieb. Das Unternehmen erzielt rund 115 Millionen Franken Umsatz, ist in über 25 Ländern präsent und beschäftigt rund 500 Mitarbeiter weltweit, davon rund 170 in der Schweiz. Die Lebensmittelproduktion in Bischofszell bleibt ein wichtiger industrieller Anker innerhalb der Migros-Industrie. Der Thurgau ist damit nicht nur Apfeland, sondern ein



Auch öffentliche Akteure zählen zu den grossen wirtschaftlichen Taktgebern.

ernst zu nehmender Produktionsstandort für Lebensmittel und Gesundheitsprodukte.

Neben Industrie und Ernährung spielt auch die Bauwirtschaft eine zentrale, oft unterschätzte Rolle. Sie trägt nicht nur substantiell zur Wertschöpfung bei, sondern wirkt als stabilisierender Faktor in wirtschaftlich unsicheren Zeiten. Während exportorientierte Industriebetriebe zuletzt unter schwächerer Nachfrage litten, präsentiert sich das Baugewerbe im Thurgau weiterhin in guter Verfassung.

Die Auftragslage bleibt mehrheitlich solide, getragen von Wohnbau, Sanierungen und Infrastrukturprojekten. Gleichzeitig zeigt sich jedoch eine strukturelle Herausforderung: Der Fachkräftemangel wirkt zunehmend bremsend und wird von vielen Betrieben stärker gewichtet als die Nachfrage selbst.

Wer über die Thurgauer Wirtschaft schreibt, darf die staatsnahen Schwergewichte nicht ausblenden.

Die Thurgauer Kantonalbank ist weit mehr als eine Bank unter vielen. Sie zählt mit 926 Mitarbeitern und einer Bilanzsumme von rund 36 Milliarden Franken zu den grösseren Banken der Schweiz, gewann 2025 weitere 5500 Kunden und ist die führende Universalbank im Kanton.

Ähnliches gilt für die EKT. Sie gehört vollständig dem Kanton Thurgau, sichert die Energieversorgung, betreibt das Glasfasernetz TGNNet und ist zunehmend auch in Daten, Wärme und Planung aktiv. Nach der Übernahme der Edelmann Ingenieurbüro AG wuchs die Gruppe auf gegen 190 Mitarbeiter. Zusammen mit der Thurmed-Gruppe mit rund 5200 Mitarbeitern zeigt sich, dass auch öffentliche oder öffentlich geprägte Akteure zu den grossen wirtschaftlichen Taktgebern zählen.

Nicht minder wichtig ist die KMU-Ebene.

Sie macht den Kanton beweglich, sorgt für Ausbildungsplätze, Nachfolgelösungen, Zulieferketten und regionale Stabilität. Die IHK Thurgau vereint mehr als 600 Unternehmen, die zusammen über 35'000 Personen beschäftigen und rund 2000 Lehrlinge ausbilden. Der Thurgauer Gewerbeverband versteht sich als zentraler wirtschaftspolitischer Partner der KMU. Ergänzt werden diese Strukturen durch Plattformen wie



Die Landwirtschaft ist nicht mehr dominant, bleibt aber identitätsstiftend.

das Thurgauer Technologieforum sowie durch neue Innovationsräume wie den I+D Campus in Kreuzlingen, der seit Februar 2026 Unternehmen Zugang zu Forschung, Innovationsberatung und Co-Working bietet.

Hinzu kommt eine weitere Eigenheit des Thurgaus: Die Landwirtschaft ist zwar nicht mehr der dominante Wertschöpfungstreiber, sie bleibt aber identitätsstiftend und ökonomisch relevant. Anfang 2024 gab es im Kanton 2280 Betriebe mit Landbewirtschaftung. Diese Basis speist nicht nur die Ernährungswirtschaft, sondern prägt auch Kulturlandschaft, Direktvermarktung und regionale Markenbildung. Im Thurgau sind Primärproduktion, Industrie und Handel enger miteinander verzahnt als in vielen anderen Regionen.

So robust dieses Modell wirkt, so klar sind auch die Herausforderungen.

Die Industrie leidet unter schwacher Auslandnachfrage, mehr als zwei Drittel der Betriebe meldeten Anfang 2026 eine ungenügende Nachfrage. Gleichzeitig bleibt der Fachkräftemangel ein zentrales Thema. Die wirtschaftlichen Perspektiven sind vorsichtig positiv, aber nicht frei von Risiken.

Für einen exportorientierten Kanton wie den Thurgau bleiben das internationale Umfeld, die Beziehungen zur EU, die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen und die Verkehrsinfrastruktur entscheidend. Die IHK drängt auf die Umsetzung der N23-Teilprojekte, weil sie für die regionale Entwicklung zentral sind. Auch Projekte wie Wil West stehen exemplarisch für die Frage, ob der Kanton künftig genügend Raum für wirtschaftliches Wachstum bieten kann.

Der Thurgau hat seine wirtschaftliche Stärke nicht trotz seiner Struktur, sondern wegen ihr. Er besitzt keine dominante Einzelbranche und kein übermächtiges Zentrum. Seine Kraft liegt in der Kombination aus industrieller Tiefe, unternehmerischer Breite, staatlicher Stabilität und regionaler Verwurzelung. Das macht ihn widerstandsfähig, aber nicht selbstgenügsam.

Text: Stephan Ziegler

Bild: KI/Doris Hollenstein, zVg



Industrie braucht heute mehr als funktionierende Technik

Steigende Energiekosten, höhere Anforderungen an Prozesssicherheit und der zunehmende Effizienzdruck verändern die Industrie nachhaltig. Moderne Produktionsbetriebe benötigen heute mehr als funktionierende Technik. Gefragt sind intelligente, vernetzte und wirtschaftliche Versorgungssysteme. Genau hier setzt Promatic aus Affeltrangen an. Mit 86 Mitarbeitenden entwickelt das Unternehmen Lösungen rund um Druckluft, Pneumatik, Vakuum- und Gebläse-technik und verbindet dabei technische Kompetenz mit Digitalisierung, Energieeffizienz und umfassenden Dienstleistungen.

Industrielle Versorgungssysteme mit steigenden Anforderungen

Wer heute in moderne Produktionsstandorte investiert, investiert längst nicht mehr nur in Maschinen oder Gebäude. Entscheidend ist, wie effizient Prozesse im Hintergrund funktionieren. Druckluft zählt dabei zu den wichtigsten Energieträgern in Industrie und Gewerbe und gleichzeitig zu den Bereichen mit hohem Optimierungspotenzial.

Promatic hat sich in den vergangenen Jahrzehnten als spezialisierter Anbieter für industrielle Versorgungssysteme etabliert. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Affeltrangen

begleitet Kunden aus unterschiedlichsten Branchen in der ganzen Schweiz und wächst seit Jahren kontinuierlich. Investiert wird gezielt in neue Fachkräfte, zusätzliche Dienstleistungen, moderne Infrastruktur und digitale Technologien.

Das Leistungsspektrum deckt die gesamte Prozesskette moderner Druckluft- und Pneumatiksysteme ab. Dazu gehören die Bereiche Druckluft erzeugen, Druckluft aufbereiten, Druckluft verteilen und Druckluft anwenden. Ergänzt wird das Angebot durch Lösungen in der Pneumatik sowie in der Vakuum- und Gebläsetechnik. Kunden profitieren von individuell abgestimmten Gesamtlösungen aus einer Hand.

Die Nachfrage nach neuen technischen Komponenten, datenbasierten Dienstleistungen und intelligenten Systemlösungen steigt rasant an. Moderne Produktionsumgebungen benötigen Transparenz über Energieverbrauch, Anlagenzustände und Effizienzpotenziale. Mit der eigens entwickelten AirBox bietet Prematic eine digitale Lösung für Energie-Monitoring, datenbasierte Verbrauchsanalysen, Dashboarding und vorausschauende Wartung. Unternehmen erhalten dadurch einen besseren Überblick über ihre Systeme und können Prozesse gezielt optimieren sowie potenzielle Ausfälle frühzeitig erkennen.

«Die Anforderungen an Industrieunternehmen haben sich in den vergangenen Jahren stark verändert. Energieeffizienz, Anlagenverfügbarkeit und Transparenz über Prozesse werden zunehmend zu entscheidenden Wettbewerbsfaktoren. Genau dort wollen wir unsere Kunden mit intelligenten und langfristig wirtschaftlichen Lösungen unterstützen.»

Effizienz, Service und Digitalisierung als Wettbewerbsfaktor

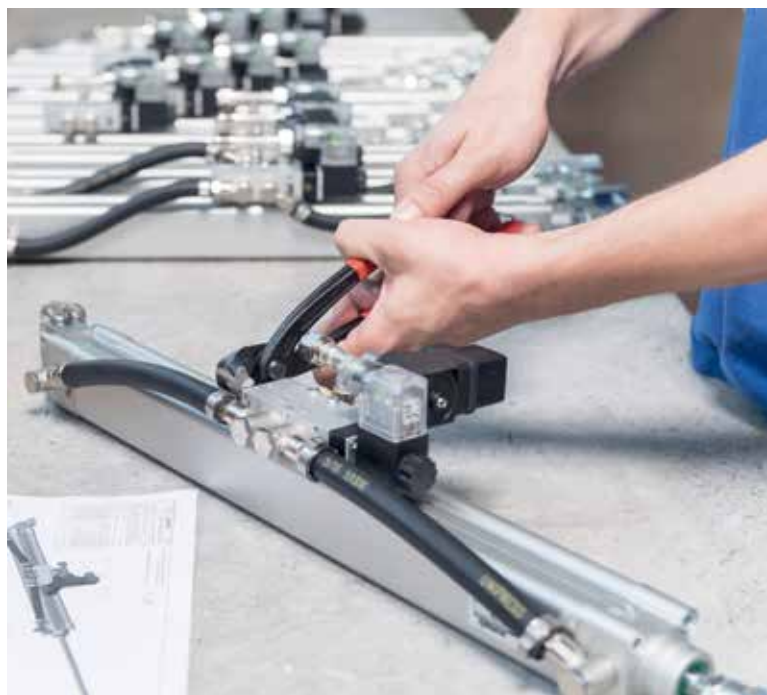
Gerade in energieintensiven Produktionsumgebungen gewinnen Themen wie Energieeffizienz, Betriebssicherheit und Anlagenverfügbarkeit zunehmend an Bedeutung. In vielen Betrieben verursacht Druckluft einen erheblichen Teil des Stromverbrauchs. Gleichzeitig werden ungeplante Produktionsunterbrüche immer kostspieliger. Entsprechend wächst die Nachfrage nach intelligenten Analysen, effizienteren Systemen und zuverlässigem Service.

Diese Entwicklung spürt auch Prematic im Alltag. Besonders der Servicebereich wurde in den vergangenen Jahren kontinuierlich ausgebaut. Neben Planung, Engineering, Installation und Inbetriebnahme gehören heute Wartung, Energieanalysen, Leckagemessungen, Druckluftqualitätsmessungen sowie datenbasierte Systemoptimierungen zum erweiterten Dienstleistungsangebot. Eigene Service-Mechaniker sind schweizweit im Einsatz und sorgen für schnelle Reaktionszeiten und hohe Betriebssicherheit. Neben dem Hauptsitz in Affeltrangen verfügt Prematic auch über Servicestellen in Wikon LU, Domdidier FR und Volketswil ZH. Die regionale Präsenz ermöglicht eine effiziente und standortnahe Betreuung von Kunden in der ganzen Schweiz.

Der Kanton Thurgau bildet dabei bewusst den Mittelpunkt des Unternehmens. Der Hauptsitz in Affeltrangen steht für industrielle Kompetenz, kurze Wege und regionale Verankerung. Gleichzeitig bietet der Wirtschaftsstandort ideale Voraussetzungen für Unternehmen, die langfristig denken, in Fachkräfte investieren und die technologische Entwicklung aktiv vorantreiben.

Trotz Wachstum und technologischer Entwicklung bleibt Prematic den eigenen Werten treu. Das Familienunternehmen wird heute in zweiter Generation geführt und verbindet Kontinuität mit Innovationskraft. Prematic investiert bewusst in Technik und Menschen. Die Ausbildung eigener Lernender und die Förderung qualifizierter Fachkräfte haben im Unternehmen einen hohen Stellenwert.

Die industrielle Zukunft verlangt effiziente, vernetzte und zuverlässige Systeme. Genau in diesem Spannungsfeld positioniert sich Prematic heute als moderner Industriepartner weit über die klassische Drucklufttechnik hinaus.



Jérôme Müggler und Daniel Wessner:

Stärken weiter- entwickeln.



Zwischen Zuversicht und Zurückhaltung

Der Wirtschaftsraum Thurgau präsentiert sich auf den ersten Blick stabil: Der Arbeitsmarkt ist robust, die Unternehmen behaupten sich im Alltag. Gleichzeitig nehmen die Belastungen spürbar zu: Industrie, Investitionen und internationale Nachfrage stehen unter Druck, während geopolitische Unsicherheiten den Handlungsspielraum einschränken. Wie belastet und belastbar ist der Standort also wirklich? Antworten liefern Daniel Wessner, Leiter des Amts für Wirtschaft und Arbeit Thurgau, und Jérôme Müggler, Direktor der Industrie- und Handelskammer Thurgau.

Die Arbeitslosenquote von 2,4 Prozent ordnet Jérôme Müggler nüchtern ein. «Diese entspricht ungefähr dem zehnjährigen Durchschnitt. Die Quote ist für den Kanton Thurgau normal gut, kein Boom, aber auch kein Warnsignal.» Der seit 2023 leicht steigende Trend sei zu beobachten, bewege sich aber «noch weit von einem konjunkturellen Problembereich entfernt». In der Schweiz komme dieser Wert einer strukturellen Vollbeschäftigung nahe, die verbleibende Arbeitslosigkeit sei grösstenteils friktionell.

Daniel Wessner blickt auf das Umfeld hinter dieser Zahl. «Es ist zuerst einmal eine Momentaufnahme, denn wir bewegen uns in einem unsicheren Umfeld.» Globale Spannungen, protektionistische Tendenzen sowie die angespannte Wirtschaftslage in Deutschland wirkten direkt auf die Thurgauer Unternehmen. «Auch unsere Unternehmen kämpfen mit den US-Zollrückforderungen, steigenden Öl- und Energiepreisen und einem starken Franken.» Die Folge seien zurückhaltende Investitionen und Einstellungsstopps insbesondere im Grosshandel und in der Industrie. Die weitere Entwicklung bleibe eng an die geopolitische Lage gekoppelt.

Breite Basis, aber Nachholbedarf bei Innovation

Trotz dieser Unsicherheiten sieht Wessner eine stabile Grundlage. «Unsere KMU haben in der Vergangenheit immer wieder Krisen meistern müssen und haben dabei bereits mehrfach ihre Resilienz und Innovationsfähigkeit unter Beweis gestellt.» Der Thurgau verfüge über eine breite Branchenstruktur, viele inhabergeführte Unternehmen und einen funktionierenden, grenzüberschreitenden Arbeitsmarkt. Gleichzeitig sei der Kanton gefordert, attraktive Rahmenbedingungen zu schaffen. «Wir müssen uns dafür einsetzen, dass die Unternehmen gerne im Thurgau tätig sind.» Sein Appell an die Betriebe: «Treten Sie selbstbewusst auf und sprechen Sie über Ihren Erfolg.»

Gleichzeitig bleibt die Innovationskraft ein Thema. Der kantonale Wettbewerbsindikator zeige Handlungsbedarf. «Mit einem neuen Innovationsfonds oder mit dem eben eröffneten I+D Campus sollen gerade KMU noch einfacheren und besseren Zugang zu Innovationsangeboten erhalten.» Hier entscheidet sich, wie zukunftsfähig der Standort tatsächlich ist.

Auch aus der Sicht von Müggler wird die wirtschaftliche Lage stark von externen Faktoren geprägt. «Die Wirtschaftslage in den wichtigsten Absatzmärkten von Thurgauer Unternehmen bleibt angespannt, die Nachfrage ist vielerorts unterdurchschnittlich.» Besonders ins Gewicht falle die Abhängigkeit von Deutschland und der EU. Gleichzeitig verteuerten Zölle und Währungseffekte den Handel mit den USA, während geopolitische Konflikte Kosten entlang der gesamten Wertschöpfungskette erhöhten. «Insofern ist es schwieriger, Investitionen mit guter Perspektive zu tätigen.» Dennoch investierten drei von vier Unternehmen weiterhin in gewohntem Umfang, so der IHK-Direktor.

«Treten Sie selbstbewusst auf und sprechen Sie über Ihren Erfolg.»

Industrie im Umbruch

Für Wessner ist die Lage der Industrie mehr als eine kurzfristige Schwächephase. «Der Thurgau ist ein Industriekanton. Die vielen Exporte sind von handelspolitischen Turbulenzen und Verunsicherungen besonders betroffen.» Der zunehmende Protektionismus zwingt Unternehmen zum Umdenken. «Die Industrie muss sich weiterentwickeln, digitalisieren, resilient sein.» Anpassungen in den Lieferketten und die Erschliessung neuer Märkte seien unverzichtbar. «Ein gewisser Strukturwandel ist auch im Thurgau erkennbar», sagt der AWA-Leiter. Positiv sieht er, dass das BIP im Thurgau im Vergleich zu den anderen Kantonen deutlich über dem Durchschnitt gewachsen ist.

Zudem verweist Jérôme Müggler auf Rahmenbedingungen im eigenen System. «Administrativ hinkt der Kanton bei Steuerveranlagungen, beim Handelsregister oder bei Baubewilligungen immer wieder hinterher. Das ist für Unternehmen mühsam und zeitraubend.» Auch politisch fehle teilweise die Offenheit gegenüber wirtschaftsnahen Themen. Diskussionen rund um Innovation, Leistungsmessung der Verwaltung oder Wirtschaftsförderung zeigten, dass sich der Kanton hier dynamischer entwickeln könnte.



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



Unternehmen müssen aktiver werden

Daniel Wessner sieht die Verantwortung auch bei den Unternehmen selbst. «KMU im Thurgau müssen in Innovationen investieren und die Produktivität erhöhen.» Gleichzeitig gelte es, Lieferketten zu überprüfen und neue Märkte zu erschliessen. Der Arbeitsmarkt verändere sich spürbar. «Mehr Frauen sind im Berufsleben, Männer wollen vermehrt Teilzeit arbeiten.» Flexible Arbeitsmodelle würden damit zum entscheidenden Faktor im Wettbewerb um Fachkräfte. Gleichzeitig müsse das inländische Potenzial besser genutzt werden, da die hohe Zuwanderung gesellschaftlich zunehmend kritischer gesehen werde. «Auch stetige Weiterbildungen der Mitarbeiter sind essenziell.»

«KMU müssen in Innovationen investieren und die Produktivität erhöhen.»

Beim I+D Campus zeigt sich Müggler pragmatisch. «Der Campus ist gut gestartet und hat für sein zartes Alter von wenigen Monaten bereits konkrete Form angenommen.» Entscheidend sei die konsequente Ausrichtung am Markt. «Was keiner kaufen will, machen wir nicht.» Der Campus soll damit nicht Symbol bleiben, sondern konkrete Wertschöpfung ermöglichen.

Die entscheidenden Hebel liegen ausserhalb und im Innern

Bei den wirtschaftspolitischen Prioritäten setzen beide unterschiedliche Schwerpunkte. Müggler fokussiert auf die internationale Dimension. «Ganz klar die Stabilisierung und Weiterentwicklung der bilateralen Verträge mit der EU.»

Für einen exportorientierten Kanton sei der Zugang zu diesem Markt zentral.

Wessner sieht den Hebel stärker in der Standortpolitik. «Von der Politik würde ich mir etwas mehr Mut bei den Investitionen in attraktive Rahmenbedingungen oder ins Standortmarketing wünschen.» Gleichzeitig wäre es aus wirtschaftlicher Sicht wünschenswert, «wenn sich im Thurgau noch das eine oder andere grosse Unternehmen aus einer Branche mit hoher Wertschöpfung ansiedeln würde».

Woran sich Fortschritt messen lässt

Und wie wollen die beiden Wirtschaftsfachmänner messen, ob ihre Anstrengungen Früchte tragen? Für Jérôme Müggler ergibt sich die Bewertung der wirtschaftlichen Entwicklung aus mehreren Kennzahlen. «Rein wirtschaftlich sind das kantonale BIP beziehungsweise die Bruttowertschöpfung im Vergleich zum Schweizer Wachstum, die Exportzahlen, die Beschäftigungsentwicklung in kapitalintensiven Sektoren, die Investitionstätigkeit oder die Steuerkraft.»

Daniel Wessner setzt den Fokus stärker auf die Unternehmen selbst. «Es wäre zu messen, ob die Unternehmen eine höhere Wertschöpfung generieren und ihr Investitionsvolumen gesteigert haben. Und wie sich der Arbeitsmarkt entwickelt.»

Der Wirtschaftsraum Thurgau steht damit exemplarisch für eine Region, die auf einer stabilen Basis steht, sich aber zunehmend neu ausrichten muss. Entscheidend wird sein, wie konsequent Wirtschaft und Politik die vorhandenen Stärken weiterentwickeln und die strukturellen Schwächen angehen.

Text: Stephan Ziegler
Bild: Rebekka Grossglauser

Anzeige

Ihre Thurgauer Arbeitgeber lehnen die Initiative zur 10 Millionen Schweiz ab,

weil Industrie, Bau, Gewerbe sowie Spitäler auf genügend Arbeitskräfte angewiesen sind und starre Limiten keine Probleme lösen.

Nein
am 14. Juni

IHK Industrie- und
Handelskammer
Thurgau

www.ihk.tg



Giuseppe Chillari:

Langfristige Verlässlichkeit.

Zwischen Sicherheitsbedürfnis und Exporthürden

Die geopolitische Lage verändert auch den Wirtschaftsraum Thurgau. Beim Kreuzlinger Fahrzeughersteller GDELS-Mowag nimmt die Nachfrage nach geschützten Militärfahrzeugen deutlich zu. Gleichzeitig gerät die Schweizer Rüstungsindustrie wegen strenger Exportregeln und gesellschaftlicher Debatten zunehmend unter Druck.

Mit rund 1000 Mitarbeitern zählt GDELS-Mowag zu den grösseren Industriearbeitgebern im Thurgau. Dazu kommen Zulieferbetriebe aus der Region sowie aktuell 62 Lehrlinge in 13 Berufen. Für CEO Giuseppe Chillari ist klar: «Wir leisten einen wichtigen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung unserer Region.»

Der Standort Kreuzlingen zählt seit Jahrzehnten zu den wichtigsten Schweizer Produktionsstandorten der Branche. Produziert werden unter anderem die Fahrzeugplattformen EAGLE, DURO und PIRANHA, die international eingesetzt werden. Gleichzeitig ist das Unternehmen tief in der Ostschweizer Industrielandschaft verankert. Neben hochspezialisierten Ingenieuren und Fachkräften beschäftigt GDELS-Mowag auch viele Angestellte in Produktion, Logistik und technischen Berufen. Hinzu kommen regionale Unternehmen, die direkt oder indirekt mit dem Fahrzeughersteller zusammenarbeiten.

«Die Nachfrage nach unseren Fahrzeugen ist seit 2022 deutlich gestiegen.»

Sicherheitspolitik verändert den Markt

Dass ein Unternehmen aus dem Thurgau heute stärker im Fokus steht als noch vor wenigen Jahren, hat vor allem mit der Entwicklung in Europa zu tun. Der Krieg in der Ukraine und die Diskussionen über die Verteidigungsfähigkeit europäischer Staaten haben die Branche grundlegend verändert. Viele europäische Staaten investieren wieder stärker in ihre Verteidigungsfähigkeit und die Modernisierung bestehender Fahrzeugflotten.

«Die Nachfrage nach unseren geschützten Fahrzeugen ist seit 2022 deutlich gestiegen», erklärt Chillari. Viele Staaten hätten Investitionen über Jahre hinausgeschoben. «Daher gibt es in den meisten Fällen grossen Nachholbedarf bei Neuanschaffungen sowie beim Unterhalt und bei Reparaturen bestehender Fahrzeugflotten.»

Für GDELS-Mowag bedeutet das nicht nur zusätzliche Aufträge, sondern auch steigende Anforderungen an Produktion, Planung und Lieferfähigkeit. Gleichzeitig spielt

der Zugang zu qualifiziertem Personal für den Standort weiterhin eine zentrale Rolle. «Für den Standort sprechen eindeutig der ausgezeichnete Zugang zu Fachpersonal sowie die Ausbildung und die Einsatzbereitschaft der Mitarbeiter», so der CEO.

Der Fachkräftemangel beschäftigt auch die Industrie im Thurgau. Umso wichtiger sei die eigene Ausbildung und der langfristige Erhalt von technischem Know-how. Gerade für spezialisierte Industriebetriebe wird die Sicherung von Fachwissen zunehmend zu einem wichtigen Standortfaktor.

Politische Unsicherheit belastet das Geschäft

An Grenzen stösst das Unternehmen laut Chillari dagegen zunehmend bei den politischen Rahmenbedingungen. Kritisch beurteilt er die Schweizer Exportregeln. «Die strikte Exportregulierung bringt uns klare Nachteile im internationalen Wettbewerb.»

Laut Chillari würden internationale Kunden den Schweizer Behörden teilweise nur noch eingeschränkt vertrauen. Hintergrund sind unter anderem Diskussionen um die Wiederausfuhr von Munition und Militärfahrzeugen in europäische Staaten. «Deshalb sehen wir uns zunehmend mit Forderungen unserer Kunden konfrontiert, nur bei uns zu kaufen, wenn keine Schweizer Endverbleibserklärung benötigt wird.» Die Folgen könnten laut Chillari weit über die eigene Branche hinausreichen. «Das hat zur Folge, dass wir bei solchen Aufträgen einen Teil der Produktion ins Ausland verlegen müssen.» Gerade kleinere Schweizer Rüstungsunternehmen könnten mit der aktuellen Gesetzgebung zunehmend unter Druck geraten. «Nicht jede Firma ist in der Lage, kurzfristig ein neues Werk im Ausland zu realisieren.»

Für internationale Kunden werde Planungssicherheit zunehmend zu einem entscheidenden Faktor. Viele europäische Staaten investieren derzeit stark in ihre Verteidigungsfähigkeit und erwarten langfristige Verlässlichkeit bei Beschaffung, Unterhalt und Ersatzteilen. Entsprechend sensibel reagieren Kunden auf mögliche Einschränkungen bei Exporten oder Wiederausfuhr.

Eine Branche im gesellschaftlichen Spannungsfeld

Auch gesellschaftlich habe sich die Wahrnehmung der Branche verändert. Lange sei die Diskussion über die Rüstungsindustrie sehr einseitig geführt worden. «Niemand kauft unsere Produkte, weil er sie einsetzen möchte.»



Anzeige



«Wenn Zeit teuer ist, muss *Verpackung* schnell sein.»

Massgeschneiderte Industrieverpackungen.
Digital konfiguriert. Schnell geliefert.

KIFA® | PACK

Jetzt online
konfigurieren:



KIFA AG | www.kifapack.com | +41 52 368 41 63 | verpackung@kifa.ch

Bitte keine neue Pandemie erfinden

Um die Jahrtausendwende hatte ich häufig in Argentinien zu tun. Ich bereitete die Junioren-WM im Fussball vor; dort war ich für das Marketing zuständig. In jener Zeit wurde das Andes-Virus bekannt und erforscht. Hauptträger war und ist ein niedliches Tierchen mit dunklen Knopfaugen, die Langschwanz-Zwergreisratte.



Damals wurde die Andes-Variante des Hantavirus erstmals nachgewiesen. Ich war beeindruckt, mit welcher Konsequenz, Ruhe und Wissenschaftlichkeit die argentinischen Forscher der Sache auf den Grund gingen. Das Virus kann nur bei engstem Kontakt und in höchst seltenen Fällen von Mensch zu Mensch übertragen werden. Eine richtige Epidemie hat es bis heute nie gegeben.

2025 wurden in Argentinien 83 Infektionen registriert, 28 zum Teil sehr betagte Menschen starben. Weltweit gab es insgesamt 59 Tote. Zum Vergleich: In der gleichen Zeit brachten sich 720'000 Leute um, 430'000 werden alljährlich von anderen Menschen umgebracht.

Nun warnt die Weltgesundheitsorganisation WHO seit Wochen scheinheilig vor Panik, sät aber gleichzeitig Unsicherheit, wo es nur geht. Zu den Fakten: Die drei Toten auf dem Kreuzfahrtschiff «Hondius» sind tragisch, stellen aber keine Gefahr für die Allgemeinheit dar. Trotzdem trat der WHO-Generaldirektor subito mit vier weiteren Direktoren vor die internationale Presse. Wie schon während der Corona-Krise schaukeln sich Journalisten und Experten seither wechselseitig hoch.

Ein isoliertes Kreuzfahrtschiff mag für Forscher interessant sein. Für die Betroffenen bedeutet es Abschottung für eine gewisse Zeit – und für die Welt keine Gefahr.

Zum Schluss noch einmal ein Lob an die argentinischen Ärzte und Virologen: Sie teilten ihre Erkenntnisse und Testverfahren umgehend mit Kollegen in Europa und Südafrika. Obwohl die Betroffenen angenehm ruhig bleiben, tut die Medienwelt hysterisch. Bleiben wir bei solchen Ereignissen doch gelassen, anstatt übertrieben nervös zu tun. Das ist gut für das Gemüt, für die Wirtschaft und für die Staatskassen.

Roland Rino Büchel, Nationalrat SG (SVP)



Sie sollten vielmehr abschreckend wirken und möglichst nie zum Einsatz kommen.

Während nach dem Kalten Krieg vielerorts von einer sogenannten Friedensdividende gesprochen wurde und zahlreiche Staaten ihre Verteidigungsausgaben reduzierten, hat sich die Debatte in Europa seit 2022 deutlich verändert. Sicherheitspolitische Fragen werden heute wieder breiter diskutiert als noch vor wenigen Jahren. «Viele erkennen nun die Notwendigkeit unserer Produkte», sagt Chillari. Gleichzeitig seien viele der Meinung, «dass mehr für die Sicherheit unseres Landes getan werden muss».

Für den CEO geht die Diskussion deshalb längst über einzelne Exportfragen hinaus. Er sieht darin auch eine industriepolitische Frage für die Schweiz. «Unser Milizsystem ist auf Fachpersonal aus der Rüstungsindustrie und dessen Know-how angewiesen.» Wenn Unternehmen ihre Produktion zunehmend ins Ausland verlagern müssten, steige auch die Abhängigkeit vom Ausland weiter an.

Damit betrifft die Diskussion rund um die Schweizer Rüstungsindustrie längst nicht mehr nur sicherheitspolitische Fragen. Für Industriestandorte wie den Thurgau geht es auch um Arbeitsplätze, technologische Kompetenzen, Berufsbildung und die Frage, wie viel industrielle Wertschöpfung künftig in der Schweiz bleiben soll.

Text: Patrick Stämpfli

Bild: Marlies Beeler-Thurnheer

Der Wirtschaftsraum Thurgau im Realitätscheck

Mitinhaberin der Baumer-Group, IHK-Präsidentin, Nationalrätin, Mutter und sozial engagiert: Kris Vietze bringt Wirtschaft, Gesellschaft, Familie und Politik zusammen. Nun will die Frauenfelderin für die FDP in den Ständerat. Sie kennt den Thurgau aus unternehmerischer Perspektive ebenso wie aus der Politik. Wie beurteilt sie die Lage des Wirtschaftsraums?

Kris Vietze, wie geht es dem Wirtschaftsraum Thurgau aktuell wirklich?

Dem Thurgau geht es nicht schlecht, aber er steht stärker unter Druck, als viele wahrhaben wollen. Wir haben eine bemerkenswert breite, widerstandsfähige Wirtschaftsstruktur mit vielen KMU, starker Industrie und einer leistungsfähigen Landwirtschaft. Gerade das ist unsere Stärke. Aber man spürt gleichzeitig: Die Unsicherheit ist grösser geworden. Unternehmen investieren vorsichtiger, internationale Märkte sind anspruchsvoll – und werden es auch bleiben. Aus meiner doppelten Perspektive sehe ich deshalb beides: den grossen Leistungswillen im Thurgau und die wachsende Belastung durch Unsicherheit, Regulierungsdruck und politische Langsamkeit.

«Die Unsicherheit ist grösser geworden.»

Wo verliert der Thurgau denn an Dynamik?

Der Thurgau ist bodenständig, leistungsbereit und pragmatisch. Das ist ein echter Standortvorteil. An Dynamik verlieren wir dort, wo zentrale Fragen zu lange liegen bleiben: bei der Verkehrsanbindung, bei den Beziehungen zu unseren wichtigsten Absatzmärkten, insbesondere Europa, und bei der Frage, wie wir wirtschaftliche Entwicklung, Lebensqualität und Versorgungssicherheit zusammen denken. Ohne stabile, ehrliche Lösungen verlieren wir in allen drei Bereichen. Wirtschaft ist kein abstraktes System, sondern Gesellschaft: Wirtschaft ist gelebte Verantwortung für Menschen, für Arbeitsplätze und für die Zukunft unseres Landes.

Viele Unternehmen sind vorsichtig geworden, Investitionen werden zurückgestellt. Warnsignal oder Ausdruck gesunder Vorsicht?

Vorsicht ist rational. Aber wenn sie zum Dauerzustand wird, ist sie ein Warnsignal. Das Problem ist nicht die Zurückhaltung von Unternehmern. Das Problem ist die wachsende Unsicherheit. Wenn unklar ist, wie stabil die Beziehungen zu wichtigen Märkten bleiben, ob der Staat seine Ausgaben im Griff hat oder nicht, ob Mitarbeiter überhaupt gefunden werden können oder welche regulatorischen Vorgaben morgen



gelten, dann bremsen die Rahmenbedingungen das Vorwärtsgen aus.

Sie kommen selbst aus dem Unternehmertum. Wo erleben Sie die grössten Diskrepanzen zwischen politischer Diskussion und betrieblicher Realität?

In der politischen Diskussion entsteht manchmal der Eindruck, wirtschaftlicher Erfolg sei planbar und verteilbar. Die Realität ist: Er muss jeden Tag neu erarbeitet werden. Unternehmen bewegen sich nicht in Modellen, sondern in konkreten Rahmenbedingungen: Aufträge, Fachkräfte, Energiepreise, Märkte. Ich bin immer wieder erstaunt, wie viele Politiker diese Realität aktiv ausblenden. Dafür bewirtschaften sie umso intensiver das Bild, dass wirtschaftliche Prosperität nicht nur gottgegeben und administrierbar sei,

sondern vor allem selbstverständlich. Das ist ein Grundlagenirrtum erster Güte.

Der Thurgau ist stark exportorientiert. Wo müsste er sich breiter aufstellen?

Wir sind bereits sehr breit aufgestellt. Neue Märkte entstehen nicht auf dem Reissbrett und schon gar nicht in der Geschwindigkeit, die es bräuchte, um den EU-Markt auch nur annähernd zu ersetzen. Wer hier einfache Lösungen verspricht, greift zu kurz. Entscheidend ist deshalb, die Realität ernst zu nehmen: stabile Beziehungen zu unseren wichtigsten Partnern, verlässliche Rahmenbedingungen und ein klares Bekenntnis zu unserer Exportwirtschaft, die rund die Hälfte unserer Wertschöpfung trägt. Gleichzeitig müssen wir die Herausforderungen der Zeit ehrlich und ohne Polemik ansprechen.

Kris Vietze:

Klarheit und Verlässlichkeit.





MEIN GESCHÄFT BLÜHT.

MEHR ALS EINE BANK.

Die TKB engagiert sich für die Thurgauer Wirtschaft – so ermöglicht sie mir und meinem Unternehmen auch die optimale Vernetzung in der Region.

tkb.ch/firmen



PROVIDA



Revisionsstelle
überprüfen? Nachfolge
regeln? Steuern
optimieren?
Jetzt beraten lassen!



Seit 1948 im Thurgau verwurzelt und in der gesamten Ostschweiz zu Hause. Als unabhängiger Partner unterstützen wir Unternehmen in allen betriebswirtschaftlichen Fragen. Mit Expertise in Treuhand, Steuern, Recht, Unternehmensberatung und Wirtschaftsprüfung.

**Einfach gut
beraten.**

Romanshorn · Dietlikon/ZH · Frauenfeld · Rorschach · St.Gallen
T +41 71 466 71 71 · info@provida.ch · provida.ch

Viele Menschen spüren im Alltag einen zunehmenden Druck, beim Wohnen, bei den Löhnen, bei der Frage, wie viel Platz und Vertrautheit bleibt.

Eben! Akzeptanz entsteht nicht durch Appelle, sondern durch Fairness im Alltag. Darum geht es nicht um ein Entweder-oder. Wir brauchen eine starke Wirtschaft und eine Zuwanderung, die gesteuert ist, die unsere Systeme nicht überfordert und von der die Menschen im Land spürbar profitieren. Die Instrumente der Bilateralen bieten dafür Möglichkeiten. Sie müssen konsequent genutzt werden – andere Länder wie Dänemark zeigen, dass das geht.

«Wenn Vorsicht zum Dauerzustand wird, ist sie ein Warnsignal.»

Sie engagieren sich stark für wirtschaftliche Rahmenbedingungen. Was sind denn die grössten Standortnachteile des Thurgaus?

Wir haben zwei Nachteile, einen politischen und einen mentalen. In Bern sind wir über die vergangenen Jahrzehnte verzerrt. Exemplarisch zeigt sich das im Fiasko um die BTS: die Realisierung einer Strasse, die dem Thurgau wirtschaftlich und gesellschaftlich enorm gedient hätte, wird zuerst auf ein Miniprojekt reduziert und dann auf den Sankt-Nimmerleinstag verschoben. Der zweite Nachteil ist die Haltung. Wir leben im Thurgau direkt und indirekt vom Export von Industrie, Gewerbe und Landwirtschaft, gleichzeitig tun wir so, als ob wir den EU-Markt und die Wirtschaft nicht brauchen. Wer die Grundlagen des eigenen Erfolgs relativiert oder schon vergessen hat, schwächt den Standort langfristig.

Gleichzeitig stehen Themen wie Bildung und Fachkräfte im Zentrum Ihrer Arbeit. Was läuft hier richtig und was nicht?

Die Berufsbildung ist eine der grossen Stärken des Thurgaus. Die Nähe zwischen Betrieben und jungen Menschen funktioniert, Verantwortung wird weitergegeben, Perspektiven werden eröffnet. Generell ist unsere Bildungslandschaft stark, auch auf gymnasialem Niveau. Was im Kanton fehlt, ist eine stärkere Anbindung an weiterführenden Schulen. Gleichzeitig ist die Fachkräftefrage längst strukturell geworden, nicht wegen der Wirtschaft, sondern wegen des demografischen Wandels. Wir tun aus allen Gründen gut daran, vorhandenes Potenzial besser zu nutzen. Dazu gehören Vereinbarkeit, gezielte Weiterbildung und die Fähigkeit, qualifizierte Menschen langfristig im Arbeitsmarkt zu halten.

Dazu ist es aber notwendig, dass die Menschen von ihrer Arbeit auch profitieren, dass Leistung sich lohnt.

Absolut! Die Menschen in unserem Land verdienen Respekt für ihre Lebensleistung. Wer Verantwortung übernimmt und arbeitet, verdient Anerkennung und Sicherheit. Wer sein Leben lang arbeitet, muss sich im Alter auf eine sichere Altersvorsorge verlassen können. Jedes Kind, jeder Jugendliche soll die Chance haben, etwas aus seinem Leben zu machen. Fachkräftepolitik ist heute Gesellschaftspolitik und Standortpolitik.

Sie kandidieren für den Ständerat. Was würden Sie dort anders machen als heute im Nationalrat?

Ich trete wie bereits 2023 sowohl für den Nationalrat als auch für den Ständerat an, weil es mir nicht um ein Amt geht, sondern darum, Verantwortung zu übernehmen, dort, wo ich für die Menschen in unserem Kanton am meisten bewirken kann. Ich werde mich weiterhin im Nationalrat für unseren Kanton einsetzen und bin bereit, im Ständerat zusätzliche Verantwortung zu übernehmen.

Der Ständerat sieht sich dezidiert als Kantonsvertretung, trägt aber gleichzeitig der föderalen Struktur unseres Landes Rechnung.

Ja, und ich weiss, was politische Entscheide konkret für Auswirkungen haben: für Arbeitsplätze, für Einkommen, für die Sicherheit im Alltag. Ich möchte den Thurgau mit Klarheit und Verlässlichkeit vertreten, nicht als Region, die fordert, sondern als Kanton, der leistet und deshalb ernst genommen werden muss. Der grösste Hebel liegt darin, bei zentralen Fragen präsent zu sein, Allianzen zu schaffen und Entscheidungen mitzugestalten, bevor sie festgeschrieben sind.

Ihnen geht es also ums Verbessern?

Natürlich. Das Beste für die Menschen in unserem Kanton herauszuholen, entlang der Lage, entlang der Möglichkeiten. Ohne ungedeckte Checks, ohne faule Versprechen. Denn ich bin niemandem verpflichtet ausser den Thurgauerinnen und Thurgauern und meinem Gewissen. Und genau so sollte Politik aus meiner Sicht funktionieren. Das schafft Klarheit.

Sie sprechen oft von Verantwortung und Verlässlichkeit. Was bedeutet das in einer Zeit, in der politische Debatten zunehmend polarisiert geführt werden?

Verantwortung bedeutet, nicht dem kurzfristigen Applaus zu folgen, sondern dem, was langfristig trägt. Verlässlichkeit bedeutet, eine klare Linie zu haben, auch dann, wenn sie nicht bequem ist. Viele Menschen wünschen sich weniger Inszenierung und mehr Orientierung. Politik muss nicht laut sein, sondern präzise. Und sie muss wieder näher an die Lebensrealität der Menschen heranrücken.

Und woran messen Sie in vier Jahren, ob sich Ihr Engagement für den Thurgau wirklich gelohnt hat?

Daran, ob der Thurgau in Bern wieder mit mehr Gewicht gehört wird und ob ich die Verantwortung, die mir übertragen wurde, mit der nötigen Klarheit und Verlässlichkeit wahrgenommen habe. Denn in Bern entscheidet sich vieles, bevor es sichtbar wird. Und dort muss ein Kanton ernst genommen werden. Wenn ich dazu beitragen konnte, dann hat sich mein Engagement gelohnt.

«Viele wünschen sich weniger Inszenierung und mehr Orientierung.»

Text: Stephan Ziegler

Bild: Marlies Beeler-Thurnheer

Bewusst gestaltet statt laut inszeniert

Der Thurgau setzt im Wettbewerb am Bodensee auf Qualität statt Masse. Geschäftsführer Adrian Braunwalder erklärt, wie sich die Region im Dreiländereck behaupten will.



Adrian Braunwalder:

Starke Partner.

Adrian Braunwalder, wie positioniert sich der Thurgauer Tourismus heute im Dreiländereck?

Als entschleunigte Destination im Bodenseeraum. Unsere Stärke liegt in der Verbindung von Natur, Kulinarik und gelebter Regionalität.

Und wo steht der Thurgau im Vergleich zum Vorarlberg oder zur deutschen Bodenseeseite?

Der Tourismus im Bodenseeraum hat sich unterschiedlich entwickelt: Auf der deutschen Seite ist er stärker verankert, das Angebot entsprechend grösser. Für viele Deutsche gilt das Bodenseeufer als Riviera, während Schweizer dieses Bild eher mit dem Tessin verbinden. Genau darin liegt unsere Chance: Wer weniger Inszenierung und mehr Ruhe sucht, findet im Thurgau das passende Angebot.

«Für viele Deutsche gilt das Bodenseeufer als Riviera.»

Ihre Strategie setzt auf Qualität statt Masse. Ist das ein bewusster Verzicht auf Wachstum?

Es ist ein Entscheid für ein anderes Wachstum: Wir wollen nicht möglichst viele Gäste, sondern die richtigen. Ein Beispiel ist die saisonale Verteilung: Während der Sommer unsere stärkste Zeit ist, bestehen im Frühling und Herbst noch Kapazitäten. Dort setzen wir an. Der blühende Frühling und der farbige Herbst sind im Thurgau oft die attraktivere Reisezeit als der Hochsommer.

Der Thurgau will vom Geheimtipp zur klaren Destination werden. Wofür soll er künftig stehen?

Für bewussten Genuss, gelebte Regionalität und Naturerlebnisse. Für eine Destination, die nicht laut sein muss, um zu begeistern. Wir treten selbstbewusster auf, mit dem Bodensee, der hügeligen Landschaft und dem Blütenmeer im Frühling als starke Bilder. Gleichzeitig stehen wir für Qualität bei Produkten, Kulinarik und Naturerlebnissen.

Der Bodensee ist das zentrale Asset. Wird dieses Potenzial ausreichend genutzt?

Der Bodensee ist im Sommer sogar fast zu stark genutzt. Deshalb haben wir lenkend eingegriffen, etwa beim Stand-Up-Paddling mit signalisierten Einstiegsstellen, klaren Regeln und Paddel-Rangern. Gleichzeitig besteht Potenzial: An Schlechtwettertagen ist die Schifffahrt oft schwach ausgelastet, obwohl sie wetterunabhängig ist. Auch die Nebensaison bietet zusätzliche Chancen.

Andere Bodenseeregionen inszenieren den See stärker. Was machen sie besser als der Thurgau?

Der Bodensee muss auch über das Ufer hinaus als touristischer Magnet verstanden werden. In unserem Hauptmarkt wird die Region vor allem mit dem See verbunden, in zweiter Linie mit dem Apfel. Beides sind zentrale Anker, die wir in unserer Marke verankert haben.

Unterwegs im Thurgau

Der Thurgau gehört zu den wichtigen Veloregionen der Schweiz. Gut ausgebaute Routen führen durch die hügelige Landschaft, entlang des Bodensees und durch Obstplantagen. Gleichzeitig prägen Landwirtschaft und regionale Produkte das touristische Angebot: Obstbau, Wein und lokale Spezialitäten sind vielerorts erlebbar. Auch bei den Übernachtungen zeigt sich ein klares Profil: Campingplätze, oft direkt am See gelegen, sowie kleine bis mittlere Hotelbetriebe, oft mit Seminarangebot, sind ein zentraler Bestandteil des Tourismus im Kanton.

Der Thurgau ist stark bei Tagesgästen. Reicht das für eine nachhaltige touristische Wertschöpfung?

Tages- und Übernachtungsgäste sind beide wichtig. Tagesgäste bringen Frequenz, Übernachtungsgäste zusätzliche Wertschöpfung. Der Übernachtungstourismus ist ausbaufähig: Der Thurgau verzeichnete letztes Jahr einen Rückgang von 3,8 Prozent bei den Hotelübernachtungen und liegt insgesamt bei weniger als einem Prozent der Schweizer Logiernächte. Gleichzeitig gibt es positive Signale, etwa mit dem neuen Hotel 1802 in Schlatt und der Erweiterung des Hotels Heidelberg in Aadorf.

Warum wird der Thurgau eher als Durchgangsregion statt als eigenständige Destination wahrgenommen?

Das hängt auch damit zusammen, dass der Thurgau als Tourismusregion noch zu wenig bekannt ist. Gleichzeitig entscheiden sich unsere Gäste bewusst für den Thurgau und kommen gerne wieder. Die zentrale Lage und gute Erreichbarkeit sind ein klarer Vorteil, auch für spontane Besuche.

Wie wichtig ist die digitale Sichtbarkeit im internationalen Wettbewerb?

Sie ist zentral. Information und Buchung erfolgen heute grösstenteils online. Entscheidend sind eine klare Ansprache und einfache Buchbarkeit. Gleichzeitig gewinnen auch KI-gestützte Anwendungen an Bedeutung, weshalb Inhalte entsprechend aufbereitet sein müssen.

Und was muss passieren, damit sich der Thurgau im Dreiländereck langfristig behaupten kann?

Der Thurgau hat dank seiner rund 60 Kilometer Uferlinie am Bodensee einen festen Platz im Dreiländereck. Entscheidend ist, unsere Stärken konsequent sichtbar zu machen und gleichzeitig Schwächen anzugehen: den Übernachtungstourismus mit zusätzlichen qualitätvollen Angeboten zu stärken und schwächere Zeiten besser auszulasten. Das gelingt nur gemeinsam mit starken Partnern.

Text: Patrick Stämpfli
Bild: Marlies Beeler-Thurnheer

Zwischen Stadt und Land: Warum der Thurgau funktioniert

Der Kanton Thurgau gehört zu den Regionen, die in den vergangenen Jahren deutlich an Attraktivität gewonnen haben. Ein zentraler Treiber ist das Preisniveau: Während Eigentumswohnungen im Raum Zürich heute schnell über 20'000 Franken pro Quadratmeter kosten, liegt man im Thurgau je nach Lage oft bei rund 6500 bis 10'000 Franken.

Der Unterschied ist erheblich. Und er wirkt. «Viele Käufer weichen bewusst aus teureren Märkten aus. Nicht, weil sie Abstriche machen wollen, sondern weil sie hier für deutlich weniger Geld mehr Wohnqualität erhalten», sagt Adrian Frei, Geschäftsführer der Aforia Immobilien AG aus Horn.

«Die Nachfrage wird durch eine stabile, KMU-geprägte Wirtschaftsstruktur getragen.»

Diese Bewegung wird durch die Infrastruktur gestützt: Zentren sind gut erreichbar, sei es mit der Bahn oder über das Strassennetz. Gleichzeitig bleibt die Wohnqualität hoch: kurze Wege im Alltag, funktionierende Gemeinden und ein hoher Freizeitwert, etwa durch die Nähe zum Bodensee. Der

Thurgau verbindet damit zwei Qualitäten, die auf dem Immobilienmarkt immer stärker zählen: eine gute Anbindung und ein Umfeld, in dem Wohnen noch als Lebensqualität erlebt wird.

Stabiler Markt mit klaren Anforderungen

Der Thurgauer Immobilienmarkt funktioniert. Die Nachfrage ist breit abgestützt und wird durch eine stabile, KMU-geprägte Wirtschaftsstruktur getragen. Das sorgt für Kontinuität, sowohl im Miet- als auch im Eigentumssegment.

Gleichzeitig hat sich der Markt verändert: Käufer und Mieter entscheiden bewusster, vergleichen stärker und reagieren sensibler auf Preis und Qualität. «Es wird nach wie vor gekauft, aber nicht mehr alles. Entscheidend ist, ob ein Projekt in der Gesamtheit überzeugt», sagt Adrian Frei.

Damit rückt die Qualität des Produkts stärker in den Mittelpunkt. Lage bleibt wichtig, aber sie allein reicht nicht mehr. Wer heute entwickelt, verkauft oder vermietet, muss genauer wissen, was an einem Standort tatsächlich nachgefragt wird.



Der Markt verzeiht weniger als früher, bietet aber weiterhin gute Chancen für Projekte, die sauber gedacht und konsequent umgesetzt sind.

Vom Standort her denken

Der entscheidende Unterschied liegt oft am Anfang eines Projekts. Erfolgreiche Entwicklungen entstehen nicht aus einem Standardkonzept, sondern aus einer sauberen Analyse des Standorts. Wer lebt heute hier? Wer zieht zu? Welche Bedürfnisse bestehen tatsächlich? Erst daraus ergibt sich, welches Produkt sinnvoll ist.

In gewissen Lagen funktionieren kompakte Wohnungen sehr gut, in anderen sind klar familienorientierte Grundrisse gefragt. Entscheidend ist nicht die Wohnungsgrösse an sich, sondern ob sie zur Nachfrage passt. «Die wichtigste Frage ist nicht, was gebaut werden kann, sondern für wen wir bauen», sagt Frei.

«Die wichtigste Frage ist, für wen wir bauen.»

Dieser Perspektivenwechsel ist zentral. Wer ein Projekt nur von der Parzelle, der Ausnützung oder der maximalen Anzahl Einheiten her denkt, riskiert am Markt vorbeizuplanen. Wer dagegen den Standort, die Zielgruppen und die späteren Nutzer ernst nimmt, erhöht die Chancen auf nachhaltigen Erfolg.

Eigentum und Miete folgen unterschiedlichen Logiken

Ein weiterer zentraler Punkt ist die Differenzierung zwischen Eigentum und Miete. Beim Eigentum wird langfristig gedacht. Käufer berücksichtigen nicht nur ihre aktuelle Lebenssituation, sondern auch zukünftige Bedürfnisse. Entsprechend sind Flexibilität, Nutzbarkeit und Entwicklungsmöglichkeiten der Wohnung entscheidend.

Im Mietsegment ist die Nachfrage breiter und dynamischer. Hier geht es stärker um einen ausgewogenen Wohnungsmix und um ein funktionierendes Preisgefüge. Entscheidend ist, dass das Angebot für verschiedene Zielgruppen zugänglich bleibt. «Mietprojekte müssen breiter denken. Eigentum muss tiefer gedacht sein», sagt Adrian Frei.

Diese Unterscheidung prägt die Planung. Eigentumswohnungen müssen emotional und funktional überzeugen, weil sich Käufer langfristig binden; Mietwohnungen müssen in ihrem Gesamtangebot funktionieren: im Grundriss, im Preis, in der Lage und in der Alltagstauglichkeit. Beide Segmente verlangen Qualität, aber sie stellen unterschiedliche Fragen.

Was Projekte heute unterscheidet

Unabhängig von Lage und Segment zeigt sich in der Praxis ein klares Bild: Projekte funktionieren dann, wenn mehrere Faktoren zusammenspielen. Dazu gehören eine nachvollziehbare Preisstruktur, effiziente Grundrisse, gut nutzbare Aussenflächen und eine stimmige Gesamtarchitektur. Entscheidend ist jedoch nicht der einzelne Punkt, sondern das Zusammenspiel.



Adrian Frei ist Geschäftsführer der Aforia Immobilien AG aus Horn.

Ein Projekt kann an einem durchschnittlichen Standort überzeugen, wenn es konsequent auf die Nachfrage ausgerichtet ist. Umgekehrt kann ein gutes Grundstück an Wirkung verlieren, wenn das Konzept nicht passt. Gerade in einem Markt wie dem Thurgau, der attraktiv, aber nicht beliebig ist, zählt deshalb die Präzision in der Entwicklung.

Für die Aforia Immobilien AG ist diese Sichtweise zentral. Das Unternehmen betrachtet Immobilien nicht isoliert, sondern im Zusammenhang mit Standort, Markt, Zielgruppe und Nutzung. Daraus entsteht eine Projektentwicklung, die nicht nur auf den ersten Verkauf oder die erste Vermietung ausgerichtet ist, sondern auf langfristige Tragfähigkeit.

Das bessere Gesamtpaket setzt sich durch

Der Thurgau bleibt ein attraktiver Wohn- und Investitionsstandort. Die Kombination aus Preisniveau, Lebensqualität und Erreichbarkeit sorgt weiterhin für Nachfrage. Doch der Markt ist differenzierter geworden. Wer Erfolg haben will, braucht mehr als ein gutes Grundstück und eine solide Bauidée.

«Am Ende setzt sich nicht die Lage allein durch, sondern das bessere Gesamtpaket», sagt Adrian Frei. Genau darin liegt die Herausforderung, aber auch die Chance. Wer den Standort versteht und Projekte konsequent aus dieser Perspektive entwickelt, wird auch künftig erfolgreich sein.

«Wer Erfolg haben will, braucht mehr als ein gutes Grundstück und eine solide Bauidée.»

Text: Stephan Ziegler
Bild: istock, zVg

Balanceakt zwischen Belastung und Anpassungsfähigkeit

Das Thurgauer Gewerbe ist breit aufgestellt, tief in der Region verankert und seit jeher nah am Markt. Es bildet das Rückgrat der Wirtschaft im Kanton. Doch dieses Rückgrat steht unter zunehmendem Druck: Steigende Kosten, Fachkräftemangel und wachsende Regulierungen fordern die hiesigen Betriebe heraus. Wie es dem Gewerbe tatsächlich geht, wo die grössten Herausforderungen liegen und welche Chancen sich abzeichnen, weiss Marc Widler, Geschäftsführer des Thurgauer Gewerbeverbands.

Widler fasst die aktuelle Lage so zusammen: «Das Thurgauer Gewerbe zeigt sich insgesamt weiterhin robust, aber die Belastungen haben klar zugenommen.» Während sich das Baugewerbe weiterhin stabil entwickle und im Ausbau und Baunebengewerbe die Abschaffung des Eigenmietwerts aktuell für zusätzliche Nachfrageimpulse Sorge, sei die Situation in der Exportwirtschaft deutlich anspruchsvoller. «Wechselkursrisiken und steigende Energiepreise stellen eine grosse Herausforderung dar.» Viele Unternehmen arbeiteten noch auf solidem Niveau, stünden aber unter wachsendem Druck und müssten zunehmend flexibel und vorausschauend agieren.

«Es braucht vor allem Entlastung im regulatorischen Bereich.»

Kosten, Nachfrage und Personal unter Druck

Besonders spürbar sei der Gegenwind auf der Kostenseite. «Energie, Materialien und Löhne haben sich spürbar verteuert», sagt Widler. Gleichzeitig sei bei den Kunden eine gewisse Zurückhaltung festzustellen, insbesondere bei grösseren Investitionen. Und auch beim Personal bleibe die Lage angespannt. «Diese gleichzeitige Belastung auf mehreren Ebenen macht das wirtschaftliche Umfeld aktuell besonders herausfordernd.»

Damit rückt die Margensituation in den Fokus. «Die Kosten steigen schneller, als sie am Markt durchgesetzt werden

können», erklärt Widler. Das schmälere die Erträge und reduziere den finanziellen Spielraum für Investitionen. Kurzfristig würden Effizienzsteigerungen einen Teil dieser Entwicklung auffangen, langfristig brauche es jedoch stabilere Rahmenbedingungen.

Fachkräfte bleiben ein Engpass

Ein Dauerbrenner bleibt der Fachkräftemangel. «Eine generelle Entspannung ist nicht erkennbar», so Marc Widler. Besonders in handwerklichen Berufen sei der Mangel weiterhin ausgeprägt. Im kaufmännischen und administrativen Bereich habe sich die Situation zwar leicht verbessert, doch gerade für kleinere Betriebe könne es kritisch werden, wenn zentrale Funktionen nicht besetzt werden könnten. Positiv bewertet Widler, dass die Berufsbildung wieder stärker in den Fokus rücke. «Das ist entscheidend für die Zukunft.»

Mit Sorge beobachtet der TGV zudem eine gesellschaftliche Entwicklung: «Der direkte Bezug zur Wirtschaft ist für viele weniger greifbar geworden, während gleichzeitig die Erwartungen an Unternehmen steigen.» Dabei werde oft übersehen, dass der Wohlstand wesentlich von einer funktionierenden Wirtschaft abhängt. «Erfolgreiche Betriebe schaffen Arbeitsplätze, investieren und tragen zur Stabilität unserer Gesellschaft bei.» Diesen Zusammenhang gelte es wieder stärker ins Bewusstsein zu rücken.

Bürokratie belastet den Alltag

Auch die Bürokratie bleibt ein zentrales Thema. «Bürokratie kostet in



Marc Widler:

Stabiles Fundament.

erster Linie Zeit und damit auch Geld», sagt Widler. Unternehmer seien zunehmend mit administrativen Aufgaben beschäftigt, die nicht direkt zur Wertschöpfung beitragen. «Das ist Unsinn.» Häufig entstünden zusätzliche Kosten, weil externe Unterstützung benötigt werde. Gleichzeitig nehme die Komplexität weiter zu und erschwere den Arbeitsalltag.

«Im Bau- und Ausbaugewerbe zeigen sich erste Bremsspuren.»

Im Bau- und Ausbaugewerbe zeigen sich erste Bremspuren. Projekte würden vorsichtiger geplant, teilweise verschoben oder in kleinerem Umfang umgesetzt. Gleichzeitig gebe es im Ausbau und Baunebengewerbe durch die Abschaffung des Eigenmietwerts zusätzliche Impulse, da werterhaltende Investitionen bis Ende 2028 steuerlich abzugsfähig seien.

Lokale Stärke trotz Wettbewerb

Der Detailhandel steht neben der allgemeinen Kaufunlust wegen der geopolitischen Situation unter Druck durch Onlineanbieter und Einkaufstourismus. Dennoch behauptet sich das lokale Gewerbe. «Der Wettbewerb ist intensiv, aber wir punkten mit Nähe, Service und Qualität», sagt Widler. Die Situation habe sich zuletzt stabilisiert, ein weiterer Abfluss in den Onlinehandel sei aktuell nicht festzustellen. Viele Betriebe setzten gezielt auf persönliche Beratung und neue Preismodelle, etwa Beratungspauschalen, die beim Kauf angerechnet werden.

Bei der Digitalisierung zeigt sich ein gemischtes Bild. «Fortschritte gibt es vor allem dort, wo Digitalisierung konkret entlastet», sagt Widler. Viele Betriebe nutzten digitale Lösungen

zur Effizienzsteigerung. Gleichzeitig bleibe die Umsetzung im Alltag schwierig, insbesondere bei knappen personellen Ressourcen. Gefragt seien einfache und praxisnahe Ansätze.

Politische Rahmenbedingungen: ausbaufähig

Ein weiteres strukturelles Thema ist die Nachfolgefrage, vor der aktuell viele Betriebe stehen. «Das Risiko, keine adäquate Nachfolge zu finden, ist vorhanden und sollte nicht unterschätzt werden», warnt Marc Widler. Ohne geeignete Lösungen könnten auch gesunde Betriebe vom Markt verschwinden oder in grössere Strukturen integriert werden. Entscheidend sei, frühzeitig Perspektiven zu schaffen und Unternehmertum für die nächste Generation attraktiv zu halten. «Es braucht aber auch den Mut, sein Lebenswerk in jüngere Hände zu geben.»

Mit Blick auf die Politik formuliert der TGV-Geschäftsführer eine zentrale Erwartung: «Es braucht vor allem Entlastung im regulatorischen Bereich.» Weniger Bürokratie, schnellere Verfahren und verlässliche Rahmenbedingungen würden den Betrieben unmittelbar helfen. Gleichzeitig mahnt er auch zur Zurückhaltung in den eigenen Reihen: «Der Staat ist keine Vollkaskoversicherung.» Seine Aufgabe sei es, gute Rahmenbedingungen zu schaffen und die wirtschaftliche Freiheit zu gewährleisten. «Er sollte sich darauf beschränken.»

Das Thurgauer Gewerbe bleibt damit das stabile Fundament der regionalen Wirtschaft, getragen von Anpassungsfähigkeit, Unternehmergeist und der Fähigkeit, auch in anspruchsvollen Zeiten Lösungen zu finden.

Text: Stephan Ziegler

Bild: Marlies Beeler-Thurnheer

Anzeige

Mehr Eigenverbrauch. Weniger Energiekosten.
Speichern statt einspeisen – Kosten reduzieren.

- ✓ Stromkosten nachhaltig senken
- ✓ Autarkie erhöhen
- ✓ Überschuss sinnvoll nutzen

Jetzt Vorteile prüfen lassen

Jetzt scannen

SOLAR
Eigenmann AG | Industriestrasse 8 | CH-9300 Wittenbach | Telefon 071 292 36 36 | www.eigenmann-ag.ch

Neuer Name, gleiche Kompetenz

Wohlbefinden in einem Raum hängt von mehr als nur der Gestaltung ab: Ein entscheidender Faktor ist das Raumklima. Dafür sorgt die KERMI Schweiz AG seit Januar 2026 unter neuem Namen, aber mit der gewohnt hohen Leistungsqualität der ehemaligen Arbonia Solutions AG.



Wärmepumpen nutzen Umweltenergie aus Luft, Wasser oder Erdreich und wandeln diese effizient in Heizwärme um.

Wer zu Schulzeiten eine Lehrerin hatte, die heiratete und ihren Namen änderte, weiss: Es dauert eine Weile, bis man sich daran gewöhnt. Aber oft geht es dann doch schneller als gedacht, und der neue Name wird zur Selbstverständlichkeit.

Für die Arbonia Solutions AG erfolgte diese Veränderung am 1. Januar dieses Jahres. Nun tritt sie unter dem Namen KERMI Schweiz AG auf. Der Grund dafür liegt in der Integration in die internationale Midea-Gruppe im Februar 2025. Das bisherige Portfolio bleibt bestehen, doch die neue Gruppenzugehörigkeit ermöglichte zugleich ein Rebranding.

Die Umfirmierung steht in einer langen Reihe von Entwicklungen, die das Unternehmen geprägt haben: Die Wurzeln der KERMI Schweiz AG reichen tief in die Schweizer Industriegeschichte zurück, bis ins frühe 20. Jahrhundert, als die Arbonia-Werke Heizkörper bauten.

Während des Nachkriegsbooms in den 1950er-Jahren war der perfekte Zeitpunkt gekommen, um die Heizkörperproduktion in der Schweiz zu modernisieren. In dieser Phase entwickelte sich die Arbonia AG zu einem zentralen Unternehmen, das die bestehenden Werke übernahm und seine Kräfte unter einem Dach vereinte.

Die folgenden Jahrzehnte waren von Wachstum geprägt. In den 1970er- bis 1990er-Jahren modernisierte das Unternehmen sein Portfolio und erweiterte es um Lüftungs- und Kühltechnik. So etablierte sich die Arbonia AG als HLK-Marke (Heizung, Lüftung, Klimatisierung) auf dem Schweizer Markt

und zunehmend auch international. Ende der 2010er-Jahre kam die Arbonia Solutions AG als spezialisierte Einheit innerhalb der Arbonia-Gruppe dazu. Mit ihrer Umfirmierung erfolgte nun die jüngste Entwicklung zur KERMI Schweiz AG.

KERMI ist in Deutschland bereits eine etablierte Marke für Heizungs-, Lüftungs- und Klimatechnik. Durch diesen starken Partner eröffneten sich der ehemaligen Arbonia Solutions AG neue Möglichkeiten. «Dank der Umfirmierung profitieren wir von einem erweiterten Produktportfolio, das neben den bisherigen Produkten wie Heizkörpern, Unterflurkonvektoren und Fan Coils neu auch Wärmepumpen und Split-Klimageräte umfasst», sagt Geschäftsführer Kim Flach über die Zukunft des Betriebs.

Effizient, nachhaltig und zukunftssicher

Wärmepumpen gelten als Schlüsseltechnologie für eine nachhaltige Gebäudetechnik. Die Systeme nutzen Umweltenergie aus Luft, Wasser oder Erdreich und wandeln diese effizient in Heizwärme um. Dadurch lassen sich CO₂-Emissionen deutlich reduzieren und Betriebskosten langfristig optimieren, ein klarer Vorteil gegenüber fossilen Heizsystemen.

Die Technologie der KERMI Wärmepumpen trägt aktuellen regulatorischen Entwicklungen Rechnung: Ab 2027 werden in der Schweiz ausschliesslich Wärmepumpen mit natürlichen Kältemitteln zugelassen sein. KERMI setzt hier bereits heute auf Lösungen mit Propan, einem Kältemittel mit besonders geringem Treibhauspotenzial im Vergleich zu herkömmlichen Alternativen.

Nachhaltigkeit als Standard

Auch im Kontext von Förderprogrammen und steigenden energetischen Anforderungen positioniert sich die KERMI klar. Während finanzielle Anreize im Neubausegment teilweise zurückgehen, haben sich hohe Effizienzstandards längst etabliert. Nachhaltigkeit ist heute kein Zusatznutzen mehr, sondern Grundvoraussetzung. Das Unternehmen begegnet dieser Entwicklung mit einem klaren Anspruch: langlebige, qualitativ hochwertige und zukunftssichere Systeme, die unabhängig von kurzfristigen Fördermodellen überzeugen. Effizienz, Nachhaltigkeit und langfristige Betriebssicherheit bilden dabei die Leitlinie für alle Lösungen der KERMI Schweiz AG.

kermi.ch

Kim Flach, Geschäftsführer
KERMI Schweiz AG



Raffaele Landi und Dominik Diezi:

Sorgfältige Planung.



**Warum «Wil West»
noch fast ein Jahrzehnt
auf sich warten lässt**

Nach dem Ja der St.Galler Stimmbevölkerung zum Grundstückgeschäft zwischen St.Gallen und Thurgau übernimmt der Kanton Thurgau beim Projekt «Wil West» eine grössere Rolle. Regierungsrat Dominik Diezi und Projektleiter Raffaele Landi sprechen über die nächsten Schritte, offene Entscheide und den erwarteten Zeitplan bis zur Erschliessung.

Dominik Diezi, Raffaele Landi, welche Auswirkungen hat der Entscheid auf die Rollenverteilung und Weiterentwicklung des Projekts?

DD: Mit dem Entscheid hat sich vor allem die Rolle des Kantons Thurgau erweitert. Er übernimmt neu auch die Funktion als Grundeigentümer im Gebiet Münchwilen, und zwar bis zur Weiterveräusserung der Parzellen. Die eigentliche Arealentwicklung erfolgt jedoch bewusst nicht durch den Kanton selbst, da dafür weder die gesetzlichen Grundlagen noch die notwendigen Ressourcen vorhanden sind. Stattdessen ist vorgesehen, die Grundstücke im Finanzvermögen zu führen und im Rahmen einer Investorenausschreibung unter klar definierten Vorgaben zu veräussern.

RL: Parallel dazu wurde das Projekt im politischen Prozess gezielt weiterentwickelt. Es erfüllte bereits zuvor die Anforderungen des Standards Nachhaltiges Bauen Schweiz und wurde insbesondere beim Umgang mit dem Boden, bei der Mobilität sowie bei der Anpassung an den Klimawandel weiter optimiert. Diese Aspekte bleiben auch im weiteren Verlauf prägend.

«Rechtsmittelverfahren können sowohl Zeitplan als auch Kostenentwicklung beeinflussen.»

Der Kanton Thurgau übernimmt damit eine noch zentralere Rolle. Wie gestaltet sich vor diesem Hintergrund die Zusammenarbeit mit dem Kanton St.Gallen und den weiteren Partnern?

DD: Die Zusammenarbeit mit dem Kanton St.Gallen ist weiterhin eng und partnerschaftlich. Trotz der neuen Rolle des Kantons Thurgau bleibt die Abstimmung zwischen den beiden Kantonen zentral für den Projekterfolg.

RL: Das gilt auch für die weiteren Projektpartner, also den Bund, die beteiligten Gemeinden Münchwilen und Sirnach, die Stadt Wil sowie die Regio Wil. Auf operativer Ebene arbeiten alle Beteiligten in bestehenden Strukturen koordiniert zusammen, während die strategische Abstimmung insbesondere über das Agglomerationsprogramm Wil sowie über politisch-strategische Begleitgremien erfolgt.

Welche Meilensteine stehen in den kommenden Jahren nun an?

RL: In der ersten Hälfte 2026 steht die Unterzeichnung des Vorvertrags zwischen Thurgau und St.Gallen an. Darauf

folgen in der ersten Hälfte 2027 die kommunalen Abstimmungen in Münchwilen und Sirnach zu den Beiträgen an die Strassen- und Wegeinfrastruktur. Ein zentraler Meilenstein ist die öffentliche Auflage in der zweiten Hälfte 2027. Diese umfasst den Autobahnanschluss, Anpassungen an der Bahnlinie Frauenfeld-Wil mit neuer Haltestelle sowie die kantonalen Strassen- und Wegeprojekte und die Kantonale Nutzungszone inklusive Landumlegung. Parallel dazu wird der Investorenprozess gestartet, bevor der Grosse Rat über die Finanzierung entscheidet.

Wann ist aus heutiger Sicht mit der baulichen Erschliessung des Areals zu rechnen?

RL: Wir erwarten, dass Anfang 2030 sowohl die Einzonung als auch die notwendigen Genehmigungen für die Infrastruktur rechtskräftig vorliegen, sofern keine Rechtsmittelverfahren zu Verzögerungen führen. Die Bauarbeiten dürften anschliessend rund fünf bis sechs Jahre dauern, womit eine Erschliessung gegen 2035 realistisch erscheint.

Der geplante Anschluss an die A1 gilt als zentrales Element. Wie weit ist die Planung hier fortgeschritten?

RL: Sie ist weit fortgeschritten und befindet sich auf dem gleichen Stand wie die übrigen Infrastrukturprojekte. Der Anschluss ist eng mit dem Gesamtterminplan verknüpft, weshalb eine abgestimmte Umsetzung der Bundes- und Kantonsprojekte entscheidend ist.

Ist die Finanzierung der nächsten Projektphasen gesichert?

DD: Die Finanzierung bis zur öffentlichen Auflage ist grundsätzlich gesichert, vorbehaltlich der Budgetgenehmigung 2027 durch den Grossen Rat. Für die anschliessende Realisierung sind jedoch weitere politische Entscheide erforderlich, insbesondere auf kommunaler Ebene sowie durch den Grossen Rat zur Freigabe der notwendigen Mittel.

Gibt es bereits Interessenten für eine Ansiedlung im Gebiet Wil West?

DD: Konkrete oder vertraglich gesicherte Interessenten gibt es derzeit noch nicht. Zunächst wird eine Investorenausschreibung durchgeführt, auf deren Basis gezielt passende Unternehmen angesprochen werden können. Gleichzeitig zeigt sich bereits heute ein spürbares Interesse aus verschiedenen Branchen, von Industrie und Gewerbe bis zu Dienstleistungen und Investoren.

Wie positioniert sich Wil West im Vergleich zu anderen Wirtschaftsgebieten in der Ostschweiz?

DD: Wil West richtet sich gezielt an wertschöpfungsstarke Unternehmen. Grundlage dafür sind hohe Anforderungen an Bauqualität, Nachhaltigkeit, Mobilität und Energieversorgung, die sich auch im Landpreis widerspiegeln. Gleichzeitig

entsteht dadurch ein qualitativ hochwertiges Profil. Die Lage im Korridor Zürich–Winterthur–St.Gallen–Rheintal mit einer guten Anbindung an Bahn und Strasse ist ein wesentlicher Standortvorteil und ermöglicht eine hohe Erreichbarkeit.

Das Projekt wurde im politischen Prozess insbesondere ökologisch und verkehrlich überarbeitet. Welche dieser Anpassungen waren entscheidend für die Akzeptanz?

RL: Entscheidend sind vor allem Verbesserungen bei Mobilität, Flächennutzung und Ökologie. Dazu gehören eine weitere Reduktion des motorisierten Verkehrs, eine effizientere Nutzung des Bodens sowie zusätzliche Grün- und Wasserflächen. Ergänzend kompensiert der Kanton St.Gallen freiwillig zusätzliche Flächen zur bereits vollständigen Kompensation der Fruchtfolgefleichen durch den Kanton Thurgau; auch die angestrebte SNBS-Zertifizierung trägt zur Akzeptanz bei.

Welche Branchen oder Nutzungen sollen künftig prioritär angesiedelt werden?

DD: Eine abschliessende Festlegung gibt es derzeit noch nicht, da die Kriterien erst im Rahmen der Investorenausschreibung konkretisiert werden. Im Fokus stehen jedoch Unternehmen mit hoher Wertschöpfung und einer entsprechenden Arbeitsplatzdichte. Aktuell wird von rund 2000 bis 3000 Arbeitsplätzen ausgegangen. Für Münchwilen ist ein

ausgewogener Nutzungsmix vorgesehen, während in Sirnach der Fokus stärker auf lokales Gewerbe und Industrie liegt.

Wo sehen Sie die grössten Risiken für Verzögerungen oder Mehrkosten im weiteren Projektverlauf?

RL: In möglichen Rechtsmittelverfahren im Zusammenhang mit der öffentlichen Auflage. Diese können sowohl den Zeitplan als auch die Kostenentwicklung beeinflussen, weshalb eine sorgfältige Planung und enge Abstimmung zentral sind.

Wann wird Wil West für die Region erstmals spürbare wirtschaftliche Effekte bringen?

DD: Erste spürbare Effekte für die Region sind ab Mitte der 2030er-Jahre zu erwarten, insbesondere mit dem Fortschritt der Erschliessung und den ersten Unternehmensansiedlungen.

«Konkrete Ansiedlungen stehen erst nach der Investorenausschreibung fest.»

Text: Patrick Stämpfli

Bild: Rebekka Grossglauser

Anzeige

wpo Wirtschafts Portal Ost

Vereint für eine starke Region

Jetzt Mitglied werden.

Unsere Region. Unser Potenzial.

Der Verein WPO bündelt die Kräfte von Wirtschaft und Politik in der Region Wil für eine attraktive, zukunfts- und wettbewerbsfähige Arbeits- und Lebensregion.

wirtschaftsportal-ost.ch

Branding-Partner

BOEHLER clienia kindlimann UBS ZÜRCHER brings.

Neue Industriehalle schafft Raum für Unternehmen

Seit Anfang 2026 wird sichtbar, wie sich das Areal entwickelt. Mit dem Abbruch des alten Bürogebäudes, das einer neuen Industriehalle weicht, nimmt das Mahlwerk Form an. Direkt neben dem Hauptsitz der Bühler Group entstehen 3'250 m² Mietfläche für Produktion, Entwicklung, Technik und Gewerbe. Der Bezug ist ab Frühjahr 2028 geplant.

Die neuen Flächen verteilen sich auf zwei Geschosse und schaffen Raum für Industrie, Produktion und technische Innovation – von Werkstätten bis hin zu Laboren, Entwicklung und technischen Entwicklungsbereichen. Übergeben wird die Industriehalle im Rohbau. Unternehmen können ihre Flächen damit exakt so ausbauen, wie sie es für ihre Prozesse, Maschinen und Teams brauchen. Ergänzt wird das Gebäude durch ein fünfgeschossiges Parkhaus, das die künftige Infrastruktur des gesamten Areals aufnimmt.

Standort mit industrieller Stärke

Das Mahlwerk entwickelt die industrielle Geschichte des Standorts weiter und denkt sie neu. Das Projekt entsteht auf

einem ehemaligen Teilareal der Bühler Group, das die Uze AG heute Schritt für Schritt zu einem neuen Standort für Industrie, Produktion, Start-ups und Unternehmertum weiterentwickelt. Die bestehende industrielle Prägung bleibt dabei bewusst spürbar – robust, direkt und nah an der Realität von Unternehmen, die entwickeln und anpacken.

Zum Gesamtprojekt gehören neben der neuen Industriehalle auch der «startup space Uzwil» des IFJ im Geschäftshaus «Blauer Engel» sowie die künftige Nutzung der historischen Shedhalle. Sie soll nach ihrer Sanierung Raum für Veranstaltungen, Begegnungen und neue Formate schaffen.

Mehr zum Projekt und den Mietflächen: mahlwerk-uzwil.ch



BEZUG AB FRÜHJAHR 2028

Ein Areal gestaltet Zukunft

Neubau mit 3'250 m² Mietfläche für Industrie & Gewerbe

Im Mahlwerk Uzwil entsteht ein neuer Wirtschaftshub für Unternehmertum, Startups und Industrie. Ein Platz für Unternehmen mit Weitblick.

Du suchst Raum für dein Business in einem Netzwerk, das inspiriert und verbindet? Wir suchen Mieter:innen für Produktion, Gewerbe und innovative Unternehmen, die mit uns etwas bewegen. *Are you in?*

Jetzt informieren und Fläche sichern!






Robert Stadler:

**Wachsendes
regionales
Selbstbe-
wusstsein.**

Wie das Wirtschafts- PortalOst die Region Wil aus dem Schatten geholt hat

Die Grossregion Wil zählt zu den dynamischsten Wirtschaftsregionen der Ostschweiz, bleibt aber in ihrer Wahrnehmung oft unter dem Radar. Mit dem WirtschaftsPortalOst hat sich in den vergangenen Jahren eine Plattform etabliert, die Unternehmen, Gemeinden und Institutionen über Kantonsgrenzen hinweg zusammenbringt. Was kann ein solches Netzwerk leisten und wie die Region weiterentwickeln? WPO-Geschäftsführer Robert Stadler kennt die Antworten.

Das Bewusstsein, dass viele Herausforderungen gemeinsam besser angegangen werden können, ist gestiegen. Der Stolz auf die Leistungen und Stärken der Region hat zugenommen.

Die Region Wil ist wirtschaftlich stark, aber auch fragmentiert über Kantonsgrenzen hinweg. Ist diese Vielfalt Stärke oder strukturelle Schwäche?

Jede Medaille hat zwei Seiten. Die Frage ist, wie stark man sie zum Glänzen bringt beziehungsweise wie man vermeintliche Schwächen zu einer Stärke macht. Ich erlebe die Vielfalt vor allem als Stärke, weil man mehr voneinander lernen kann. Zudem bringt sie Stabilität, macht aber eine klare Profilierung schwieriger. Das war einer der wichtigen Gründe, weshalb WPO vor sieben Jahren gegründet wurde.

Das WPO versteht sich als Plattform für Wirtschaft und Politik. Wo gelingt diese Zusammenarbeit gut, und wo gibt es noch Reibungsverluste?

Unsere Gremien sind alle gemischt zusammengesetzt. Vertreter aus der Wirtschaft arbeiten eng mit Gemeindepräsidenten zusammen und ziehen am gleichen Strang. Das funktioniert gut und wird von beiden Seiten geschätzt. Selbstverständlich gibt es auch immer einzelne Fälle, in denen ein Unternehmen sich über eine bestimmte Regulierung oder einen politischen Entscheid ärgert. Aber der im WPO gepflegte Austausch hilft, das gegenseitige Verständnis zu verbessern.

Mit über 400 Mitgliedern und hoher privater Finanzierung ist das WPO breit abgestützt. Ist das ein Erfolgsmodell oder auch eine Herausforderung in der Steuerung?

Der hohe Privatfinanzierungsanteil von zuletzt 64 Prozent gibt Freiheit, und er ist ein Beweis, dass sich die Wirtschaft selbst engagiert, um den Standort zu fördern. Aber langsam wird es mit so vielen Mitgliedern tatsächlich etwas unübersichtlich (lacht). Bis vor Kurzem kannte ich jedes Mitglied gut und wusste spontan, ob ein Unternehmen schon Mitglied ist oder nicht. Das fällt mir zunehmend schwerer. Die breite Mitgliederstruktur ist toll und ein ziemlich genaues Abbild der Wirtschaftsregion.

Viele Regionen kämpfen um Sichtbarkeit und Profil. Wofür steht die Grossregion Wil heute wirtschaftlich, und wo fehlt noch eine klare Positionierung?

Die Region Wil hat eine breit gefächerte Wirtschaft mit überdurchschnittlichem Anteil in den Bereichen Maschinenbau, Metall- und Lebensmittelindustrie. Sie zeichnet sich besonders durch die hervorragende Erreichbarkeit aus: Sie ist nahe an den Wirtschaftszentren Zürich, Winterthur oder St.Gallen, in einer halben Stunde ist man am Flughafen Zürich und auch schnell am Bodensee oder im Toggenburg. Damit hat die Region ein grosses Potenzial als Arbeits- und Wohnregion. «Wil West» wird dabei helfen, dieses Potenzial noch besser sichtbar zu machen.

Standortförderung ist oft schwer messbar. Woran erkennen Sie konkret, ob Ihre Arbeit Wirkung zeigt?

Es ist tatsächlich meist ziemlich hypothetisch, was ohne Standortförderung wäre. Wir haben Firmen geholfen, einen passenden Standort in der Region zu finden. Aber wären sie auch ohne uns zum gleichen Stück Land gekommen? Man weiss es nicht. Was man aber sieht und an unseren Anlässen

«Ein einzelnes Projekt katapultiert die Region nicht nach vorne.»

Robert Stadler, wie geht es der Wirtschaftsregion Wil, ist sie auf Kurs oder unter Druck?

Unsere Region hat überdurchschnittlich viele Unternehmen aus der MEM-Industrie. Gerade diese exportabhängigen Branchen stehen unter Druck und spüren die globalen Unsicherheiten besonders. Insgesamt ist unsere Wirtschaft aber breit diversifiziert, was Stabilität bringt.

Sie haben das WirtschaftsPortalOst seit 2019 mit aufgebaut. Was hat sich in dieser Zeit für die Region verändert?

Die Region ist stärker zusammengewachsen, insbesondere zwischen dem Thurgauer und dem St.Galler Teil unserer Region.

Ihr Spezialist für modularen Holzbau in der Schweiz.

Vom Konzept bis zur Umsetzung.

Innovativer Holz-Modulbau für nachhaltige und effiziente Bauprozesse.



LIGNOX AG

Frauenfelderstrasse 1 Tel. 052 368 41 20
8560 Märstetten www.lignox.ch



«Die Region ist stärker zusammengewachsen.»

mit WPOlitik haben wir ein Gefäss geschaffen, in dem sich die Kantonsratsmitglieder aus beiden Kantonen treffen und für regionale Anliegen sensibilisieren lassen, etwas, das es vorher so nicht gegeben hat. Einige in der Corona-Zeit notgedrungen lancierte digitale Angebote haben sich nicht nachhaltig bewährt und wurden zugunsten des persönlichen Austauschs wieder eingestellt.

Sie geben die WPO-Geschäftsführung 2026 ab. In welchem Zustand übergeben Sie das WirtschaftsPortalOst?

Der Verein ist mit funktionierenden Gremien etabliert und steht auf finanziell stabilen Beinen. Nun geht es darum, mit neuen Projekten die Rahmenbedingungen für die Wirtschaft in der Region weiter zu verbessern und vermehrt auch ausserhalb der eigenen Region zu strahlen. Eine Herausforderung bleibt der sparsame und richtige Umgang mit Flächenreserven.

Und was war Ihr schönstes WPO-Erlebnis in den vergangenen sieben Jahren?

Ein einzelnes Erlebnis herauszupicken, ist praktisch unmöglich. Es sind die Begegnungen mit unseren Mitgliedern, die mich immer besonders freuen. Denn an unseren Anlässen sorgen sie immer für eine besonders positive und vorwärtsgerichtete Stimmung. In besonderer Erinnerung bleibt mir, dass bereits der allererste Anlass mit der neu gewählten Bundesrätin Karin Keller-Sutter so gut ankam und für die weitere Entwicklung von WPO ganz wichtig war. Oder wenn wir mit WPO-Impuls jungen Fachkräften die Augen öffnen konnten, wie innovativ unsere Region ist. Oder die leuchtenden Augen der Fünftklässler, die beim WPO Experience Day auf spielerische Weise erste Einblicke in die Berufswelt erhielten.

spürt, ist ein wachsendes regionales Selbstbewusstsein und eine bessere Verknüpfung über die Kantonsgrenze hinweg. Die so entstandenen Kontakte sind ein Fundament, auf dem weitere Kooperationen und regionale Synergien aufgebaut werden können.

Sie haben zahlreiche Projekte und Formate initiiert. Was hat die Region weitergebracht, und was war eher gut gemeint als wirksam?

Da knüpfe ich an die vorherige Frage zur Messbarkeit der Wirkung an: Unsere Angebote bringen alle im einen oder anderen Punkt einen Mehrwert. Aber es wäre eine unrealistische Erwartung, dass ein einzelnes Projekt die Region nach vorne katapultiert. Es ist vielmehr das Zusammenspiel verschiedener Angebote. So hat unser Anlass WPO-Impuls die Innovationskraft in unserer Region sichtbar gemacht. Oder

Text: Stephan Ziegler

Bild: Marlies Beeler-Thurnheer

Anzeige



umweltfreundlich unterwegs







mit E-LKW umweltfreundlich unterwegs



Ihr Partner für Transport, Logistik und Recycling für Private, Gewerbe und Industrie

Hugelshofer Gruppe • Juchstrasse 45 • CH-8500 Frauenfeld • Telefon +41 52 728 05 11

hugelshofer.ch

«Wir übersetzen Wissen in Handlungsoptionen»

Der Think Tank Thurgau will Impulse für den Wirtschaftsstandort liefern, indem er Entwicklungen früh erkennt und für den Kanton nutzbar macht. Stiftungsratspräsident Matthias Mölleny weiss, wie Unternehmen davon konkret profitieren.

Matthias Mölleny, was tut der Think Tank Thurgau konkret für den Wirtschaftsstandort Thurgau?

Er bringt Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Gesellschaft systematisch zusammen, und zwar entlang eines klar strukturierten Jahreszyklus. Wir wählen jedes Jahr ein zentrales Zukunftsthema, bearbeiten es am Wissenschaftskongress, vertiefen es in Talks und machen es im TTT-Forum konkret nutzbar. Unser Beitrag besteht darin, relevante Entwicklungen früh zu erkennen, sie einzuordnen und daraus Orientierung für den Thurgau abzuleiten. Die persönlichen Begegnungen fördern das Verständnis zwischen den Akteuren und führen oft auch zu konkreten Kooperationen.

Wie profitieren Unternehmen im Kanton von Ihrer Arbeit über den reinen Austausch hinaus?

Der Mehrwert liegt aus unserer Sicht in der Übersetzung von Wissen in Handlungsoptionen. Wir achten bewusst darauf, dass unsere Formate nicht bei Diskussionen stehen bleiben, sondern konkrete Implikationen für Unternehmen sichtbar werden, sei es durch Praxisbeispiele, durch den Einbezug von Unternehmen in unsere Veranstaltungen oder durch die gezielte Aufbereitung der Erkenntnisse für den Thurgau. Unternehmen erhalten damit nicht nur Inspiration, sondern, wo möglich, auch Orientierung für strategische Entscheidungen.

Wie sorgen Sie dafür, dass aus dem Wissenschaftskongress nicht nur Diskussionen, sondern nutzbare Impulse für Wirtschaft und Standortentwicklung entstehen?

Das ist unser besonderes Anliegen. Der Wissenschaftskongress ist bewusst nur der Start. Die Erkenntnisse werden anschliessend im TTT-Forum weiterbearbeitet, in dem die Übertragbarkeit auf den Thurgau im Zentrum steht und die Teilnehmenden aktiv eingebunden werden. Ergänzend greifen wir die Themen in vertiefenden TTT-Talks und in unserem zweiwöchigen Newsletter auf. So entsteht ein kontinuierlicher Transfer vom Denken ins Handeln. Die Mitglieder des Stiftungsrats sind zudem alle auch in verschiedenen weiteren Funktionen tätig und bringen die Anliegen und Ideen dort auch ganz direkt ein.

Welche Projekte oder Formate haben der Wirtschaft im Kanton zuletzt den grössten Nutzen gebracht?

Beim Thema des Wissenschaftskongresses 2025 «Klimaneutrales Bauen und Sanieren» wurde sichtbar, dass viele Lösungen bereits existieren und die Herausforderung in der Umsetzung liegt. 2024 befassten wir uns mit Bildung und Künstlicher Intelligenz, einem Thema, das auch für die Wirtschaft sehr relevant ist, beispielsweise bei der Entwicklung von neuen Lernformaten in der betrieblichen Aus- und Weiterbildung.

Was bringt Ihre Arbeit speziell den vielen KMU im Thurgau?

KMU profitieren vor allem von komprimierter Orientierungshilfe in einer zunehmend komplexen Welt. Sie haben oft nicht die Ressourcen, sich systematisch mit Zukunftsthemen auseinanderzusetzen. Deswegen setzen wir hier an. Wir

Anzeige

EKT

ENERGIE STIFTUNG

Wir fördern zukunftsgerichtete Projekte und Technologien rund um Energie und Klima.



Infos zur Gesuchseingabe:
ekt-energiestiftung.ch

Geben Sie
jetzt
Ihr innovatives
Projekt ein.

Matthias Mölloney:

Konstanter Dialog.



bündeln relevante Entwicklungen, zeigen konkrete Beispiele und ermöglichen den Austausch mit anderen Akteuren. Damit helfen wir KMU, frühzeitig Chancen zu erkennen und fundierte Entscheidungen zu treffen.

Wo sehen Sie derzeit die wichtigsten Zukunftsthemen für den Wirtschaftsstandort Thurgau?

Die Themen wechseln, aber die Logik bleibt. Es geht immer um Transformationen mit langfristiger Wirkung. Aktuell sehen wir insbesondere Nachhaltigkeit und klimaneutrale Wirtschaft, Künstliche Intelligenz und deren Auswirkungen auf Arbeit und Bildung, Fachkräftemangel und demografische Entwicklung sowie die Zusammenarbeit über Organisations- und Branchengrenzen hinweg. Diese Themen sind nicht isoliert zu betrachten.

Sondern?

Sie verstärken sich gegenseitig. Für 2026 haben wir uns ein Thema ausgewählt, von dem wir auch eine grosse Resonanz erwarten: «Liebi, Sex und Öpfelbömm – Beziehungen im 21. Jahrhundert». Gerade persönliche Beziehungen spielen im Hinblick auf psychische Gesundheit und Stabilität eine zentrale Rolle, was für berufliches Engagement relevant ist.

Welche Rolle spielt der TTT dabei, dass der Kanton für innovative Unternehmen attraktiv bleibt?

Attraktivität entsteht nicht nur durch Infrastruktur oder Steuern, sondern durch Denkräume und Zukunftsfähigkeit. Der Think Tank trägt genau zu diesen Denkräumen bei. Wir bringen unterschiedliche Perspektiven zusammen, fördern

den Dialog und stärken damit die Innovationskultur im Kanton. Zudem zeigen wir auf, dass im Thurgau bereits viele spannende Ansätze vorhanden sind, und machen diese sichtbar.

Können Sie ein Beispiel nennen?

Zum Beispiel beim Jugendwettbewerb, den ich jedes Jahr wieder ganz besonders faszinierend finde: Es müsste viel bekannter gemacht werden, welche sensationellen Leistungen in einigen der Thurgauer Maturaarbeiten gezeigt werden. Ein komplett selbst geschriebenes, komponiertes und performtes Musical, ein innovativer Ansatz für das Bestäuben von Obstbäumen oder ein Dokumentarfilm, der sogar an den Solothurner Filmtagen ausgezeichnet wurde, sind nur drei Beispiele, die aufzeigen sollen, welches Niveau wir im Thurgau vorweisen können.

Woran erkennen Sie, dass Ihre Arbeit Wirkung zeigt?

Wirkung zeigt sich nicht in einzelnen Projekten, sondern im Gesamtsystem. Wir sehen sie unter anderem daran, dass unsere Themen in Wirtschaft und Politik aufgegriffen werden, sich die Netzwerke zwischen den Akteuren verdichten, unsere Veranstaltungen stabil gut besucht sind und die Resonanz in Medien und Öffentlichkeit wächst. Nicht zuletzt zeigt sich Wirkung auch daran, dass wir seit Jahren einen konstanten Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis im Thurgau etablieren konnten und dieser zunehmend genutzt wird.

Text: Patrick Stämpfli
Bild: Rebekka Grossglauser



Zwischen Versorgungskrise und Netto-Null

Wie Energieeffizienz und Nachhaltigkeitsberichterstattungen zu Wettbewerbsfaktoren für die Thurgauer Industrie und KMU werden.

Die aktuellen Verwerfungen auf den Energiemärkten treffen Industrie und Gewerbe in der Schweiz unmittelbar, und damit auch die stark export- und produktionsorientierten Unternehmen im Kanton Thurgau. Volatile Energiepreise, steigende CO₂-Kosten und wachsende regulatorische Anforderungen verändern die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen grundlegend. Energieeffizienz, Dekarbonisierung und Nachhaltigkeitsberichterstattung werden damit zunehmend zu strategischen Wettbewerbsfaktoren.

Regulatorischer Rahmen in der Schweiz

Das Klima- und Innovationsgesetz (KIG) ergänzt bestehende Instrumente wie das CO₂-Gesetz sowie das Energiegesetz (EnG) und verankert insbesondere Fördermechanismen für klimawirksame Investitionen, technologische Transformationen sowie die Substitution fossiler Energieträger. Damit verschiebt sich der Fokus zunehmend von einer reinen Lenkungsabgabe hin zu einer kombinierten Strategie aus Regulierung, Anreizen und Innovationsförderung. Die genannten Gesetze bilden somit den zentralen Umsetzungsrahmen der Schweiz für das Netto-Null-Ziel 2050.

Im Rahmen des KIG gewinnt der unternehmensspezifische Netto-Null-Fahrplan an Bedeutung. Für viele KMU bedeutet dies, dass sie sich zunehmend mit der Frage auseinander-

setzen müssen, wie ihre Emissionen langfristig reduziert werden können. Ausgangspunkt bildet dabei in der Regel eine Treibhausgasbilanzierung, die zunächst die direkten Emissionen aus dem eigenen Betrieb (Scope 1) sowie die indirekten Emissionen aus eingekaufter Energie (Scope 2) umfasst. Die Erfassung weiterer indirekter Emissionen entlang der Lieferkette (Scope 3) erfolgt auf freiwilliger Basis, gewinnt jedoch insbesondere über Kundenanforderungen zunehmend an Bedeutung.

Nachhaltigkeitsberichterstattung und Vorgaben aus den Lieferketten

Für viele KMU entwickelt sich die Nachhaltigkeitsberichterstattung weniger aus direkter regulatorischer Verpflichtung, sondern vor allem aus Markt- und Kundendruck. Während gesetzliche Pflichten zur Nachhaltigkeitsberichterstattung derzeit primär grössere Unternehmen betreffen, wirken Anforderungen entlang der Wertschöpfungskette zunehmend auch auf kleinere Industrie- und Gewerbebetriebe.

Insbesondere die Einbindung in Lieferketten, in denen übergeordnete Nachhaltigkeits- und Klimastrategien von Konzernen an das Lieferantenportfolio weitergegeben werden, verstärkt diesen Trend deutlich. Rahmenwerke wie die Science Based Targets initiative (SBTi) oder Bewertungsplattformen

wie EcoVadis führen dazu, dass auch Zulieferer vermehrt aufgefordert werden, Emissionsdaten bereitzustellen oder Dekarbonisierungspfade nachvollziehbar darzulegen.

Im Zentrum steht dabei die Erstellung einer firmenspezifischen Treibhausgasbilanzierung, insbesondere der Übergang von direkten Emissionen (Scope 1) und energiebezogenen Emissionen (Scope 2) hin zu einer schrittweisen Auseinandersetzung mit indirekten Emissionen in der Lieferkette (Scope 3). Gerade für KMU ist dieser Bereich oft herausfordernd, da Daten nicht vollständig verfügbar sind und die Abgrenzung der Emissionsquellen komplex ist.

Gleichzeitig bietet genau dieser Prozess Chancen: Unternehmen, die frühzeitig belastbare Datenstrukturen aufbauen, können sich gegenüber Kunden als verlässliche und zukunftsfähige Partner positionieren.

Energieeffizienz als strategischer Hebel

Energieeffizienz ist ein zentraler Baustein jedes firmenspezifischen Netto-Null-Fahrplans. Sie bildet in der Regel den ersten und wirtschaftlich wirksamsten Schritt zur Reduktion von Treibhausgasemissionen, da sie unmittelbar den Energieverbrauch und damit sowohl direkte Emissionen als auch Kosten senkt. Für Unternehmen schafft Energieeffizienz damit die Grundlage, um Dekarbonisierungsziele nicht nur strategisch zu definieren, sondern operativ und wirtschaftlich realisierbar umzusetzen.

So entwickelt sich Energieeffizienz zunehmend vom operativen Optimierungsthema zu einem zentralen Investitions- und Wettbewerbsfaktor. Steigende Energiepreise, CO₂-Kosten und regulatorische Anforderungen wirken direkt auf die Kostenstruktur und die Investitionsentscheidungen von Unternehmen, insbesondere auch von KMU, bei denen die Energie- und Betriebskosten einen vergleichsweise hohen Anteil an den Gesamtkosten ausmachen.

Technologisch umfasst dies ein breites Spektrum an Massnahmen, insbesondere Prozessoptimierungen, Elektrifizierung industrieller Anwendungen sowie den Einsatz von Photovoltaik-Eigenverbrauchsanlagen, häufig in Kombination mit Speicherlösungen, um den Eigenverbrauch zu maximieren und Netzbezugskosten zu reduzieren. Ergänzend gewinnt die E-Mobilität im betrieblichen Fuhrpark und in der Logistik an Bedeutung, da sie sowohl Emissionen als auch langfristige Betriebskosten senken kann und sich zunehmend mit Eigenstromlösungen koppeln lässt.

Für KMU steht dabei weniger die Vollintegration komplexer Gesamtsysteme im Vordergrund, sondern vielmehr ein schrittweises, wirtschaftlich priorisiertes Vorgehen. Aus-

gangspunkt bildet eine strukturierte Energieanalyse, bei der Verbrauchsprofile, Lastspitzen und technische Effizienzpotenziale systematisch erfasst werden. Auf dieser Grundlage werden jene Massnahmen identifiziert, die ein günstiges Verhältnis von Investition zu Wirkung aufweisen.



«Für KMU steht ein schrittweises, wirtschaftlich priorisiertes Vorgehen im Vordergrund.»

Die Umsetzung erfolgt typischerweise in modularen Schritten, beginnend mit kurzfristig realisierbaren Effizienzgewinnen («Low-Hanging Fruits»), gefolgt von Investitionen in Eigenstromproduktion, Speicherlösungen und schrittweiser Elektrifizierung. Entscheidend ist dabei eine fundierte wirtschaftliche Bewertung von Amortisation und Lebenszykluskosten, um Investitionsentscheidungen mit der betrieblichen Realität von KMU in Einklang zu bringen.

Perspektive: Ganzheitliche Begleitung aus einer Hand

Die Kombination aus steigenden Energiepreisen, Dekarbonisierungsanforderungen, regulatorischen Vorgaben und wachsenden Erwartungen an die Lieferkettentransparenz erhöht die Komplexität für Industrie- und KMU-Betriebe deutlich. Viele dieser Themen greifen ineinander, werden in der Praxis jedoch häufig noch getrennt betrachtet.

Vor diesem Hintergrund gewinnt eine integrierte Herangehensweise an Bedeutung, die technische, wirtschaftliche und regulatorische Fragen zusammenführt. Ausgangspunkt ist dabei in der Regel eine strukturierte Energie- und Emissionsanalyse in Form einer Treibhausgasbilanzierung, auf deren Basis ein unternehmensspezifischer Netto-Null-Fahrplan entwickelt wird. Darauf aufbauend lassen sich wirtschaftlich sinnvolle Massnahmen ableiten und priorisieren.

Das KEEST unterstützt das Thurgauer Gewerbe sowie Industrie- und KMU-Betriebe als One-Stop-Shop bei der Entwicklung und Umsetzung von Energieeffizienz- und Dekarbonisierungsmassnahmen entlang des gesamten Netto-Null-Fahrplans. In vielen Fällen wird die Umsetzung durch das kantonale Förderprogramm Energie des Kantons Thurgau unterstützt und damit wirtschaftlich zusätzlich begünstigt.

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

071 969 69 56
www.keest.ch





Projekt «See4», Fruthwilen

Vom «Ausweichmodell» zum ernstzunehmenden Markt

Die Nachfrage bleibt hoch, die Preise ziehen weiter an. Der Thurgauer Immobilienmarkt befindet sich allerdings im Wandel. Käufer entscheiden bewusster, Projekte müssen genauer passen, und die Dynamik verlagert sich zunehmend auch in gut erschlossene Lagen ausserhalb der Zentren. Vier lokale Immobilienexperten ordnen die aktuelle Entwicklung im Thurgau ein.

Einmal mehr befragte der LEADER Thurgauer Immobilienexperten zur aktuellen Marktsituation. Die Grundtendenz bleibt im Vergleich zu 2025 weitgehend gleich: Der Thurgauer Immobilienmarkt wird weiterhin als stabil, nachgefragt und attraktiv beschrieben. Auch steigende Preise, knappe Angebote und die Bedeutung guter Lagen standen bereits im Vorjahr im Zentrum.

Verschoben hat sich jedoch die Betonung einzelner Akzente: Die Nachfrage bleibt hoch, wird aber als zunehmend preisbewusster und selektiver beschrieben. Gesamtpreis, Effizienz und technische Standards rücken stärker in den Fokus. Auffällig ist auch die räumliche Entwicklung. Während 2025 vor allem die Zentren im Fokus standen, zeigt sich, dass sich

die Nachfrage in gut erschlossene Regionen ausserhalb der klassischen Toplagen ausdehnt.

Magnetwirkung, Verdichtung und Nachhaltigkeit

Alle befragten Experten beobachten eine anhaltend hohe Nachfrage, die sich zunehmend in den Kanton verlagert. Aaron Ulmann, Leiter Immobilienvermarktung bei der Immokanzlei AG in Kreuzlingen, sagt, der Markt zeige sich «trotz eines schwierigen globalen Umfelds erstaunlich widerstandsfähig». Grosse Zentren seien für viele Käufer unerschwinglich geworden – gut erreichbare Regionen ausserhalb der Metropolen rücken entsprechend in den Vordergrund.

Adrian Frei, Inhaber und Geschäftsführer der Aforia Immobilien AG in Horn, beschreibt dieselbe Entwicklung: Der Thurgau werde zunehmend zur Wohnalternative für Menschen, die im Raum Zürich kein passendes oder bezahlbares Eigentum mehr finden. Besonders profitieren gut erschlossene Gemeinden entlang von Verkehrsachsen und die Bodenseeregion rund um Kreuzlingen – auch aufgrund der deutschen Zuwanderung. Der Mix aus Wohnqualität, Natur, Erreichbarkeit und tieferen Preisen bleibe ein zentraler Wachstumstreiber.

«Ein zentrales Hemmnis bleiben lange Bewilligungsverfahren und Einsprachen.»

Pascal Wiesli, Co-Leiter Immobilienbewertung bei der Thurgauer Kantonalbank in Weinfelden, spricht von einem robusten Markt mit steigenden Preisen für Wohneigentum. Getragen werde die Entwicklung von tiefen Hypothekenzinsen, hoher Nachfrage und anhaltendem Bevölkerungswachstum. Die vergleichsweise hohe Preisattraktivität des Kantons stütze die Nachfrage zusätzlich.

Lars Ullmann, Mitglied der Geschäftsleitung der Thoma Immobilien AG in Amriswil, blickt auf die bauliche Entwicklung: Die Verdichtung nehme in urbanen und gut erschlossenen Lagen weiter zu und werde zunehmend alternativlos. Neue Bauzonen seien kaum verfügbar. Die Entwicklung erfolge über Ersatzneubauten, Arealentwicklungen und Aufzonen – vor allem in Zentrumsanlagen und in Bahnhofsnähe.

«Einfamilienhäuser bleiben bei knapper Verfügbarkeit stark nachgefragt», sagt **Pascal Wiesli** von der Thurgauer Kantonalbank. «Gleichzeitig gewinnen aber Eigentumswohnungen an Bedeutung, insbesondere kompakte Einheiten»,

da sich die Bautätigkeit zunehmend auf verdichtetes Wohnen konzentriere.

Bauland: Preisaufrtrieb über nationalem Schnitt

Die Preise für Bauland und Wohneigentum steigen weiter, vor allem in gut erschlossenen Lagen. «Der Preisaufrtrieb übertrifft derzeit den nationalen Schnitt von 3,6 Prozent», sagt **Aaron Ullmann**. Thurgauer Wohneigentum habe zuletzt im Jahresvergleich um 4,5 Prozent zugelegt. Bei den Preisen bleibe der Kanton aber attraktiv: «Ein Einfamilienhaus kostet im Schnitt rund 1,45 Millionen Franken, deutlich weniger als die 2,5 Millionen in Winterthur oder gar die durchschnittlichen 4,5 Millionen Franken in Zürich.»

Adrian Frei sieht den Druck besonders in den Zentren. Bauland verteuere sich vor allem dort, «wo neue Bauordnungen mehr Ausnützung zulassen». Kreuzlingen, Frauenfeld oder Weinfelden blieben stark nachgefragt. In ländlicheren Regionen sei Bauland teilweise noch verfügbar. «Die Nachfrage muss aber aktiver geschaffen werden.» «Die Angebotsknappheit führt zu weiter steigendem Preisdruck bei Bauland», sagt auch **Lars Ullmann**. Die Leerstandsquoten seien historisch tief. **Pascal Wiesli** ergänzt: «Das Angebot ist insbesondere bei Einfamilienhäusern begrenzt.»

Im Gewerbe zeigt sich ein anderes Bild. «Moderne, gut erschlossene Flächen werden rasch absorbiert», sagt **Aaron Ullmann**. Ältere Objekte stehen deutlich länger leer. **Adrian Frei** bringt es auf den Punkt: «Ohne gute Lage, klare Nutzungsidee und Nachfrage funktioniert es deutlich schwieriger.»

Technik, Anbindung und See sind gefragt

«Lage bleibt das entscheidende Kriterium», weiss **Aaron Ullmann**. Seenähe, Aussicht und eine gute Anbindung an den öffentlichen Verkehr werden besonders hoch gewichtet, längst nicht mehr nur in klassischen Toplagen. Auch gut erschlossene Randgemeinden verzeichnen eine wachsende Nachfrage.

Adrian Frei beobachtet gleichzeitig eine Veränderung auf Objektebene: «Gefragt sind kompakte, gut geplante Wohnungen mit effizienten Grundrissen.»

Viele Käufer achten stärker auf den Gesamtpreis als auf möglichst viele Quadratmeter. «Überbeuerte Objekte bleiben liegen», sagt **Aaron Ullmann**.

Die technischen Anforderungen steigen: «Modernität ist marktentscheidend.» Energieeffizienz, Wärmepumpen, Photovoltaik und tiefe Nebenkosten seien zentrale Kaufargumente.

Auch **Lars Ullmann** stellt fest, dass Interessenten «häufiger und gezielter Fragen zu Heizsystemen, Betriebskosten und Nachhaltigkeit» stellen.

Das Umfeld gewinnt an Gewicht. Grosszügige Aussenflächen, Grünräume und Aufenthaltsqualität werden stärker nachgefragt. In ländlichen Regionen funktionieren Projekte laut **Adrian Frei** besonders dann gut,

Pascal Wiesli

Adrian Frei



wenn sie zusätzliche Qualitäten wie attraktive Aussenräume oder Gemeinschaftsflächen bieten.

Bei Gewerbeimmobilien bleiben die Anforderungen klar: «Erreichbarkeit, logistische Erschliessung und flexible Nutzungsmöglichkeiten stehen im Vordergrund.»

«Das Angebot ist insbesondere bei Einfamilienhäusern begrenzt

Zinsen und Zuwanderung als Treiber

«Das aktuell moderate Zinsniveau macht Hypothekendarfinanzierungen für viele Haushalte tragbar und hält die Nachfrage hoch», sagt Aaron Ulmann. Auch Lars Ullmann sieht im Zinsumfeld einen zentralen Faktor, der den Erwerb von Wohneigentum begünstigt. Die demografische Entwicklung wirkt zusätzlich. Aaron Ulmann verweist auf den anhaltenden Bevölkerungszug. Die Schweiz könnte bis 2045 die Marke von zehn Millionen Einwohnern überschreiten. Pascal Wiesli nennt die zunehmende Zahl kleiner Haushalte und die Alterung der Gesellschaft als weitere Treiber.

Adrian Frei beobachtet zunehmenden Druck aus den Zentren: Hohe Preise in Zürich und anderen Städten treiben

viele Suchende in den Thurgau. Gute Verkehrsverbindungen machen Pendeln realistisch. «Mehrere Faktoren verstärken sich gegenseitig», sagt Aaron Ulmann. Dazu zählen auch steuerliche Impulse wie die Abschaffung des Eigenmietwerts. Raumplanerische Anpassungen mit höherer Verdichtung steigern laut Frei zusätzlich den Wert vieler Grundstücke.

Dauerbrenner sind Verfahren und Einsprachen

Das zentrale Problem ist ein strukturelles Ungleichgewicht. «Die Nachfrage übersteigt das Angebot bei Weitem, und die Bautätigkeit kommt schlicht nicht nach», erzählt Aaron Ulmann. Ein zentraler Grund: langwierige Bewilligungsverfahren, die Projekte «um Monate oder gar Jahre verzögern». Adrian Frei formuliert es ähnlich: «Ein zentrales Hemmnis bleiben lange Bewilligungsverfahren und Einsprachen.» Der Zeitverlust wiege oft schwerer als einzelne Baukostenpositionen.

Eine aktuelle Studie im Auftrag des Bundes bestätigt diese Einschätzung: Rund 60 Prozent der Fachleute sehen Einsprachen und Rekurse als grosse Hürde, 80 Prozent berichten von Verzögerungen, 71 Prozent von steigenden Kosten. «Ein wesentliches Hemmnis stellen die zunehmenden Einsprachen gegen Bauvorhaben dar», bestätigt auch Lars Ullmann. Gleichzeitig erschwerten regulatorische Finanzierungsvorgaben vielen Haushalten den Erwerb von Wohneigentum.

Anzeige

IMMOBILIEN GANZ EHRlich

Ihr kompetenter Partner in der Ostschweiz für:

- Verkauf
- Bewertung
- Beratung
- Neubauentwicklung

Telefon 071 411 22 20
aforia.ch

AFORIA
IMMOBILIEN

Pascal Wiesli nennt weitere Bremsfaktoren: das knappe Angebot und den Fachkräftemangel im Baugewerbe. Hinzu kämen regulatorische Unsicherheiten, welche die Bautätigkeit und Investitionsentscheide beeinflussten. Gemäss Aaron Ulmann wird die beschlossene Abschaffung der Thurgauer Liegenschaftssteuer per 2029 aufmerksam verfolgt, da sie die Investitionsrechnung für Grundeigentümer längerfristig verändern dürfte. «Der Bau von Mietwohnungen bietet angesichts gestiegener Kosten weiterhin Potenzial, sofern die Mieten die tatsächlichen Erstellungskosten angemessen widerspiegeln», so Ulmann weiter.

«Die Verdichtung nimmt in urbanen und gut erschlossenen Lagen weiter zu und wird zunehmend alternativlos.»

Ausblick: Preise steigen weiter, aber moderat

«Die Ausgangslage für eine weiterhin positive Entwicklung ist günstig», fasst Aaron Ulmann zusammen. Die Standortqualitäten bleiben stark: Bodenseenähe, Erholungswert, moderate Steuern und gute Anbindung an Zürich. Da das Angebot hinter der Nachfrage zurückbleibe, sei ein «weiterer, moderater Preisanstieg wahrscheinlich». Auch Adrian Frei erwartet im Wohnbereich «stabile bis steigende Preise». Gemeinden mit guter Erreichbarkeit und Lagen am Bodensee dürften überdurchschnittlich performen.

«Die hohe Wohn- und Lebensqualität wird die Nachfrage nach Wohnraum entsprechend hochhalten», bestätigt Lars Ullmann. Gleichzeitig erwartet er eine Verschiebung innerhalb der Segmente: «Die Mietpreise werden stärker wachsen als die Preise für Wohneigentum.» Pascal Wiesli geht ebenfalls von einer stabilen Entwicklung mit moderat steigenden Preisen aus. Die Nachfrage bleibe hoch, der Trend zu verdichtetem Bauen und zu Eigentumswohnungen setze sich fort. Anzeichen einer Überhitzung sieht er nicht.

Im Gewerbebereich bleibt das Bild differenziert. «Nachhaltige, flexible und zentral gelegene Flächen werden weiter an Bedeutung gewinnen», sagt Aaron Ulmann. Der Thurgau habe sich «vom erschwinglichen Ausweichkanton zum ernstzunehmenden Immobilienmarkt mit eigenem Profil entwickelt».

Lars Ullmann

Aaron Ulmann

Text: Pascal Tschamper
Bilder: z/vg



Seeblick, Uttwil

www.uttwil-seeblick.ch

Wohnen direkt am Bodensee: 15 exklusive und grosszügige Eigentumswohnungen.

An traumhafter Lage entstehen zwei Mehrfamilienhäuser mit modernen 3.5- und 4.5-Zimmer Eigentumswohnungen.

3.5-Zimmer Wohnungen ab CHF 755'000
4.5-Zimmer Wohnungen ab CHF 965'000



Im Obstgarten, Buch bei Frauenfeld

www.im-obstgarten-buch.ch

Grosszügige 5.5-Zimmer Einfamilienhäuser an unverbaubarer Lage

Baubeginn erfolgt – nur noch 3 Einheiten verfügbar! Jetzt zugreifen und Ihr Traumobjekt sichern.

5.5-Zimmer EFH ab CHF 1'298'000.00



Im Mittlislizelg, Romanshorn

www.im-mittlislizelg-romanshorn.ch

Moderne Eigentumswohnungen für Familien, Paare & Singles

In Romanshorn entstehen zwei attraktive Mehrfamilienhäuser mit 24 modernen 2.5- bis 5.5 Zimmer Eigentumswohnungen, teilweise mit Sicht auf den Sämtis.

Noch verfügbar:
3.5-Zimmer Wohnungen ab CHF 645'000.00
4.5-Zimmer Wohnungen ab CHF 730'000.00

Beratung & Verkauf

THOMA[®]
IMMOBILIEN TREUHAND

THOMA Immobilien Treuhand AG
Bahnhofstrasse 13a
8580 Amriswil
Tel. 071 414 50 60

Vertrauen seit 1978.

Attraktiv, aber nicht risikolos

Tiefe Zinsen, knapper Wohnraum und eine robuste Binnenwirtschaft prägen den Thurgauer Immobilienmarkt. Reto Inauen, Präsident des Verbands der Thurgauer Raiffeisenbanken, sieht den Standort weiterhin gut aufgestellt. Gleichzeitig wird der Markt anspruchsvoller: Bei Wohnimmobilien hält der Nachfragedruck an, bei Gewerbeimmobilien entscheidet stärker als früher die Qualität des Standorts, und im Zinsumfeld ist die Zeit der Gewissheiten vorbei.

Der Thurgauer Immobilienmarkt zeigt sich widerstandsfähig. Während exportorientierte Unternehmen unter der schwachen Auslandsnachfrage, der Frankenstärke und geopolitischen Unsicherheiten leiden, bleibt die Binnenwirtschaft vergleichsweise stabil. Das wirkt sich auch auf die Immobilien aus: Wohnraum bleibt gesucht, gut gelegene Gewerbeflächen behalten ihre Attraktivität, und die tiefen Zinsen stützen Investitionsentscheide. Doch die Lage ist weniger eindeutig, als es auf den ersten Blick scheint.

«Das Bild der Thurgauer Konjunktur hat sich zuletzt etwas eingetrübt. Insbesondere exportorientierte Unternehmen stehen unter Druck. Hauptursache sind fehlende Aufträge aus dem Ausland», sagt Reto Inauen. Diese Einschätzung bildet auch den Hintergrund für den Immobilienmarkt. Denn der Immobilienmarkt reagiert zwar langsamer als die Finanzmärkte oder Konjunkturindikatoren, doch er ist eng mit der wirtschaftlichen Entwicklung verbunden. Wer baut, kauft, mietet oder investiert, orientiert sich an Erwartungen. Und diese Erwartungen sind im Thurgau derzeit von zwei Kräften geprägt: einerseits von hoher Standortqualität und stabiler Nachfrage, andererseits von vorsichtigerer Planung in Teilen der Wirtschaft.

Wohnraum bleibt knapp

Besonders deutlich zeigt sich die Stärke des Standorts im Wohnimmobilienmarkt. Der Thurgau profitiert von seiner Lage zwischen Bodensee, St.Gallen, Zürich und dem süddeutschen Raum. Er verbindet vergleichsweise attraktive Preise mit guter Erreichbarkeit, hoher Lebensqualität und einer Wirtschaftsstruktur, die nicht nur von einzelnen Zentren abhängt. Das macht den Kanton für Familien, Pendler und Zuzüger interessant.

Die Leerwohnungsziffer lag im Kanton Thurgau am 1. Juni 2025 bei 1,41 Prozent und damit praktisch gleichauf mit dem Vorjahr. Das ist kein dramatischer Engpass wie in den grossen Zentren, aber auch kein entspannter Markt mehr. Vor allem an gut erschlossenen Lagen ist die Auswahl begrenzt. Die Nachfrage konzentriert sich auf Wohnungen und Häuser mit guter Anbindung, zeitgemäsem Ausbaustandard und realistischen Gesamtwohnkosten.

Der Eigenheimmarkt bleibt generell von einem knappen Angebot geprägt. Schweizweit sind die Preise für selbstgenutztes Wohneigentum im ersten Quartal 2026 weiter gestiegen. Gemäss dem Raiffeisen-Transaktionspreisindex verteuerten sich Einfamilienhäuser gegenüber dem Vorquartal



Projekt «Seehöfe»,
Romanshorn

um 1,4 Prozent, Stockwerkeigentum um 1,8 Prozent. Gegenüber dem ersten Quartal 2025 betrug der Preisanstieg in beiden Segmenten 4,9 Prozent. Diese Entwicklung ist auch für den Thurgau relevant, weil der Kanton weiterhin von der Suche nach bezahlbarem Wohneigentum ausserhalb der teuersten Ballungsräume profitiert.

Günstige Zinsen, strengere Prüfung

Das Zinsumfeld ist auf den ersten Blick freundlich: Die Schweizerische Nationalbank hält ihren Leitzins seit Juni 2025 bei null Prozent. Damit sind die Finanzierungskosten im Vergleich zur «Hochzinsphase» im Zuge des Inflationsanstiegs nach Pandemie und Energiekrise im Jahr 2023 wieder deutlich gesunken. Für Haushalte und Unternehmen verbessert dies die Kalkulierbarkeit. Gleichzeitig bedeutet ein tiefer Leitzins nicht automatisch, dass jede Finanzierung günstig oder problemlos erhältlich ist.

«Der Immobilienstandort Thurgau bleibt attraktiv, ist aber kein Selbstläufer.»

Für Immobilienkäufer heisst das: Tiefe Zinsen helfen, ersetzen aber keine solide Finanzierung. Eigenmittel, Einkommen, Objektqualität und Reserven bleiben entscheidend. Gerade bei Einfamilienhäusern und Stockwerkeigentum sind die Preise in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen. «Wer heute kauft, muss nicht nur die aktuelle Zinsbelastung tragen können, sondern auch mögliche Veränderungen bei Einkommen, Unterhalt und Lebenssituation berücksichtigen», sagt Inauen.

Gewerbeimmobilien bleiben selektiv gefragt

Differenzierter präsentiert sich die Lage bei Gewerbeimmobilien: Der Thurgau verfügt über starke industrielle Strukturen, zahlreiche KMU, eine solide Bauwirtschaft und gut erreichbare Gewerbestandorte. Dennoch ist der Markt nicht einheitlich. Produktions-, Logistik- und leichte Industrieflächen sind grundsätzlich gefragt, sofern Lage, Erschliessung, Energieversorgung und Nutzbarkeit stimmen. «Bei klassischen Büroflächen und gewissen Verkaufsflächen ist die Nachfrage dagegen selektiver», so Reto Inauen.

Das bedeutet nicht, dass der Gewerbeimmobilienmarkt im Thurgau schwach ist. Es bedeutet aber, dass Nutzer genauer rechnen. «Unternehmen fragen sich, ob zusätzliche Flächen wirklich nötig sind, ob Produktionsprozesse verdichtet werden können, ob Energiekosten tragbar bleiben und ob eine neue Fläche genügend Flexibilität bietet.» Wer heute Gewerberaum sucht, will nicht nur Quadratmeter, sondern Effizienz, Planbarkeit und Standortvorteile.

Besonders gute Karten haben Immobilien, die mehrere Anforderungen verbinden: gute Verkehrsanbindung, flexible Nutzung, zeitgemässe Gebäudetechnik, ausreichend Energie- und Dateninfrastruktur sowie Nähe zu Arbeitskräften. Ältere Objekte an weniger gefragten Lagen geraten dagegen stärker unter Druck. «Sie müssen über den Preis, über Investitionen in die Substanz oder über neue Nutzungskonzepte konkurrenzfähig gemacht werden», sagt Inauen.



Reto Inauen: Gute Voraussetzungen.

Keine Entwarnung, aber solide Perspektiven

Die aktuelle Zinssituation hilft dem Immobilienmarkt, doch sie löst nicht alle Probleme. Tiefe Zinsen stützen Bewertungen und erleichtern Finanzierungen. Gleichzeitig bleiben Baukosten, regulatorische Vorgaben, Energiethemen, Landverfügbarkeit und wirtschaftliche Unsicherheit belastende Faktoren. Für Reto Inauen ist deshalb nicht Euphorie angebracht, sondern ein «nüchternen Blick auf Substanz, Liquidität und Risiko». Wer investiert, sollte Reserven einplanen, Zinsrisiken prüfen, Standort und Objekt kritisch beurteilen und nicht auf kurzfristige Trends setzen. Kurz: Immobilieninvestitionen bleiben langfristige Entscheide.

Der Thurgau geht dabei mit guten Voraussetzungen in die kommenden Jahre. Die Nachfrage nach Wohnraum bleibt stabil, Sachwerte behalten im Tiefzinsumfeld ihre Bedeutung, und gut gelegene Gewerbeimmobilien profitieren von einer diversifizierten Wirtschaftsstruktur. Entscheidend sind Lage, Nutzung, Finanzierungsqualität und die Fähigkeit, auf veränderte wirtschaftliche Bedingungen zu reagieren.

So bleibt der Immobilienstandort Thurgau attraktiv, aber nicht risikolos. Er ist kein überhitzter Metropolenmarkt, aber auch kein Selbstläufer. Seine Stärke liegt in der Balance: bezahlbarer als viele Zentren, wirtschaftlich breiter aufgestellt als manche Randregion und getragen von einer Nachfrage, die nicht nur spekulativ, sondern realwirtschaftlich begründet ist.

Text: Stephan Ziegler

Bild: Marlies Beeler-Thurnheer, zVg

ENGEL & VÖLKERS



Ein Markt in Bewegung



FRAUENFELD

+41 52 511 38 50

frauenfeld@engelvoelkers.com

engelvoelkers.com/frauenfeld

Lebensräume schaffen im Einklang mit Mensch und Ort

Mit dem Projekt «Wehr 9» in Münchwilen zeigt Cellere Immobilien, wie sich qualitätsvolle Verdichtung und architektonische Sorgfalt in ein gewachsenes Quartier einfügen.

Die Nachfrage nach hochwertigem Wohnraum wächst. Gleichzeitig steigen die Anforderungen an Nachhaltigkeit, Einbettung und Lebensqualität. Als Investorin und Entwicklerin verfolgt Cellere Immobilien einen Anspruch, der Verdichtung als Chance versteht, für Menschen und Orte gleichermaßen. Wehr 9 ist Ausdruck dieser Haltung.

«Boden ist ein rares Gut. Sein Umgang erfordert Sorgfalt und Verantwortung für kommende Generationen.»

Andreas Rusch, Leiter Immobilien

An der Wehrstrasse 9 in Münchwilen realisiert die Cellere Immobilien drei Mehrfamilienhäuser und drei Doppel Einfamilienhäuser mit insgesamt 24 Wohneinheiten. Aus einem Studienauftrag ging das Büro Stäheli Architekten als Siegerin hervor mit einem Entwurf, der durch klare Baukörper, hohe Freiraumqualität und eine zurückhaltende architektonische Sprache überzeugt. Zwischen den Gebäuden entstehen begrünte Begegnungsräume, die das nachbarschaftliche Zusammenleben stärken und die Aufenthaltsqualität prägen. Die Realisierung ist für 2027/2028 vorgesehen.

Als Teil der familiengeführten Cellere-Gruppe steht die Cellere Immobilien für eine ganzheitliche Immobilienent-

wicklung mit Fokus auf Qualität, Nachhaltigkeit und Standortverträglichkeit. Vom Erwerb des Areals bis zur Realisierung schafft sie Lebensräume, die langfristig funktionieren und Mehrwert für Mensch und Umfeld bieten. Dabei verbindet sie fundierte Marktkenntnisse, architektonisches Verständnis und ein Gespür für den jeweiligen Ort.

Mehr erfahren: cellere-immobilien.ch



Die Verantwortlichen dahinter: Marco Cellere, CEO Cellere-Gruppe und Andreas Rusch, Leiter Immobilien

Stadtkaserne Frauenfeld: Ein Areal im Übergang

Seit 2025 ist das ehemalige Militärgelände für erste zivile Nutzungen geöffnet. Gleichzeitig treibt die Stadt Frauenfeld die planerische Weiterentwicklung voran. Das Areal steht damit zwischen der aktuellen Nutzung und künftiger baulicher Transformation.

Mit der Übernahme durch die Stadt wurde die Grundlage für die Neuausrichtung der Stadtkaserne Frauenfeld geschaffen. Das militärisch geprägte Areal soll schrittweise einer zivilen Nutzung zugeführt werden. Die Entwicklung erfolgt auf Basis politischer Entscheide und wird durch die Stadt gesteuert. Die bestehenden Gebäude bleiben erhalten und prägen weiterhin das Erscheinungsbild. Neue Nutzungen werden im Bestand ermöglicht und verändern das Areal schrittweise.

Im Juni wird das Vorprojekt «Markt Thurgau Stadtkaserne» den verschiedenen Interessengruppen präsentiert.

Öffnung und erste Belebung

Seit der Öffnung im Jahr 2025 wird die Stadtkaserne genutzt. Erste Mieter haben Flächen bezogen, das Areal ist zugänglich und belebt sich. Vorgesehen sind Nutzungen in den Bereichen Dienstleistung, Gewerbe und Öffentlichkeit. Gleichzeitig wird das Gelände stärker mit dem umliegenden Stadtgebiet vernetzt. Neue und verbesserte Zugänge erhöhen die Durchlässigkeit.

«Das Jahr 2026 ist dabei das erste volle Jahr, in dem unsere Pioniernutzer aktiv sind», sagt der Gesamtprojektentwickler Marco Wehrli von der Stadt Frauenfeld. «Es sind zahlreiche Aktivitäten und Veranstaltungen, vor allem in den Sommermonaten geplant.» Parallel dazu wird eine mögliche Erweiterung der Zwischennutzung geprüft.

Planung der nächsten Schritte

Parallel zur Nutzung erarbeitet die Stadt die planerischen Grundlagen für die weitere Entwicklung. Erste Vertiefungsstudien in den letzten beiden Jahren führten zu einem Vorprojekt, das die nächsten Schritte konkretisiert und als Basis für Bauprojekte und Bewilligungsverfahren dient. Das Vorprojekt soll bis Sommer 2026 präsentiert werden.

«Im Juni wird das Vorprojekt «Markt Thurgau Stadtkaserne» den verschiedenen Interessengruppen präsentiert», so Wehrli. Parallel dazu erfolgt die Baueingabe, für die «bis Ende Jahr die Baubewilligung erwartet wird». Die Entwicklung erfolgt in Etappen. Dabei werden Nutzungsmöglichkeiten definiert und bauliche Rahmenbedingungen festgelegt.

Die Rahmenbedingungen sind gesetzt: «Nebst der strikten Einhaltung des vorgegebenen Budgets bilden feuerpolizeiliche und denkmalpflegerische Vorgaben den Rahmen für die weitere Entwicklung», sagt Wehrli. Die Stadtkaserne wird als Teil der gesamtstädtischen Entwicklung verstanden und entsprechend eingebunden.

Anzeige



Blättler
Holz System Bau





Marco Wehrli, Gesamtprojektentwickler
Stadtkaserne Frauenfeld.

Ein Areal mit Geschichte

Die Stadtkaserne blickt auf eine lange militärische Nutzung zurück. Das Areal wurde im 19. Jahrhundert erstellt und diente über Jahrzehnte hinweg als wichtiger Standort für die Armee. Die Anlage mit ihren charakteristischen Gebäuden prägte das Stadtbild von Frauenfeld nachhaltig.

Mit dem Ende der militärischen Nutzung öffnet sich das Areal nun für neue Funktionen. Die historische Bausubstanz bleibt dabei ein zentraler Bestandteil der Entwicklung und bildet die Grundlage für die künftige Nutzung.

Chance für vielfältige Begegnungen

Die Weiterentwicklung des Areals ist mit Herausforderungen verbunden. «Ziel ist es, mit dem vorhandenen Budget ein Optimum herauszuholen, indem klar zwischen Wünschbarem und Notwendigem unterschieden wird», sagt Wehrli. Gleichzeitig müsse man «rasch vorankommen, um lange Leerstände zu vermeiden».

Hinzu kommt die Aufgabe, das Projekt nach aussen zu vermitteln: Es gelte, «kritische Stimmen von der einmaligen Chance zu überzeugen, welche die Entwicklung der Stadtkaserne Frauenfeld für die Stadt, die Region und den Kanton Thurgau bietet». Das Jahr 2027 steht gemäss Wehrli «im Zeichen der Vorbereitungen auf die baulichen Aktivitäten».



Mit der Entwicklung verbindet Wehrli auch eine inhaltliche Vorstellung: «Ich wünsche mir einen vielfältigen, lebendigen und attraktiven Ort im Herzen von Frauenfeld, der möglichst vielen Menschen neue Perspektiven, Begegnungen und Nutzungsmöglichkeiten eröffnet.»

Text: Pascal Tschamper
Bild: Park Arch + Team

Freihandel mit Indien: Chance für die Ostschweiz?

Seit dem 1. Oktober 2025 ist das Freihandelsabkommen zwischen der EFTA und Indien in Kraft. Nach über 16 Jahren Verhandlungen gilt es als wirtschaftspolitischer Meilenstein. Doch was bedeutet der Zugang zu einem der grössten Wachstumsmärkte der Welt konkret für exportorientierte Unternehmen in der Ostschweiz? Helene Budliger Artieda, Direktorin des Staatssekretariats für Wirtschaft SECO, die am St.Gallen Symposium 2026 referiert hat, kennt die Antworten.

«Das Abkommen mit Indien ist ein strategischer Durchbruch für die Schweiz», sagt Helene Budliger Artieda. «Es ist ein wichtiger Baustein einer aktiven Freihandelspolitik und stärkt die Diversifikation unserer Unternehmen in einer Zeit, in der sich das globale Wachstum zunehmend nach Asien verlagert.»

Ostschweizer Kompetenzen gefragt

Für die Ostschweiz eröffnet sich damit ein breites Spektrum an Chancen. Die Region ist stark industrialisiert und geprägt von exportorientierten KMU. «Viele Ostschweizer Unternehmen sind in Nischen tätig und technologisch führend. Genau solche Anbieter haben in Indien gute Perspektiven», sagt Budliger Artieda. Besonders profitieren Branchen wie Maschinenbau, Präzisionstechnik oder Nahrungsmitteltechnologie. «Indien investiert massiv in Infrastruktur und industrielle Entwicklung. Dafür braucht es genau diese Kompetenzen.»

Ein zentraler Hebel liegt in den Zollsenkungen; Indien baut einen grossen Teil der Zölle auf Industrieprodukte ab. «Für viele Unternehmen bedeutet das eine unmittelbare Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit», erklärt Budliger Artieda. «Gerade KMU, die bislang aufgrund hoher Zölle gezögert haben, können nun neue Märkte erschliessen.»

Dennoch warnt sie vor überhöhten Erwartungen. «Ein Freihandelsabkommen allein garantiert noch keinen Markterfolg. Indien ist ein komplexer Markt mit eigenen Regeln, kulturellen Besonderheiten und administrativen Hürden.» Viele Unternehmen unterschätzten diese Faktoren. «Wer in Indien erfolgreich sein will, braucht eine klare Strategie, lokale Partner und einen langen Atem.»

Export oder Investition?

Neben den Zöllen bleiben insbesondere nichttarifäre Hürden eine Herausforderung. «Regulatorische Anforderungen, unterschiedliche Standards oder administrative Prozesse können weiterhin anspruchsvoll sein», sagt Budliger Artieda. «Das Abkommen schafft bessere Rahmenbedingungen, ersetzt aber nicht die unternehmerische Arbeit vor Ort.»

Auch die Frage, ob der grösste Nutzen im Export oder in Investitionen liegt, lasse sich nicht pauschal beantworten. «Für einige Unternehmen ist der direkte Export attraktiv. Andere werden prüfen, ob eine lokale Präsenz sinnvoll ist», so Budliger Artieda. «Das hängt stark vom Geschäftsmodell und der Branche ab.»

Im grösseren Kontext sieht sie das Abkommen als Teil einer strategischen Neuausrichtung. «Die Schweiz verfolgt seit Jahren eine aktive Freihandelspolitik. Indien ist dabei ein wichtiger Baustein, weil sich das globale Wachstum zunehmend nach Asien verlagert.» Gerade vor dem Hintergrund geopolitischer Spannungen gewinne Diversifikation an Bedeutung. «Es ist entscheidend, dass unsere Unternehmen Zugang zu verschiedenen Märkten haben.»

Dass auch andere Wirtschaftsräume ihre Handelsbeziehungen mit Indien vertiefen, macht eine frühe und gezielte Positio-

St.Gallen Symposium

Es gehört zu den bedeutendsten internationalen Dialogplattformen Europas. Seit 1970 bringt die Konferenz jedes Jahr im Mai Führungspersönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft mit jungen Talenten aus aller Welt zusammen.

Die 55. Ausgabe fand Anfang Mai 2026 an der Universität St.Gallen statt und stand im Zeichen globaler wirtschaftlicher und geopolitischer Umbrüche. Mehrere Hundert Entscheidungsträger aus rund 80 Ländern nahmen teil und diskutierten zentrale Fragen zur Zukunft von Handel, Innovation und internationaler Zusammenarbeit.

Ein zentrales Element bildete erneut das Format «SGS in Town»: Während mehrerer Tage wurde der Dialog in die Stadt getragen. In der St.Galler Innenstadt fanden öffentliche Gespräche und Begegnungen statt, bei denen internationale Gäste direkt mit der Bevölkerung in Austausch traten.

Organisiert wurde das Symposium vom International Students' Committee (ISC), einem studentischen Team der Universität St.Gallen. Strategisch verantwortet wird die Plattform von der St.Gallen Foundation for International Studies unter CEO Beat Ulrich.

Für die Ostschweiz war das Symposium einmal mehr ein internationales Schaufenster: Während dieser Tage wurde St.Gallen zum Treffpunkt globaler Entscheidungsträger mit spürbarer Ausstrahlung auf Wirtschaft, Politik und Standortwahrnehmung.

Helene Budliger Artieda:

Langfristiger Markt.

«Wir schaffen die Rahmenbedingungen. Nutzen müssen sie die Unternehmen selbst.»

nierung umso wichtiger. Für die Schweiz und ihre Unternehmen kann das EFTA-Abkommen ein Vorteil sein, wenn sie die neuen Möglichkeiten entschlossen nutzen. «Der Markt ist gross, aber auch umkämpft. Wer wartet, riskiert, dass andere schneller sind.»

Chance, kein Selbstläufer

Für Ostschweizer Unternehmen hat Budliger Artieda deshalb eine Empfehlung. «Wer vom Indien-Abkommen profitieren

will, sollte sich frühzeitig mit dem Markt auseinandersetzen, Kontakte aufbauen und Chancen konkret prüfen.» Wichtig sei, nicht nur auf kurzfristige Effekte zu schauen. «Indien ist ein langfristiger Markt. Wer heute investiert, schafft die Grundlage für zukünftiges Wachstum.»

Am Ende bleibe das Abkommen das, was es ist: ein Instrument. «Wir schaffen die Rahmenbedingungen. Nutzen müssen sie die Unternehmen selbst», sagt Budliger Artieda. «Für die exportorientierte Wirtschaft in der Ostschweiz ist das eine echte Chance, aber kein Selbstläufer.»

Text: Stephan Ziegler

Bild: Marlies Beeler-Thurnheer



Mattes Films neu mit eigenständigem Brand Mattes Fotografie

Mattes Films ist seit zehn Jahren eine feste Adresse für hochwertige Filmproduktion in der Deutschschweiz. Dahinter steht ein eingespieltes Team mit Standorten in St.Gallen und Zürich. Weniger bekannt: Gründer Calvin Mattes ist gelernter Fotograf. Nun lanciert er mit seinem Team Mattes Fotografie als eigenständigen Brand für Business-Fotografie. Eigene Studios in St.Gallen und Winterthur sichern kurze Wege.

Was 2016 in St.Gallen begann, ist heute eine etablierte Filmagentur. Neben dem St.Galler Hauptsitz besteht seit 8,5 Jahren eine Niederlassung in Zürich. Die Mattes Films AG produziert für KMU, NGOs und Konzerne in der ganzen Schweiz. Zum Angebot gehören Imagefilme, Werbespots, Eventreportagen, Social-Media-Inhalte sowie Industrie-, Produkt- und Luftaufnahmen. Neu kommt Mattes Fotografie hinzu – ein eigenständiger Brand für Business-Fotografie, geführt von Gründer Calvin Mattes, im Ursprung gelernter Fotograf. Das Spektrum reicht von Corporate-Portraits, Mitarbeiter- und Team-

Shootings über Produkt- und Branding-Fotografie bis hin zu Architektur-, Immobilien-, Event- und Reportagefotografie.

Warum Auftraggeber kommen

Mattes Films produziert für Behörden, KMU, Konzerne sowie NGO und Start-ups. Im Portfolio vertreten sind Sektoren wie Banken, Bildung, Immobilien, Industrie, Lebensmittel oder Versicherungen. Ein gemeinsamer Anspruch verbindet alle Projekte, wie Calvin Mattes betont: «Filme sollen nicht nur gesehen, sondern wahrgenommen werden.»

Dazu tragen drei Faktoren bei: Erstens das Auge und Gespür für starke Bilder. Zweitens das Handwerk aus zwölf Jahren Praxis. Drittens die Erfahrung aus Projekten in vielen Branchen.

Diese Kombination erlaubt es, die Sprache eines Unternehmens schnell zu verstehen – und in Bilder und Filme zu übersetzen, die zur Marke passen.

Möglich macht das ein eingespieltes Team, in dem alle von Beginn an dieselbe Sprache sprechen. Ist bereits im Vorgespräch klar, wohin sich der Film entwickelt, spart das Zeit – und führt zu Ergebnissen, die nicht zufällig überzeugen, sondern bewusst geplant sind. Hinzu kommt: Calvin Mattes begleitet jedes Projekt persönlich – vom ersten Briefing bis zum fertigen Film. Als Gründer, nicht als Account-Manager. Was Marketingverantwortliche besonders schätzen: Ihre Marke bleibt vom Konzept bis zur Auslieferung in denselben Händen.

«Filme sollen nicht nur gesehen, sondern wahrgenommen werden.»

Der Fotograf hinter dem Filmemacher

Vor der Filmagentur stand die Ausbildung zum Fotografen. Bildaufbau und Komposition prägen die Arbeit bis heute. Mattes bringt es auf den Punkt: «Wer Bewegtbild verstehen will, muss zuerst das Bild verstehen.»

Die Fotografie war in der Filmagentur nie weg, sie lief stets mit. Ob Corporate-Portraits am Set, Produktbilder für Kampagnen, Reportagen an Events oder Stills für die Kommunikation. Auftraggeber wie die Universität St.Gallen, die Brauerei Schützengarten, die Azado AG sowie Immobilienunternehmen wie Intercity, Privera, Wincasa und Helvetia sowie viele weitere engagieren Mattes seit Jahren für Fotografie. Nun erhält sie einen eigenen Auftritt: «Was bisher im Hintergrund lief, wird sichtbar.»

Mattes Fotografie: eigenständig und eingespielt

Mit Mattes Fotografie entsteht eine eigenständige Marke. Sie basiert auf zwölf Jahren Erfahrung. Zwei Studios in St.Gallen und Winterthur sichern die Nähe zu den Auftraggebern in der gesamten Deutschschweiz.

«Auftraggeber arbeiten direkt mit einem ausgebildeten Fotografen – mit geschultem Blick, sicherem Gespür für Perspektive und einem klaren Sinn für das Wesentliche im Bild», erklärt Mattes. «Doch sie erhalten mehr als das: Im Hintergrund stehen die Strukturen und das Team von Mattes Films. Das heisst: Auch umfangreichere Shootings mit mehreren Setups, Hairstyling, Set-Aufbau oder paralleler Bewegtbildproduktion lassen sich problemlos realisieren.» Manufakturqualität mit Agenturpower – so positioniert sich Mattes Films.

Die ganze Bildwelt aus einer Hand

Viele Auftraggeber nutzen beide Bereiche. Sie lassen ihre gesamte visuelle Präsenz von Mattes entwickeln: «Dazu gehören Mood-Filme für Websites, Bilder für Produkte und Leistungen sowie Image- und Produktfilme. Alles aus einer Hand – alles mit derselben visuellen Handschrift.»

Beide Brands arbeiten dabei eng verzahnt. Mattes Films und Mattes Fotografie agieren eigenständig, greifen bei entsprechenden Projekten jedoch nahtlos ineinander – mit nur einer Ansprechperson. Das sichert eine konsistente visuelle Linie, reduziert den Abstimmungsaufwand und hebt die Qualität.

Mattes formuliert es treffend: «Der Unterschied liegt im Detail – und im Fokus auf das Wesentliche. Es ist das richtige Gespür, das ein gutes Bild von einem aussergewöhnlichen unterscheidet. Und ein Resultat, das funktioniert, von einem, das wirklich trägt.»

KI als Werkzeug, nicht als Ersatz

Künstliche Intelligenz ist auch in der Bildproduktion ein Thema. Mattes bezieht dazu klar Stellung: «KI-Tools bieten grosse Chancen – sind aber kein Selbstläufer. Ohne handwerkliche Grundlage entstehen schnell austauschbare Bilder. Erst das geschulte Auge entscheidet, was zur Marke passt, was trägt – und was nicht.» Gerade deshalb gehören Bild- und Filmprojekte in professionelle Hände.

Unverbindliches Erstgespräch

Für alle, die ein Film- oder Fotoprojekt planen, bietet Mattes ein unkompliziertes Angebot: ein kostenfreies Erstgespräch. «Viele haben eine Idee, scheuen aber den nächsten Schritt. Im Erstgespräch zeigen wir, wie aus einem vagen Gedanken eine konkrete Produktion wird – für Film und Foto gleichermaßen.»

Was bleibt, ist ein klares Versprechen: Bilder und Filme, die ein Unternehmen nicht nur zeigen, sondern verständlich machen. Daran lassen sich Mattes Films und Mattes Fotografie messen.

	Mattes Films AG	Mattes Fotografie
Standorte	Filmagentur mit Hauptsitz in St.Gallen und Niederlassung in Zürich	Eigenständiger Brand für Business-Fotografie mit Studios in St.Gallen und Winterthur
Angebote	Image- und Unternehmensfilme, Social-Media-Content und Moodfilme, Kino- und TV-Spots, Website-Videos, Industrie-, Produkt- und Luftaufnahmen	Corporate-Portraits, Mitarbeiter- und Team-Shootings, Produkt-, Branding- und Kampagnen-Fotografie, Architektur- und Immobilienfotografie, Industrie- und Reportagefotografie sowie Eventreportagen
Auftraggeber	Behörden, KMU, Konzerne, NGO und Start-ups in der Schweiz	

Mattes Films AG · Mattes Fotografie

Feldlistrasse 29a, 9000 St.Gallen
 T 071 244 88 88, M 078 640 00 22
 calvin@mattes.swiss
www.mattes.swiss



Locher geht, aber seine Themen bleiben

Nach 14 Jahren an der Spitze des HEV Kanton St.Gallen tritt Walter Locher ab. Der St.Galler Rechtsanwalt, Verwaltungsrat und frühere FDP-Kantonsrat hat den Verband politisch geschärft, organisatorisch gestärkt und in zentralen wirtschafts- und eigentumspolitischen Fragen positioniert. Im LEADER-Interview spricht er über Eigentum, Regulierung, Verkehr, Standortpolitik und die Frage, weshalb bürgerliche Politik wieder stärker für Umsetzungskraft stehen müsse.

Walter Locher tritt nicht leise ab. Wer ihn kennt, weiss: Auch ohne Präsidium des HEV Kanton St.Gallen wird er sich weiterhin engagieren, wenn es um Eigentum, wirtschaftliche Freiheit, Verkehrsinfrastruktur oder die Entwicklung des Standorts St.Gallen geht. Nach 14 Jahren an der Spitze des kantonalen Hauseigentümergebunds übergibt Locher einen politisch gefestigten Verband mit rund 31'000 Mitgliedern. Als Nachfolger ist der Altstätter Kantonsrat und Treuhänder Christian Willi nominiert.

Eigentum als Grundpfeiler

«Ein Verband wie der HEV darf nicht einfach Verwaltungsstelle für Mitglieder sein», sagt Locher. «Er muss dort präsent sein, wo politische Entscheide vorbereitet und gefällt werden.» Genau das habe er während seiner Amtszeit angestrebt. Der HEV dürfe nicht erst reagieren, wenn neue Gesetze bereits auf dem Tisch liegen, sondern müsse frühzeitig aufzeigen, welche Folgen politische Entscheide für Eigentümer, Investoren, Bauherren und den Wohnstandort haben.

Dabei ging es Locher nie «nur» um Einfamilienhausbesitzer oder Stockwerkeigentümer. Eigentum sei ein wirtschaftlicher Grundpfeiler, sagt er. Wer Eigentum erwerbe, baue, saniere, vermiete oder investiere, trage Verantwortung und sei auch wichtiger Teil der Wertschöpfung. Nur privates Eigentum verbinde Freiheit mit Verantwortung, Entscheidung mit Haftung und Rendite mit Risiko. Man bedenke die alte Weisheit: «Nicht, weil es Gesetze gibt, gibt es Eigentum, sondern weil es Eigentum gibt, gibt es Gesetze.» Privates Eigentum sei damit Voraussetzung für das Funktionieren einer freiheitlichen staatlichen Ordnung. Diese Sichtweise sei in der politischen Debatte jedoch nicht mehr selbst-



Christian Willi soll Walter Locher als Präsident des HEV Kanton St.Gallen nachfolgen

Der Kantonalvorstand schlägt den Altstätter Kantonsrat und Treuhänder den Delegierten zur Wahl vor; gewählt werden soll er an der Delegiertenversammlung vom 22. Juni 2026 in Berneck.

Willi ist Treuhänder, Geschäftsführer und Mitinhaber der G&W Treuhand AG in Thal sowie Mitinhaber der Gschwend und Willi AG in Altstätten. Als Familienvater, Bauherr, Geschäftsleitungsmitglied eines Handwerksbetriebs und politisch erfahrener Unternehmer bringt er breite Fachkompetenz und ein vertieftes Verständnis für wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhänge mit.

Politisch war Christian Willi von 2008 bis 2016 Stadtrat von Altstätten. Seit 2016 gehört er dem St.Galler Kantonsrat an, wo er in der SVP-Fraktion politisiert. Der 42-Jährige war mehrere Jahre Mitglied der Finanzkommission und präsidierte diese während zwei Jahren. Zudem ist er Vizepräsident der Rheintal Messe und Event AG, welche die Rhema organisiert.

«Eigentum ist ein wirtschaftlicher Grundpfeiler.»

verständlich. Immer häufiger werde Eigentum als etwas betrachtet, das stärker reguliert, belastet oder eingeschränkt werden müsse.

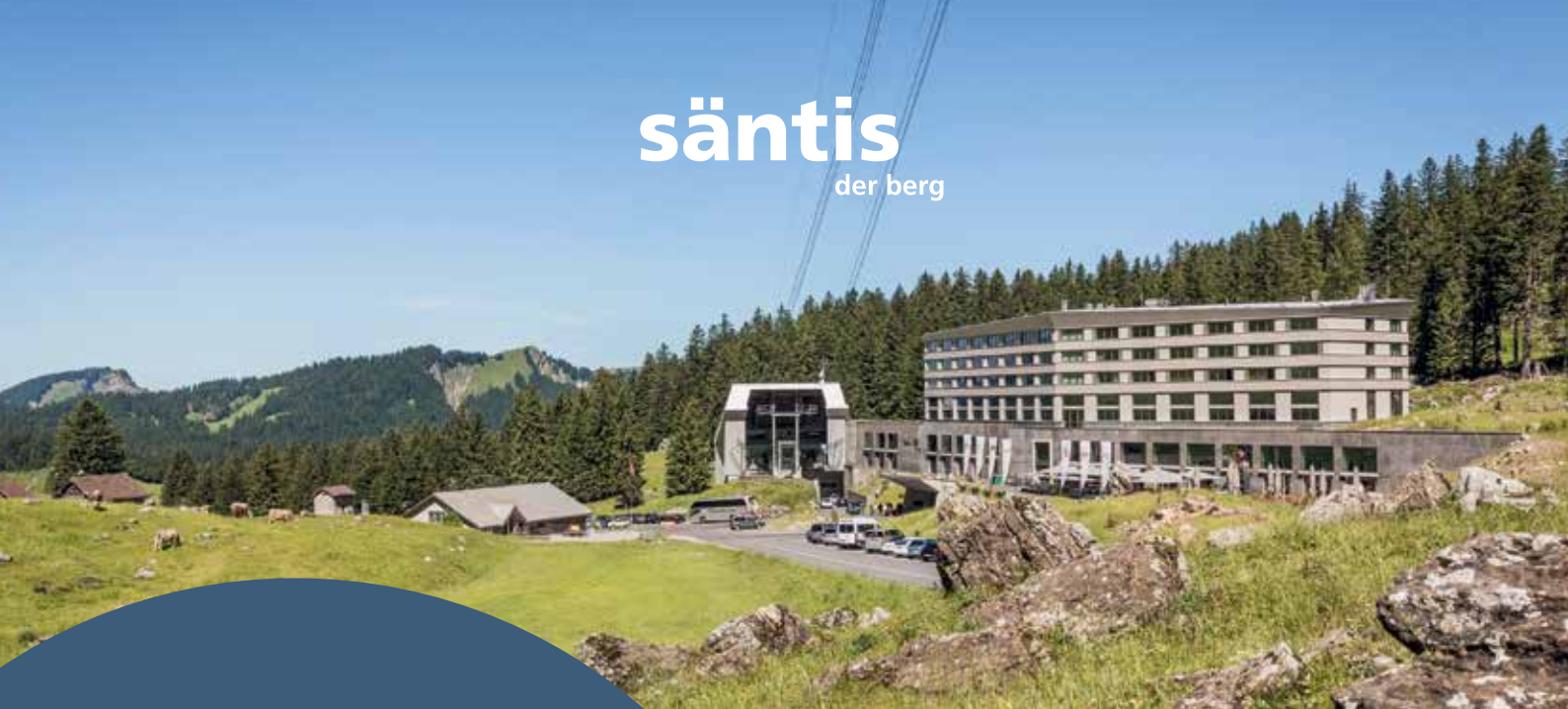
Eigenmietwert als Dauerbrenner

Als eines der zentralen Themen seiner Amtszeit nennt der 70-Jährige die Steuerpolitik. Die Diskussion um den Eigenmietwert habe gezeigt, wie hartnäckig sich alte Denkmuster halten. Für viele Eigentümer war es immer schwer nachvollziehbar, weshalb selbstgenutztes Wohneigentum steuerlich behandelt wurde, als würde daraus ein Einkommen entstehen. «Wer über Jahrzehnte spart, investiert, das erarbeitete Einkommen und Vermögen bereits mehrfach versteuert hat und Verantwortung übernimmt, darf nicht dafür erneut bestraft werden», lautet seine Haltung.



Walter Locher:

Kluft zwischen Anspruch und Umsetzung.



Ihr Seminar im «Säntis – das Hotel»

- 7 moderne Seminar- und Gruppenräume für bis zu 172 Personen
- Restaurant mit Bar, Raucher-Lounge und stilvoll abgetrennten Räumlichkeiten
- 68 komfortable, individuell gestaltete Zimmer und Suiten
- Vielseitige Rahmenprogramme für kleine und grosse Gruppen



Wir beraten Sie gerne!

Halbtagespauschale inkl. Verpflegung
ab CHF 77.00 pro Person

Tagespauschale inkl. Verpflegung
ab CHF 92.00 pro Person



Zum Glück ist das Volk nun dieser Argumentation deutlich gefolgt und hat den Eigenmietwert abgeschafft, im Kanton St.Gallen mit über 71 Prozent Ja-Stimmen.

Auch im Bau- und Immobilienbereich sieht Walter Locher wachsende Zielkonflikte. Einerseits werde mehr Wohnraum gefordert, andererseits würden Verfahren, Vorschriften und Einsprachen Projekte verzögern oder verteuern. Dazu kämen steigende Anforderungen bei Energie, Verdichtung und Nachhaltigkeit. «Man kann nicht gleichzeitig günstigeres Wohnen verlangen und jedes Projekt mit zusätzlichen Auflagen belasten.» Auch hier brauche es mehr Ehrlichkeit in der politischen Diskussion.

Besonders kritisch beurteilt Locher die zunehmende Regulierungsdichte. Diese treffe nicht nur grosse Investoren, sondern auch Private, kleinere Eigentümer, Stockwerkeigentümer und Gewerbetreibende. Wer heute ein Haus oder eine Wohnung sanieren, ausbauen oder energetisch verbessern wolle, stehe oft vor einem komplexen Geflecht aus Vorschriften, Förderlogiken und Bewilligungsverfahren. «Viele wollen etwas tun, werden aber durch den Aufwand abgeschreckt.» Das sei weder wirtschaftlich sinnvoll noch ökologisch zielführend.

Verkehr als Standortpolitik

Ein zweites grosses Thema bleibt für Locher die Verkehrspolitik. Als Präsident der IG Engpassbeseitigung St.Gallen engagiert er sich seit Jahren für leistungsfähige Strasseninfrastrukturen. Für ihn ist Verkehr keine Randfrage, sondern Standortpolitik. «Erreichbarkeit entscheidet darüber, ob ein Wohn- und Wirtschaftsraum funktioniert.» Wer Mobilität einseitig einschränke, treffe nicht nur Autofahrer und Benutzer des strassengebundenen öffentlichen Verkehrs in Bussen und Postautos, sondern vor allem auch Unternehmen, Gewerbetreibende, Pendler, Kunden und letztlich auch die Attraktivität von Wohn- und Arbeitsorten.

Locher stört sich besonders daran, dass Verkehrspolitik aus seiner Sicht zunehmend ideologisch geführt werde. Tempo 30, Pförtneranlagen, Einschränkungen für den motorisierten Individualverkehr oder ideologischer Widerstand gegen Strassenprojekte würden oft als Fortschritt verkauft. Für Locher greift das zu kurz. «Eine Stadt ohne motorisierten

Verkehr ist eine Illusion.» Gerade St.Gallen sei kein kompaktes Zentrum mit überall kurzen Wegen. Der Kanton lebe von der Verbindung zwischen Stadt, Agglomeration, ländlichen Gemeinden und wirtschaftlichen Schwerpunkten.

Öffentlicher Verkehr vs. Strasse?

Dabei stellt er den öffentlichen Verkehr nicht infrage. Im Gegenteil: Gute Bahn- und Busverbindungen seien wichtig. Aber sie ersetzen nicht alle Formen von Mobilität. «Ein funktionierender Standort braucht beides: starken öffentlichen Verkehr und leistungsfähige Strassen.» Wer die Strassen grundsätzlich zum Störfaktor erkläre, verkenne die Realität vieler Menschen und Unternehmen.

Politisch sieht Locher eine wachsende Kluft zwischen Anspruch und Umsetzung. Es werde viel geplant, diskutiert und angekündigt, doch zu oft fehle der Wille, Projekte tatsächlich zu realisieren. Das gelte für Verkehrsinfrastruktur ebenso wie für Wohnbau, Energieversorgung oder wirtschaftliche Rahmenbedingungen. «Wir haben nicht zu wenig Konzepte. Wir haben zu wenig Konsequenz in der Umsetzung.»

Seinem Nachfolger übergibt Locher einen Verband, der politisch Gewicht hat. Die Aufgaben werden aber nicht kleiner: Verdichtung, Energiepolitik, Wohneigentumsförderung, Mietrecht, Steuerfragen und Mobilität dürften die kommenden Jahre prägen. Locher erwartet härtere Auseinandersetzungen, aber auch Chancen. «Wenn man sachlich argumentiert, nahe bei den Mitgliedern bleibt und wirtschaftliche Zusammenhänge erklärt, kann man viel bewegen.»

Ganz verabschieden wird sich Walter Locher aus der öffentlichen Debatte kaum. Dafür sind seine Themen zu eng mit seiner politischen Biografie verbunden. Nach 21 Jahren im Kantonsrat und 14 Jahren an der HEV-Spitze bleibt er eine Stimme, die wirtschaftliche Freiheit, Eigentum und Infrastruktur zusammendenkt. Sein Rücktritt ist deshalb weniger ein Schlusspunkt als eine Zäsur. Der Präsident geht. Der politische Locher bleibt.

Text: Stephan Ziegler

Bild: Marlies Beeler-Thurnheer

Anzeige



«Um drei Jahrzehnte erfolgreich am Markt zu bestehen, braucht es Verlässlichkeit, Bodenständigkeit und konstante Leistung. Dazu gratuliere ich der PP Autotreff herzlich.»

Jörg Abderhalden, Präsident des Ostschweizer Skiverbands (OSSV) und Markenbotschafter der PP Autotreff mit **Daniel Vogel**, Mitinhaber der PP Autotreff.

3PP Autotreff
SWIT 1998

Fabian Reich:

Enormes Potenzial.



Dach, Solar und Sicherheit

Die Merz+Egger AG aus St.Gallen richtet sich neu aus und verbindet Gebäudehülle, Photovoltaik, Unterhalt und Absturzsicherung aus einer Hand. CEO Fabian Reich sieht darin die Zukunft des Bauens: Wer heute saniert, betrachtet Dach, Fassade, Energie und Sicherheit nicht mehr getrennt.



Wer über Dächer und Fassaden spricht, spricht längst nicht mehr nur über Schutz vor Wind und Wetter. Die Gebäudehülle ist zu einem zentralen Faktor für Energieeffizienz, Wertehalt, Eigenstromproduktion und Sicherheit geworden. Genau hier positioniert sich Merz+Egger mit den Tochterfirmen Solarmotion und Fallfrei: als St.Galler Unternehmensgruppe, die klassische Handwerkskompetenz mit den Anforderungen der Energiezukunft verbindet.

«Die Gebäudehülle ist heute viel mehr als ein Bauteil», sagt Fabian Reich. «Sie entscheidet mit darüber, wie energieeffizient, nachhaltig und zukunftsfähig ein Gebäude ist. Deshalb denken wir Dach, Fassade, Solarenergie, Unterhalt und Sicherheit immer stärker zusammen.»

Merz+Egger 2.0

Im Zuge der aktuellen Neuausrichtung zieht sich Inhaber Stefan Merz aus der operativen Geschäftsleitung zurück und konzentriert sich künftig auf seine Rolle als Verwaltungsratspräsident von Merz+Egger und Solarmotion. Strategisch bleibt er eng eingebunden; im Alltag engagiert er sich weiterhin in Beratung, Verkauf und Projektentwicklung bei Solarmotion. Die operative Geschäftsleitung von Solarmotion übernimmt neu Robert Musaj; Merz+Egger wird von Fabian Reich geführt. Der M+E-Verwaltungsrat wird erstmals durch ein familienexternes Mitglied ergänzt: Rolf Brunner von der St.Galler Nachfolgespezialistin Continuum AG bringt neu seine Expertise ein.

«Wir haben die Zuständigkeiten so ausgerichtet, dass jedes Unternehmen seine Stärken gezielt einbringen kann», sagt Reich. «Für unsere Kunden wird dadurch noch besser sichtbar, was uns ausmacht: Wir verbinden langjährige Erfahrung in der Gebäudehülle mit Solarenergie, Unterhalt und Arbeitssicherheit aus einer Hand.»

Vom Dachdeckerbetrieb zum Gebäudehüllen-Spezialisten

Merz+Egger blickt auf eine Firmengeschichte zurück, die bis ins Jahr 1878 reicht. Das ursprüngliche Kerngeschäft, die Dachdeckerei, bildet bis heute das Fundament des Unternehmens. Doch aus dem klassischen Dachdeckerbetrieb ist längst ein moderner Gebäudehüllen-Spezialist geworden. Das Angebot reicht von Steil- und Flachdächern über Fassaden, Dämmungen, Dachfenster, Dachkontrollen und Dachunterhalt bis zu Dachbegrünungen, Schneeschutz, Solarunterhalt und Absturzsicherung – für Private ebenso wie für institutionelle Bauträger und die Industrie.

«Die beste Lösung entsteht, wenn Solarenergie und Gebäudehülle gemeinsam geplant werden.»

Gerade bei Sanierungen zeigt sich, wie stark diese Bereiche ineinandergreifen. Wer ein Dach erneuert, prüft heute nicht nur den Zustand der Ziegel oder der Abdichtung. Es geht ebenso um Wärmedämmung, Statik, sommerlichen Wärmeschutz, Photovoltaik, Dachfenster, Begrünung, Wartung und sichere Zugänge für spätere Unterhaltsarbeiten. «Viele Kunden kommen mit einer konkreten Frage zu uns, etwa wegen eines Dachs, einer Solaranlage oder einer Sanierung», sagt Reich. «Im Gespräch zeigt sich dann oft, dass mehrere Themen zusammengehören.»

Dächer und Fassaden schützen nicht nur die Bausubstanz, sondern beeinflussen auch Energieverbrauch, Wohnkomfort, Betriebskosten und den langfristigen Wert einer Liegenschaft. Gleichzeitig bieten sie Flächen für erneuerbare



«Photovoltaik ist für viele nicht mehr nur ein ökologisches Thema.»

Energie. Merz+egger bringt dafür die Gebäudehüllen-Kompetenz ein, von Steil- und Flachdächern über Fassaden, Dachdämmungen und Dachfenster bis zum Unterhalt. «Auch das ist uns wichtig, denn regelmässige Kontrollen und kleine Reparaturen verlängern die Lebensdauer eines Dachs und helfen, grössere Schäden frühzeitig zu vermeiden», sagt Fabian Reich.

Solarmotion macht Dächer zu Kraftwerken

Mit der Solarmotion AG ergänzt die Merz-Gruppe ihre Gebäudehüllen-Kompetenz um erneuerbare Energien. Solarmotion ist auf Photovoltaik, Stromspeicher, Energiemanagement, Dachmiete und den Verkauf von Solarstrom spezialisiert. Das Unternehmen begleitet Kunden von der Planung über die Realisation bis zum Unterhalt einer Solaranlage und übernimmt auch Förderfragen, Bewilligungen und die Koordination der nötigen Drittleister.

Das Angebot richtet sich sowohl an Eigentümer von Wohnhäusern als auch an Gewerbe- und Industriekunden. Bei Wohnhäusern umfasst es Solaranlagen, Stromspeicher,

Anzeige

Hälg Group



Perfekt kombiniert

Ihre Partnerin für Gebäudetechnik und Facility Management

Mit Stolz leisten wir Tag für Tag unseren Beitrag für energieeffiziente Gebäude und Areale.



➔ haelg.ch/nachhaltigkeit

Hälg Group
Anlagenbau • Service • Lüftungsreinigung •
Gebäudeautomation • Facility Management

Schrödingers Markt

Energiemanagement, E-Mobilität sowie Service und Wartung. Für Gewerbe und Industrie kommen zusätzliche Themen hinzu: Grosse Dachflächen lassen sich zur Eigenstromproduktion nutzen, Energiekosten können gesenkt und Abhängigkeiten vom Strommarkt reduziert werden. Auch Amortisation, Arbeitssicherheit, Peakshaving, Dachmiete, Service und Betrieb spielen eine wichtige Rolle.

«Photovoltaik ist für viele Unternehmen nicht mehr nur ein ökologisches Thema», sagt Reich. «Es geht auch um Wirtschaftlichkeit, Versorgungssicherheit und die Frage, wie man vorhandene Flächen sinnvoll nutzt. Gerade Gewerbe- und Industriebauten bieten hier enormes Potenzial.»

Eine Photovoltaikanlage steht nie isoliert auf einem Dach. Vor dem Bau müssen Zustand, Statik, Unterkonstruktion, Beschattung, Zugänglichkeit und spätere Wartung geprüft werden. Solarmotion bringt die Solarkompetenz ein, Merz+egger die Erfahrung mit Dach und Fassade. Gerade bei Sanierungen ist das wichtig: Eine Solaranlage hat eine lange Lebensdauer, weshalb auch das Dach für diese Dauer geeignet sein muss.

«Wir wollen keine Solaranlage einfach auf ein Dach setzen und danach feststellen, dass die Unterkonstruktion oder die Dachhaut nicht langfristig passt», sagt Reich. «Darum prüfen wir zuerst das Gebäude. Die beste Lösung entsteht, wenn Solarenergie und Gebäudehülle gemeinsam geplant werden.» Was Reich nicht sagt, aber an dieser Stelle betont werden soll: Gerade im Photovoltaikbereich ist es heute wichtig, sich auf einen erfahrenen, kompetenten einheimischen Partner verlassen zu können; die Boom-Branche hat leider auch ein paar schwarze Schafe angezogen.

Fallfrei sorgt für Sicherheit in der Höhe

Fallfrei ergänzt die M+E-Gruppe um ein Thema, das mit der Energiewende weiter an Bedeutung gewinnt: Sicherheit auf dem Dach. Je mehr Dächer für Photovoltaik, Begrünung, Haustechnik oder Unterhalt genutzt werden, desto wichtiger werden professionelle Absturzsicherungssysteme. Fallfrei plant, installiert, wartet und inspiziert solche Systeme. Dazu gehören Anschlagpunkte, Seilsicherungssysteme, Schienensicherungssysteme, Geländer, Zugangsleitern, Sicherheitsnetze und die Kontrolle persönlicher Schutzausrüstung gegen Absturz.

«Sicherheit darf nicht erst dann ein Thema werden, wenn jemand aufs Dach muss», sagt Reich. «Sie gehört von Anfang an in die Planung. Wenn wir eine Solaranlage, eine Dachsanierung oder eine Dachbegrünung realisieren, denken wir deshalb auch an die Personen, die später dort arbeiten.»

Merz+egger, Solarmotion und Fallfrei bündeln ihre Kompetenzen am Standort St.Gallen. Gemeinsam entsteht ein Angebot, das vom privaten Einfamilienhaus über Mehrfamilienhäuser bis zu Gewerbe- und Industrieobjekten reicht. «Unsere Stärke liegt darin, dass wir die Themen nicht isoliert betrachten», resümiert Reich. «Ein Gebäude ist ein System. Wenn wir daran arbeiten, wollen wir verstehen, wie die einzelnen Teile zusammenspielen. Darin liegt auch der Mehrwert für unsere Kunden.»

Der Vierbeiner im Gedankenexperiment des Physikers Erwin Schrödinger ist nicht zu beneiden. Die in einer Kiste eingesperrte Katze ist gleichzeitig tot und lebendig, denn in der Quantenphysik können Teilchen oder Teilchensysteme gleichzeitig verschiedene Zustände einnehmen.



Was die Quantenphysik kann, können die Finanzmärkte als Abbild der Konjunktur schon lange. An den Börsen gibt es derzeit gar ausserordentlich viele Widersprüche. Der eklatanteste ist die Entwicklung des Aktienmarktes im Vergleich zur globalen Konjunktur.

Nur gerade sechs Wochen dauerte es, bis der US-Aktienmarkt den Rückschlag nach dem amerikanischen-israelischen Angriff auf den Iran und die folgende Blockade der Strasse von Hormus aufgeholt hatte. Dies, obwohl sich die Lage noch nicht beruhigt hatte und es sich laut der Internationalen Energieagentur um den grössten Angebotschock von Erdöl handelt; ganz zu schweigen von der beeinträchtigten Versorgung diverser anderer essenzieller Rohstoffe.

Andere Widersprüche sind der hohe Goldpreis, der auf Unsicherheit deutet, und die niedrigen Prämien für Kreditrisiken von Ramschanleihen, die keine Unsicherheit anzeigen, oder die hohe Bewertung von Unternehmen im Bereich der Künstlichen Intelligenz, obwohl die Monetarisierung sowie vor allem die Profitabilität unklar sind und in weiter Ferne liegen

Die Erklärung für diese Widersprüche ist simpel: Die Finanzmärkte sind alles andere als allwissend und liegen immer wieder falsch. Übertreibungen wie Blasen zeugen davon. Anlegerinnen und Anleger dürfen sich von solchen Widersprüchen nicht beirren lassen. Können sie doch lange bestehen bleiben.

Ist es bei Schrödingers Katze die Messung, die das Teilchensystem in einen konkreten Zustand überführt, ist es bei der Börse die Zeit, die Klarheit bringt. Darum gilt: investiert bleiben und sich für alle Eventualitäten vorbereiten.

Text: Stephan Ziegler

Bild: Marlies Beeler-Thurnheer

Martin Lüscher, Chefökonom acrevis Bank
martin.luescher@acrevis.ch

Katerina Mitrokotsa:

Kritischer Knotenpunkt.

«Ein Angriff auf Swift hätte globale Folgen»

In Diessenhofen steht eine der sensibelsten Infrastrukturen der internationalen Finanzwelt: Das Swift-Operating-Centre ist Teil eines Systems, das täglich Millionen Zahlungsinstruktionen übermittelt – und damit ein potenzielles Ziel für Cyberangriffe.

Laut dem Bundesamt für Cybersicherheit (BACS) wurden 2025 in der Schweiz 64'733 Cybervorfälle gemeldet – rund 2000 mehr als im Vorjahr. Besonders relevant ist dabei die Entwicklung bei kritischen Infrastrukturen: Seit Einführung der Meldepflicht im April 2025 wurden über 260 Cyberangriffe auf solche Systeme registriert. Entscheidend ist allerdings weniger die Anzahl als die Qualität der Angriffe: Diese werden zunehmend gezielt, komplex und auf wirtschaftlich kritische Systeme ausgerichtet.

Was in Diessenhofen betrieben wird, ist kein gewöhnliches Rechenzentrum. Es ist Teil des globalen Swift-Netzwerks, über das laut Unternehmensangaben täglich mehr als 50 Millionen standardisierte Finanznachrichten zwischen über 11'500 Institutionen in mehr als 220 Ländern ausgetauscht werden. Swift selbst transferiert kein Geld, sondern stellt die sichere Kommunikationsbasis für internationale Zahlungsströme bereit. Genau diese Funktion macht die Infrastruktur so sensibel.

Die Dimension der Risiken ist entsprechend hoch. «Swift ist ein besonders attraktives Ziel, weil es Teil des Rückgrats der internationalen Finanzwelt ist», sagt Katerina Mitrokotsa, Professorin für Cybersicherheit an der Universität St.Gallen. «Jede Störung eines solchen vertrauensbasierten und global vernetzten Systems kann Auswirkungen weit über ein einzelnes Institut hinaus haben – auf Zahlungsflüsse, Vertrauen und die finanzielle Stabilität.»

Ein Angriff auf ein solches System muss dabei nicht spektakulär sein, um Wirkung zu entfalten. «Zu den realistischsten Szenarien zählen Ransomware, Angriffe auf angebundene Bankensysteme, Kompromittierungen in der Lieferkette oder koordinierte Attacken auf mehrere Institute gleichzeitig», so Mitrokotsa. Entscheidend sei, dass bereits Verzögerungen oder Unsicherheiten spürbare Folgen hätten. «Eine grosse Störung erfordert keinen vollständigen Systemausfall – Verzögerungen, Unsicherheit und vorsorgliche Abschaltungen können bereits erhebliche Auswirkungen haben.»

Angriffe über Umwege

Auch aus technischer Sicht ist die Bedrohungslage klar. «Angriffe sind realistisch genug, um als ernstzunehmendes Management- und Resilienzrisiko zu gelten», sagt Daniel Politze, Leiter des Instituts für Netzwerke und Sicherheit an der OST. Entscheidend sei jedoch die Art des Angriffs. «Erwartbar ist nicht unbedingt ein technischer Frontalangriff auf die Kernsysteme, sondern eher über einzelne schwächer geschützte Eintrittspunkte.»

Dazu zählen laut Politze insbesondere Phishing, Social Engineering, missbrauchte Admin-Zugänge oder Schwachstellen in VPN- und Perimeter-Systemen. Auch kompromittierte Dienstleister oder eingeschleuste Schadsoftware spielen eine zentrale Rolle. «Die grössten Schwachstellen liegen meist an den Übergängen nach aussen», sagt er. «Fernwartung, Remote-Zugänge, Identitäts- und Berechtigungsmodelle, Fehlkonfigurationen oder externe Servicebeziehungen sind besonders anfällig.»

Entsprechend verlagert sich das Risiko zunehmend. «Heute sind indirekte Wege im Regelfall relevanter», so Politze. «In der Praxis zeigt sich häufig ein hybrides Muster: Der eigentliche technische Zugriff erfolgt zwar direkt auf ein exponiertes System, aber der Weg dorthin wurde indirekt vorbereitet.»

«In der Praxis erfolgen Angriffe auf kritische Finanzinfrastrukturen meist schrittweise», sagt Katerina Mitrokotsa. «Angreifer verschaffen sich zunächst über kompromittierte Benutzerkonten oder Dienste Zugang und nutzen danach legitime Zugriffsrechte, um Transaktionen zu erstellen, zu verändern oder zu verzögern. Das Hauptrisiko liegt deshalb oft nicht in einer einzelnen Schwachstelle, sondern in der schrittweisen Anhäufung kleiner Sicherheitslücken.»

Schon kleine Störungen mit grosser Wirkung

Für die internationale Wirtschaft ist dabei nicht nur der Totalausfall ein Problem. «Ein temporärer Ausfall kann zu Zahlungsrückständen, Verzögerungen bei der Abwicklung, manuellen Notlösungen und Unsicherheit über den Status von Transaktionen führen», erklärt Mitrokotsa. Solche Effekte könnten sich schnell ausweiten. «Das kann rasch Kettenreaktionen in Banken, Märkten und Unternehmen auslösen, die auf einen reibungslosen internationalen Zahlungsverkehr angewiesen sind.»

Die Konsequenzen wären auch für Ostschweizer Unternehmen unmittelbar spürbar. «Für international tätige Firmen können gestörte Zahlungsflüsse Lieferantenbeziehungen, Lohnzahlungen, Treasury-Prozesse, Handelsgeschäfte und das Liquiditätsmanagement beeinträchtigen», sagt Mitrokotsa. «Selbst eine kurze Unterbrechung kann operative Reibung, finanzielle Unsicherheit und zusätzlichen Druck auf Lieferketten erzeugen.»

Politze bestätigt diese Einschätzung aus operativer Sicht. «In der Praxis hat die Mehrheit der Ausfälle nur eine geringe Auswirkung», sagt er. «Aber auch begrenzte Störungen können schon sehr schmerzhaft wirtschaftliche Folgen haben.» Entscheidend sei, dass Angreifer nicht das gesamte System lahmlegen müssten. «Es genügt, wenn sie eine wichtige und zentrale Abhängigkeit treffen, um einen grossen Schaden anzurichten.»

Systemisch relevant und besonders geschützt

Die Bedeutung von Swift geht weit über einzelne Institute hinaus. Das Netzwerk gilt als zentraler Bestandteil der globalen Finanzinfrastruktur und steht unter der Aufsicht von Zentralbanken. Swift selbst weist darauf hin, dass eine grosse Zahl systemrelevanter Zahlungssysteme direkt davon abhängig ist.

Entsprechend hoch sind die Sicherheitsanforderungen. Die Operating Centres – darunter auch Diessenhofen – sind redundant ausgelegt und bilden gemeinsam ein hochverfügbares System. Dennoch zeigt die Praxis, dass auch solche Infrastrukturen im Fokus stehen. So wurde über dem Gelände in Diessenhofen ein Drohnenverbot verhängt, und der Standort steht seit Jahren unter erhöhtem Schutz.

Gerade diese Kombination aus globaler Bedeutung, technischer Komplexität und potenziellen Angriffsflächen macht das Swift-Zentrum zu einem kritischen Knotenpunkt. Oder, wie Mitrokotsa es zusammenfasst: «Das zentrale Risiko ist nicht nur ein dramatischer Systemausfall, sondern auch gezielte Störungen oder Manipulationen, die das Vertrauen in den Zahlungsprozess untergraben.»



Daniel Politze: Zentrale Abhängigkeit.

Text: Patrick Stämpfli
Bild: Marlies Beeler-Thurnheer

Mythos Audi. Seit 30 Jahren in Wittenbach

Audi und die Ostschweiz, das passt. Präzision, technisches Verständnis und Verlässlichkeit verbinden Marke und Region seit Jahrzehnten.

Audi ist in der Ostschweiz seit 30 Jahren fest verankert, sichtbar im Jubiläumsjahr der PP Autotreff AG in Wittenbach. Der Mythos Audi ist das Resultat einer Entwicklung, die vor weit über 100 Jahren begann und konsequent weitergedacht wurde. Auffällig ist, wie gut Audi zur Ostschweiz passt: eine Region, die für Präzision, technisches Verständnis und Verlässlichkeit steht. Oft leise, oft unterschätzt, aber mit hoher Qualität. Genau diese Eigenschaften prägen auch die Marke. Für Raphael Vogel zeigt sich das im Alltag: «Der junge Ostschweizer resp. Ostschweizerin will ein Auto, das ohne Wenn und Aber funktioniert. Und so kommt sie zu Audi. Und in den meisten Fällen bleibt sie über Jahrzehnte. Das passiert auch wegen der Emotion. Aber hauptsächlich, weil das Produkt überzeugt.»

Herkunft als Fundament

Die vier ineinandergreifenden Ringe stehen für den Zusammenschluss von Audi, DKW, Horch und Wanderer zur Auto Union im Jahr 1932. Diese Herkunft prägt die Marke bis heute. Audi denkt in Plattformen, in Generationen, in klaren Entwicklungsschritten. Modelle folgen einer strukturierten Logik. Genau das schafft Vertrauen – intern wie extern.

Für Kundinnen und Kunden bedeutet das: Kontinuität statt Richtungswechsel. Das passt zur Ostschweiz. Auch hier entstehen viele der stärksten Unternehmen nicht aus kurzfristigen Trends, sondern aus kontinuierlicher Entwicklung, technischem Know-how und – ganz wichtig – einem klaren Qualitätsanspruch, der über allem steht.

Der technische Durchbruch

Einer von vielen wegweisenden Momenten für das heutige Markenverständnis liegt im Jahr 1980. Mit dem ersten quattro bringt Audi permanenten Allradantrieb in ein Serienfahrzeug – und setzt ihn gleichzeitig im Rallyesport ein. Das Resultat ist eindeutig: bessere Traktion, höhere Stabilität, mehr Kontrolle. Audi gewinnt und liefert damit den Beweis, dass Technolo-

gie nicht nur versprochen, sondern umgesetzt wird. Dieser Moment wirkt bis heute nach. quattro ist mittlerweile ein Symbol für technische Glaubwürdigkeit. In unserer Region, in der Leistung zählt und nicht Inszenierung, ist genau das entscheidend.

Konsequenz in Design und Qualität

Audi hat über Jahre hinweg eine Designsprache entwickelt, die sofort erkennbar ist: reduziert, präzise, funktional. Gleichzeitig bleibt der Qualitätsanspruch konstant hoch. Materialien, Verarbeitung, Haptik: «Die Details stimmen bei Audi immer», so Raphael Vogel. Das gilt auch bei der Einführung der Elektroflotte, bei der sich viele Autobauer gerade im Design ausserordentlich scherteten. Für viele Kundinnen und Kunden ist genau das entscheidend: nicht das einzelne Highlight, sondern das Gesamtbild. Audi steht bewusst nicht für laute Exklusivität, sondern für hochwertige, durchdachte Technik.

Die Ostschweiz als Prüfstein

«In der Ostschweizer Unternehmenswelt gibt es viele versteckte Perlen. Firmen, die kaum jemand kennt und die dennoch weltweit für spezialisierte Produkte unverzichtbar sind. Historisch ist die Region geprägt von Innovation und Präzision», sagt Raphael Vogel, Mitinhaber der PP Autotreff AG.

Gerade deshalb ist die Ostschweiz ein Markt, in dem Entscheidungen bewusst getroffen und Investitionen langfristig gedacht werden. Und das spürt die PP auch bei Audi-Käufern. Der Einstieg erfolgt oft über kompakte Modelle wie A3 oder A4 – Fahrzeuge, die funktional überzeugen und gleichzeitig den Anspruch der Marke transportieren. Was folgt, ist ein klares Muster: Viele Kundinnen und Kunden bleiben und entwickeln sich innerhalb der Marke weiter. Hin zu leistungsstärkeren Modellen, quattro-Antrieb oder individueller Ausstattung. Das Prinzip ist einfach: Einstieg, Erfahrung, Vertrauen. Darauf aufbauend die Weiterentwicklung.

30 Jahre Praxis in Wittenbach

Die Entwicklung lässt sich konkret an der PP Autotreff AG nachvollziehen. Über drei Jahrzehnte hinweg hat sich das Modellportfolio verändert. Und mit ihm ist die Kundschaft gewachsen. Ein zentraler Meilenstein war der Neubau des



(links) Der technische Durchbruch: Mit permanentem Allradantrieb und Rallye-Erfolgen wurde der Ur-quattro ab 1980 zum Ursprung des Audi-Mythos.

(rechts) Der emotionale Erbe: Der TT RS verbindet den legendären 5-Zylinder-Sound mit moderner quattro-Performance und echter Sportwagen-DNA.



Audi Stores in Wittenbach. Mit der Eröffnung Anfang 2017 setzte die PP Autotreff AG ein klares Zeichen für die Zukunft der Marke in der Region. Der moderne Neubau war ein strategisches Bekenntnis zu Audi und zu einem wachsenden Kundenbedürfnis nach Erlebnis, Beratung und Spezialisierung.

Als erster Audi Sport Store der Ostschweiz positionierte sich der Standort bewusst im Premiumsegment und schuf die Grundlage dafür, dass die Marke vor Ort erlebbar wird. Bis heute ist dieser Schritt ein zentraler Baustein für die starke Verankerung von Audi in Wittenbach. Raphael Vogel beschreibt es nüchtern: «Am Ende zählt nicht das Image, sondern die Erfahrung. Und darum wählen viele Audi-Freunde die PP.»

Die Rolle der jungen Generation

Die Kundschaft von Audi ist jünger geworden, digitaler, informierter. Design, Fahrgefühl und Technik spielen dabei eine zentrale Rolle. Audi wirkt zugänglich, ohne beliebig zu sein. Mit der Zeit verändern sich die Ansprüche. Das Einkommen steigt, die Erwartungen wachsen. Audi bietet innerhalb der eigenen Modellwelt passende Antworten. Der Wechsel erfolgt nicht zu einer anderen Marke, sondern innerhalb des bestehenden Systems. Das Resultat ist eine hohe Loyalität, aufgebaut über Jahre. Auch das ist typisch für die Ostschweiz: Man bleibt, wenn es funktioniert.

Vom Verbrenner zur Elektromobilität

Die Automobilbranche befindet sich im Wandel, auch Audi entwickelt sich konsequent in Richtung Elektromobilität weiter. Modelle der e-tron-Reihe zeigen, wie sich der technologische Anspruch der Marke in neue Antriebskonzepte übersetzen lässt. Entscheidend ist, dass Audi seiner Linie treu bleibt: Die Bedienung bleibt intuitiv, die Verarbeitungsqualität auf hohem Niveau, und der Fokus ist klar auf Alltagstauglichkeit ausgerichtet. Und am Ende sind es optisch immer noch die gleichen starken Fahrzeuge. Genau diese Kontinuität sorgt dafür, dass sich die Marke für bestehende Kundinnen und Kunden vertraut anfühlt.



Raphael Vogel (links) und Daniel Vogel.

Service als Teil des Mythos

Abgerundet wird das Erlebnis durch den Service. Eine Marke endet nicht beim Fahrzeug, sondern im täglichen Kontakt. Beratung, Wartung und Betreuung prägen die Wahrnehmung nachhaltig. Bei der PP Autotreff AG in Wittenbach zeigt sich, wie wichtig dieser Aspekt ist. Die Nähe zur Kundschaft, das Verständnis für individuelle Bedürfnisse und die langfristige Begleitung tragen entscheidend dazu bei, dass aus einem Kauf eine Beziehung wird.

Seit über einem Jahrhundert erprobt

Der Mythos Audi basiert auf klaren Prinzipien: einer treu bleibenden Herkunft, einem technologischen Durchbruch mit messbarem Nutzen und einer konsequenten Weiterentwicklung ohne Brüche. Dass das System funktioniert, zeigt sich nicht nur global, sondern auch lokal. 30 Jahre Audi in Wittenbach sind Ausdruck einer stabilen Beziehung zwischen Marke, Unternehmen und Kundschaft. Oder wie es Raphael Vogel sagt: «Ein Mythos entsteht nie durch Worte, sondern durch das, was über Jahrzehnte hinweg funktioniert.»

www.pputotreff.ch

Sicherheit, Stolz & Selbst- vertrauen

In der Kühlschrankproduktion von V-Zug in Sulgen arbeiten Mitarbeiter von Obvita direkt im industriellen Alltag mit. Für die St.Galler Sozialinstitution, die heuer ihr 125. Jubiläum feiert, ist die Zusammenarbeit ein Beispiel dafür, wie berufliche Integration heute funktionieren kann: mitten in realen Produktionsabläufen und nahe am ersten Arbeitsmarkt.

Wenn bei V-Zug in Sulgen Kühlschränke produziert werden, arbeitet dort seit Jahren auch ein Team von Obvita mit. Die Sozialinstitution betreibt am Standort eine eigene Produktionslinie und übernimmt Montage- und Konfektionsarbeiten für das Produktionslager. Dazu gehören auch Arbeiten im Kanban-System: Obvita montiert Teile vor und liefert sie laufend direkt dorthin, wo sie am Fließband der Kühlschrankproduktion gebraucht werden. Für die Mitarbeiter bedeutet das: Sie arbeiten direkt in einem industriellen Umfeld mit klaren Abläufen, Qualitätsvorgaben und Terminen.

«Wir arbeiten nicht «neben» dem Kunden, sondern sehr nahe am industriellen Prozess», sagt Rafael Frick, Leiter Verkauf Obvita Produktion. «Unsere Linie ist organisatorisch eingebunden, die Abläufe sind abgestimmt, und die Anforderungen entsprechen den Standards des Kunden.» Diese Nähe mache die Zusammenarbeit besonders wertvoll: Änderungen in der Produktion könnten rasch aufgenommen und Prozesse flexibel angepasst werden. «Man kennt sich, man sieht die Leistung im Alltag, und die Zusammenarbeit wird selbstverständlich», sagt Frick.

Arbeit mit Bedeutung

Die Wurzeln von Obvita reichen bis ins Jahr 1901 zurück. Damals gründete der Trogener Lehrer und Sozialpionier Viktor Altherr den Ostschweizerischen Blindenfürsorgeverein. Heute zählt Obvita zu den wichtigsten Sozialinstitutionen der Ostschweiz. Rund 600 Menschen arbeiten für die Organisation, darunter rund 250 mit IV-Leistungen. Neben Seherberatung, beruflicher Integration, Wohnen vom Jugend- bis zum Seniorenalter sowie Tagesstrukturen gehört auch die Produktion zu den zentralen Geschäftsbereichen. Im Produktionsbereich beschäftigt Obvita rund 230 Angestellte. Unternehmen aus Branchen wie Apparatebau, Maschinenbau, Elektroapparatebau, Pharma oder Food arbeiten mit der Organisation zusammen.

Patrik Läser, Rafael Frick
und Christoph Schweiger:

Gelebte Zusammenarbeit.

Für Obvita-Präsident Patrik Läser ist Arbeit weit mehr als reine Beschäftigung. «Arbeit gibt Struktur, schafft Selbstvertrauen und vermittelt das Gefühl, gebraucht zu werden.» Gerade die Nähe zur Wirtschaft spiele dabei eine wichtige Rolle. «Unternehmen sehen die Fähigkeiten der Menschen, und die Mitarbeiter erleben sich als Teil eines professionellen Umfelds.»

Die Produktion zeige sehr gut, wofür Obvita stehe: «Wir schaffen Lebensqualität nicht abstrakt, sondern im Alltag», sagt Läser. Menschen erlebten dort Struktur, Zugehörigkeit, Verantwortung und Anerkennung und leisteten gleichzeitig «einen echten Beitrag zu wirtschaftlichen Wertschöpfungsketten».

*«Die Leute sehen unmittelbar,
wofür ihre Arbeit gebraucht wird.»*

Hohe Anforderungen statt «Sozialbonus»

Die Zusammenarbeit mit V-Zug zeigt, wie berufliche Integration unter realen Bedingungen funktionieren kann. Qualität, Präzision und Zuverlässigkeit seien dabei entscheidend. «Der «Sozialbonus» war gestern», sagt Rafael Frick. Kunden erwarteten, «dass die vereinbarten Leistungen in der gewünschten Qualität, präzise und termingerecht erbracht werden». Gerade in der Industrie hingen viele weitere Prozessschritte davon ab.



Auch Patrik Läser unterstreicht, dass soziale Verantwortung allein nicht genüge. «Der soziale Auftrag entbindet uns nicht von wirtschaftlichen Anforderungen», sagt er. «Unsere Kunden müssen sich auf uns verlassen können.» Gerade darin liege aber auch eine Stärke von Obvita: Hohe Qualitätsansprüche würden mit einer Arbeitsumgebung verbunden, die Menschen individuell unterstütze und befähige.

Für die Angestellten bringe das zusätzliche Perspektiven. «Sie sind in einem professionellen Umfeld tätig und sehen unmittelbar, wofür ihre Arbeit gebraucht wird», sagt Frick. Das schaffe Stolz, Sicherheit und Selbstvertrauen. Die Mitarbeiter übernahmen produktive Aufgaben und leisteten mit ihrer Arbeit einen konkreten Beitrag zum Erfolg von V-Zug.

Teil des Teams bei V-Zug

Auch aus Sicht von V-Zug ist die Zusammenarbeit längst Teil des normalen Betriebsalltags geworden. Knapp 15 Mitarbeiter von Obvita arbeiten direkt in Sulgen, weitere übernehmen in St.Gallen Aufträge für das Unternehmen. Die Arbeitsplätze werden von V-Zug ausgestattet und entsprechen denselben Sicherheits- und Qualitätsstandards wie die übrige Produktion.

«Mit Obvita besteht zudem eine langjährige Partnerschaft in der Ostschweiz», sagt Christoph Schweiger, Standort- und Fabrikleiter der V-Zug Kühltechnik AG. «Diese Zusammenarbeit steht für Werte, die V-Zug lebt, und spiegelt den Anspruch, soziale Verantwortung mit einem hohen Qualitätsbewusstsein zu verbinden.»

Die Arbeitsgruppe übernimmt einen Teil der Baugruppen-Montage in der Kühlschrankproduktion. «Diese Arbeiten sind ein wichtiger Bestandteil der weiteren Produktionsschritte und wirken sich damit direkt auf die Qualität und Zuverlässigkeit unserer Geräte aus», sagt Schweiger.

Im Alltag seien die Angestellten von Obvita vollständig integriert. Gemeinsame Pausen, Mittagessen oder Firmen-events gehörten selbstverständlich dazu. «Zwischen den verschiedenen Mitarbeitern herrschen volle Akzeptanz und eine Normalität in der Partnerschaft mit der Obvita», sagt Schweiger. Die «Obvitaler» brächten mit ihren diversen Lebensgeschichten auch menschlich viel in den Alltag ein.

In Sulgen zeigt sich damit täglich, was Obvita seit 125 Jahren verfolgt: berufliche Integration nicht als separates Modell neben der Wirtschaft, sondern als gelebte Zusammenarbeit zwischen Sozialunternehmen, Industrie und Gesellschaft.

«Wir arbeiten sehr nahe am industriellen Prozess.»

Text: Patrick Stämpfli

Bild: Marlies Beeler-Thurnheer



Ramona Eglin
und Florian Wild:

Wirkung erzielen.

Genuss mit Wirkung

Der Rotary Club St.Gallen Rosenberg startet eine ambitionierte Initiative: Mit «Rosaly.Social» entsteht ein Vertriebsmodell, das regionale Produkte, bewussten Konsum und soziales Engagement verbindet. Projektleiter Florian Wild beschreibt die Idee so: «Wir wollen etwas Ähnliches wie Max Havelaar auf regionaler Ebene schaffen – einen Kreislauf, in dem Geniessen, Wertschöpfung und gesellschaftlicher Nutzen zusammenkommen.»



Noch steht das Projekt am Anfang: Die Zahl der Partner ist überschaubar, die Bekanntheit im Markt begrenzt. Für Wild, der das Projekt bei Rotary betreut, ist das kein Widerspruch zur grossen Vision: «Wir befinden uns in der Aufbauphase. Entscheidend ist jetzt, die richtigen Produzenten und Kunden zu gewinnen, die an dieses Modell glauben.» Dabei geht es nicht nur um Produkte, sondern um eine Haltung. «Rosaly richtet sich an Menschen, die nicht einfach konsumieren wollen, sondern einen Mehrwert suchen. Sei es als Geschenk oder für sich selbst.»

Was dieser Mehrwert konkret bedeutet, zeigt sich unmittelbar: Mit jedem Kauf wird ein Teil des Verkaufserlöses ohne Umwege in soziale Projekte geleitet. Unterstützt werden schon heute etwa die Sans-Papiers-Anlaufstelle St.Gallen, Projekte wie Cheira mit Notfallboxen für Verbrennungsoffer in afrikanischen Dörfern oder Angebote für MS-Betroffene und Jugendliche in schwierigen Lebenssituationen in der Region. Die Wirkung ist dabei kein Nebenaspekt, sondern das Herzstück des Modells.

Ein Kauf mit doppelter Wirkung

Im Zentrum steht ein strukturiertes System: Regionale Produkte werden über die gemeinsame Plattform vertrieben, ein definierter Anteil des Verkaufserlöses fließt direkt in soziale Projekte. «Wir schaffen Transparenz darüber, wohin das Geld geht», sagt Wild. «Das erhöht die Glaubwürdigkeit und stärkt die Identifikation der Kunden mit dem Produkt.» Geniessen, stärken und Gutes tun greifen dabei unmittelbar ineinander.

Ein wichtiger Baustein ist der Ausbau des Netzwerks. Gesucht werden Produzenten aus der Ostschweiz aus den Bereichen Lebensmittel, Kunst und Handwerk, die Teil dieses Modells werden wollen. Dabei spielt es keine Rolle, ob ein Betrieb die Produkte selbst herstellt oder als Händler vertreibt. «Entscheidend ist die Bereitschaft, sich auf gemeinsame Werte einzulassen und Verantwortung zu übernehmen», so Florian Wild. Ziel ist es, ein offenes Ökosystem aufzubauen, das laufend wächst.

Bereits heute zeigt sich die Breite dieses Ansatzes: Neben der Vogelsanger Weine AG gehören unter anderem die St.Galler Schokoladenmanufaktur Bonneheure, Kündig

Feinkost AG aus Rorschach, das Imkerpaar Sonja Martin und Andreas Altenburger aus Schönengrund sowie eigene Kunstkarten zum Netzwerk. Weitere Partner und Produkte sollen kontinuierlich dazukommen.

Konkreter Nutzen für Unternehmen

Für die beteiligten Unternehmen eröffnet «Rosaly.Social» konkrete Perspektiven: Sie erhalten Zugang zu zusätzlichen Absatzkanälen, stärken ihre Sichtbarkeit und positionieren sich im Bereich gesellschaftlicher Verantwortung. Gleichzeitig bietet das Modell auch für Firmenkunden einen direkten Nutzen. Unternehmen können ihren Beitrag einfach leisten, indem sie Rosaly-Produkte für Mitarbeitergeschenke, Kundengeschenke oder Firmenanlässe einsetzen – und so Wertschätzung mit Wirkung verbinden.

Ein Beispiel dafür ist die Zusammenarbeit mit der Vogelsanger Weine AG in St.Gallen-Winkeln. Shopleiterin Ramona Eglin sieht in «Rosaly.Social» eine konsequente Weiterentwicklung: «Wir stehen seit jeher für Qualität, Herkunft und persönliche Beratung. Dass wir diese Werte nun mit einem sozialen Beitrag verbinden können, passt sehr gut zu uns.»

Die Zusammenarbeit basiert auf Vertrauen, Transparenz und einer Partnerschaft auf Augenhöhe. Produktpartner profitieren von einer grösseren Reichweite und einer positiven Wahrnehmung bei Kunden und Mitarbeitern. Gleichzeitig leisten sie mit jedem verkauften Produkt einen konkreten Beitrag zu gesellschaftlichen Themen.

Professionalität und Transparenz als Fundament

Ein zentraler Erfolgsfaktor liegt in der Organisation: Ein achtköpfiges Kernteam bündelt Fachwissen aus Marketing, Vertrieb, Finanzen sowie Produktion und Logistik. Diese Struktur sorgt für Professionalität und Stabilität. Gleichzeitig wird das Projekt ehrenamtlich geführt, was den uneigennütigen Fokus zusätzlich unterstreicht.

Die Herausforderung liegt darin, den zusätzlichen Mehrwert zu vermitteln. Denn die Produkte bewegen sich etwas über dem üblichen Preisniveau. «Es geht darum, die Geschichte dahinter verständlich zu machen», sagt Eglin. «Wenn Kunden sehen, dass ein Teil ihres Einkaufs direkt etwas bewirkt, entsteht eine andere Form der Wertschätzung.»

«Ein wichtiger Baustein ist der Ausbau des Netzwerks.»

Für sie ist spürbar, dass sich das Konsumverhalten verändert. «Viele Kunden achten heute stärker darauf, woher ein Produkt kommt und unter welchen Bedingungen es entstanden ist. «Rosaly.Social» greift diesen Trend auf und übersetzt ihn in ein konkretes Angebot.»

Allen unterstützten Projekten gemeinsam ist ein hoher Anspruch: Sie müssen transparent aufgebaut sein, ein konkretes Problem adressieren und ihre Wirkung nachvollziehbar darstellen. «Wir wollen sicherstellen, dass die Mittel dort ankommen, wo sie tatsächlich etwas bewirken», sagt Wild. Der persönliche Kontakt zu den Projektverantwortlichen spielt dabei eine zentrale Rolle.

«Ein Teil des Verkaufserlöses wird direkt in soziale Projekte geleitet.»

Wachstum mit Haltung

Der Rotary Club Rosenberg bringt dafür Erfahrung mit. Über zwei Jahrzehnte hinweg begleitete er ein Schulprojekt in Honduras, das heute selbstständig funktioniert. «Solche Engagements zeigen, dass nachhaltige Hilfe möglich ist», sagt Florian Wild. «Diese Erfahrung fliesst direkt in «Rosaly Social» ein.»

Das Modell verbindet drei Elemente: Produzenten bringen hochwertige Produkte ein, Kunden treffen bewusste Kaufentscheidungen und Projektpartner setzen die Mittel gezielt ein. «Dieses Zusammenspiel ist entscheidend», sagt Ramona Eglin. «Nur so entsteht ein funktionierender Kreislauf.»

Langfristig stellt sich die Frage nach der Entwicklung. Bleibt «Rosaly.Social» ein regionales Modell oder wird daraus mehr? Für Wild ist die Richtung offen, die Zielsetzung aber

eindeutig: «In fünf Jahren möchten wir sagen können, dass wir eine Plattform aufgebaut haben, die Wirkung erzielt. Für Produzenten, Kunden und die unterstützten Projekte.»

Auch Eglin sieht Potenzial über die Region hinaus, knüpft dies aber an Voraussetzungen: «Solche Modelle funktionieren nur, wenn sie glaubwürdig bleiben. Qualität, Transparenz und echte Partnerschaften sind entscheidend. Wenn das stimmt, kann daraus etwas Nachhaltiges entstehen.» Dass die Vogelsanger Weine AG davon überzeugt ist, steht ausser Frage; die «Rosaly-Weine» erfreuen sich schon heute grosser Beliebtheit.

Wer mitmachen will findet weitere Informationen unter:
www.rosaly.social



Text: Stephan Ziegler
Bild: Marlies Beeler-Thurnheer

Das Rosaly-Team: Kristofer Roelli, Nayla Stössel, Florian Wild, Ramona Eglin, Andrea Trunz und Christian Hohl. Es fehlen Yvonne Geiger und Ueli Schaumann.



Wenn Fertigung zur Verantwortung wird

Berhalter Tec-Spiration aus St.Gallen steht exemplarisch für einen Wandel, der die industrielle Fertigung grundlegend verändert: Was lange als planbarer Prozess galt, wird zunehmend komplexer, schneller und unsicherer. Produkte werden anspruchsvoller, Märkte volatiler und regulatorische Anforderungen dichter. Gleichzeitig steigen die Erwartungen an Qualität, Geschwindigkeit und Verlässlichkeit kontinuierlich.

Für Hersteller bedeutet das eine fundamentale Veränderung: Einzelkomponenten werden komplexer, Fertigungstiefen steigen, eigene Kapazitäten stossen an Grenzen oder treiben die Kosten nach oben. In einem Umfeld, das von geopolitischen Spannungen, fragilen Lieferketten und schwankender Nachfrage geprägt ist, wird jeder Fixkostenblock zum Risiko. Entscheidend ist nicht mehr nur die Produktion, sondern die Fähigkeit, zuverlässig zu liefern, flexibel zu reagieren und Qualität jederzeit sicherzustellen.

Mehr als Produktion

Die klassische Lohnfertigung folgt einem einfachen Prinzip: Zeichnung, Fertigung, Lieferung. Dieses Modell hat über Jahrzehnte funktioniert. Doch die Realität hat sich verändert: Konstruktionen sind dynamisch geworden, Anforderungen verschieben sich laufend, Prozesse müssen mitdenken. Heute reicht es nicht mehr, lediglich auszuführen. Wer nur produziert, reagiert. Wer versteht, gestaltet.

Moderne Fertigung beginnt deshalb nicht an der Maschine, sondern beim Verständnis der Anwendung. Erst wenn klar ist, wie ein Bauteil im Gesamtsystem funktioniert, lassen sich Konstruktion, Materialwahl und Bearbeitung optimal aufeinander abstimmen. Fehler werden nicht mehr nachträglich korrigiert, sondern im Prozess vermieden.

Das Sorglospaket als Antwort

Für viele Unternehmen entsteht daraus ein klarer Bedarf: ein Partner, der Verantwortung übernimmt. Einer, der nicht nur fertigt, sondern mitdenkt, absichert und garantiert. Berhalter Tec-Spiration steht für genau diesen Ansatz. Das Unternehmen verbindet Engineering, Fertigung, Montage und Messtechnik zu einer integrierten Leistung. Ziel ist es, Kunden nicht nur Komponenten zu liefern, sondern Lösungen, die funktionieren.

«Unsere Aufgabe beginnt nicht bei der Maschine, sondern beim Verständnis der Anwendung», sagt Geschäftsleiter



Amir Ibrahimagic. «Unser Versprechen ist ein Sorglospaket mit Garantie, von der ersten Idee bis zur funktionierenden Lösung.»

Komplexität beherrschen

Im Zentrum steht die Fertigung anspruchsvoller Bauteile und Strukturen. Moderne 5-Achsen-Bearbeitungszentren, Erodier- und Schleiftechnologien sowie präzise Messtechnik bilden die technologische Basis. Doch entscheidend ist das Zusammenspiel mit Erfahrung.

Werkstoffe wie Titan, Inconel oder hochlegierte Stähle stellen völlig unterschiedliche Anforderungen an die Bearbeitung. Standardlösungen greifen hier zu kurz. Gefragt ist ein tiefes Verständnis für Materialverhalten und Prozessdynamik. Genau darin liegt der Unterschied zwischen reiner Fertigung und echter Lösungskompetenz.

Vom Bauteil zur Lösung

Parallel dazu verändert sich die Nachfrage: Unternehmen wollen nicht mehr einzelne Komponenten beschaffen, sondern komplette, funktionsfähige Einheiten. Baugruppen inklusive Logistik, Qualitätssicherung und Supply-Chain-Management gewinnen an Bedeutung. Dieser Ansatz reduziert interne Komplexität und senkt Fixkosten. Gleichzeitig steigt die Abhängigkeit vom Partner und damit die Bedeutung von Vertrauen, Stabilität und Garantien.

Berhalter Tec-Spiration integriert mechanische, elektronische und pneumatische Komponenten, koordiniert externe Prozesse wie Oberflächenbehandlungen oder Prüfverfahren und stellt eine durchgängige Qualität sicher. Ergänzt wird dies durch interne Lagerbewirtschaftung und klare Abrufprozesse.

Berhalter Tec-Spiration, www.berhalter.com

Christian Rungger:

Holzbau neu denken.



Wie modulare Systeme und Kreislaufwirtschaft die Zukunft des Bauens prägen

Mit der Transformation von der Kifa Systembau zur Lignox Holz | Modul | Bau stellt sich das Thurgauer Unternehmen strategisch neu auf. CEO Christian Rungger spricht über die Herausforderungen und Chancen des modularen Holzbaus, den Wandel hin zu industriellen Bauprozessen und über nachhaltige Gebäudekonzepte.



Auch die Migros Teo eignen sich für den Modulbau.

Die Bauwirtschaft befindet sich in einem Wandel: Steigende Kosten, Fachkräftemangel, knapper werdende Ressourcen und wachsende Anforderungen an Flexibilität rücken nachhaltige Lösungen in den Fokus. Die Lignox Holzbau AG aus Märstetten reagiert darauf mit einer strategischen Neuausrichtung. «Der Schritt von der Kifa Systembau zu Lignox war für uns mehr als ein Rebranding», sagt CEO Christian Rungger. «Wir haben unser Geschäftsmodell grundlegend weiterentwickelt und auf die Anforderungen eines spürbar veränderten Marktes ausgerichtet.»

Im Zentrum steht dabei ein modulares, skalierbares Bausystem

Während klassische Bauprojekte häufig lange Planungs- und Realisierungsphasen benötigen, setzt Lignox auf vorgefertigte Systeme, die flexibel eingesetzt werden können. «Wir sehen eine deutliche Verschiebung im Markt hin zu schnell verfügbaren und skalierbaren Lösungen», sagt Rungger. «Gerade öffentliche Auftraggeber und Unternehmen benötigen heute Gebäude, die kurzfristig verfügbar sind und sich bei Bedarf anpassen, erweitern oder neuen Nutzungsanforderungen entsprechend umnutzen lassen, also Bauen im Kreislauf statt für den Abriss. Dadurch entstehen nachhaltige Baukonzepte mit hoher Lebensdauer sowie ein ressourcenschonender Umgang über den gesamten Gebäudelebenszyklus hinweg.»

Lignox verfügt über jahrelange Expertise im Holzsystem- und Modulbau und realisiert Projekte vom Wohnungsbau bis hin zu Schul-, Gesundheits- und Gewerbebauten. «Diese Erfahrung erlaubt es uns, industrielle Prozesse mit Effizienz und Qualität zu verbinden», so Rungger. «Gleichzeitig denken wir Projekte heute ganzheitlicher und treten vermehrt als Gesamtleistungsanbieter auf.»

Ein zentraler Vorteil des modularen Holzbaus liegt in der industriellen Vorfertigung

«Der Bau eines Gebäudes in der Halle ermöglicht uns eine ganz andere Effizienz und Qualität als auf der Baustelle», sagt Rungger. Der Standort Märstetten bietet mit grosszügigen Lagerflächen und einer auf grossvolumige Module ausge-

«Wir sehen eine Verschiebung hin zu schnell verfügbaren und skalierbaren Lösungen.»

richteten Infrastruktur ideale Voraussetzungen für diese Vorfertigung. «Wir können unter konstanten Bedingungen produzieren und sind deutlich weniger abhängig von Wetter und externen Einflüssen.»

Der Modulbau gilt als Hoffnungsträger der Bauindustrie – schneller, nachhaltiger und effizienter als konventionelle Bauweisen. Gleichzeitig stehen jedoch viele Unternehmen der Branche unter Druck. Für Rungger greift die oft genannte Erklärung von fehlendem Vertrieb, mangelnder digitaler Akquise oder einer nicht konstanten Auslastung allerdings zu kurz. «Viele Modulbauer wollen industriell produzieren, bewegen sich aber weiterhin in einem stark individualisierten Projektmarkt. Industrie benötigt Standardisierung, Wiederholbarkeit und eine stabile Auslastung. Der Markt verlangt dagegen häufig individuelle Lösungen», sagt Rungger.

Diesen Widerspruch gelte es zu lösen und die richtige Balance zwischen Effizienz und Individualität zu finden. «Natürlich besteht hier ein gewisser Zielkonflikt», räumt Rungger ein. «Wir begegnen diesem jedoch, indem wir unsere Systeme so entwickeln, dass sie flexibel konfigurierbar sind und gleichzeitig einen hohen Vorfertigungsgrad ermöglichen. Dadurch entstehen keine Produkte von der Stange, sondern massgeschneiderte Lösungen auf Basis eines durchdachten, skalierbaren Systems und für uns die Voraussetzung für eine wirtschaftliche und konstante Produktionsauslastung.»

Gleichzeitig setzt Lignox verstärkt auf neue Geschäftsmodelle

«Wir entwickeln uns weg vom reinen Projektgeschäft hin zu Nutzungs- und Mietmodellen», sagt Christian Rungger. «Das bedeutet einen Paradigmenwechsel: Viele Kunden möchten heute nicht mehr zwingend besitzen, sondern flexibel nutzen.» Insbesondere bei temporären Bauten, wachstums-

CONTINUUM zum Thema «Die nächste Generation»

«Hallo NextGen»

Das **6. Intensiv-Seminar «Fit for Future»** steht in den Startlöchern.
Am Donnerstag & Freitag, 3. und 4. September 2026
auf dem Campus der Jansen AG in Oberriet.

Wir ebnen den Weg für angehende Führungskräfte
in Familienunternehmen.



Mehr Informationen:
continuum.ch/aktualitaet/seminar-nextgen/
Kontakt: info@continuum.ch | +41 71 220 99 44

Interessiert,
aber noch unsicher?
Dann melde dich
jetzt an zur Online-
Infoveranstaltung vom
Freitag, 29. Mai 2026,
von 9.00 – 9.30 Uhr.

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

 **CONTINUUM**
Zukunft sichern.

Konzert
und
Theater
St.Gallen

Oper von
Giuseppe
Verdi

st.galler
fest
spiele

19.6.– 4.7.
Grosses
Haus

AIDA

stgaller-festspiele.ch

Mit grosszügiger
Unterstützung
Hauptpatronen

 **helvetia**

Susanne und Martin
Knechtli-Kradolfer-Stiftung

Medienpartner
TAGBLATT
LEADER

getriebenen Projekten oder sich verändernden Nutzungsanforderungen eröffnen sich dadurch neue Möglichkeiten. Modulare Gebäude können flexibel eingesetzt, erweitert, rückgebaut und an anderen Standorten erneut genutzt werden.

Zusätzliche Stärke erhält das Unternehmen durch die Einbettung in die Manser Group AG. «Die Integration eröffnet uns neue Möglichkeiten, insbesondere bei Innovation, Synergien und Skalierung», sagt Rungger. «Durch gemeinsam genutzte Strukturen, Prozesse und gebündelte Kompetenzen können wir effizienter arbeiten, unsere Marktposition ausbauen und die technologische Weiterentwicklung vorantreiben.»

«Viele Kunden möchten nicht mehr zwingend besitzen, sondern flexibel nutzen.»

Ein entscheidender Erfolgsfaktor bleibt der Standort

«Märstetten bietet uns ideale Voraussetzungen», sagt Rungger. «Wir profitieren von der Nähe und der guten logistischen Anbindung zu wichtigen Märkten in der Ostschweiz und im Grossraum Zürich. Gleichzeitig haben wir hier die nötigen Flächen und Strukturen für eine effiziente Produktion.» Hinzu kommen logistische Vorteile: Selbst grossdimensionierte Module lassen sich von hier aus effizient transportieren.

Auch die Organisation des Unternehmens trägt zur Agilität bei: Mit einer schlanken und flachen Struktur agiert Lignox flexibel und kann rasch auf Marktveränderungen reagieren. Kurze Entscheidungswege und direkte Abstimmungen ermöglichen schnelle Reaktionszeiten sowie die unmittelbare Umsetzung neuer Entwicklungen.

Daneben ist Nachhaltigkeit natürlich ein Thema: «Holzbau hat grosses Potenzial, keine Frage», sagt er. «Aber man muss genau hinschauen, wo die tatsächlichen Vorteile liegen. Nachhaltigkeit darf kein Schlagwort sein, sondern muss sich im gesamten Lebenszyklus eines Gebäudes zeigen.» Entscheidend seien dabei insbesondere die Mehr- und Umnutzung von Gebäuden, die Wiederverwendbarkeit von Bauteilen oder Modulen sowie der Einsatz des jeweils richtigen Materials am richtigen Ort, um die Stärken jedes Materials optimal zu nutzen. Im Zusammenspiel von Materialwahl, Produktion und Nutzung liege «der entscheidende Hebel für echte Nachhaltigkeit».

Die Zukunft ist für Christian Rungger eindeutig: «Der modulare Holzbau wird weiter an Bedeutung gewinnen», ist er überzeugt. «Die Anforderungen an Flexibilität, Industrialisierung, jedoch nicht um jeden Preis, Geschwindigkeit und Ressourceneffizienz steigen ebenso wie jene an Kooperationen und Zusammenschlüsse innerhalb der Branche. Auch der Einsatz von KI in Prozessen, industrielles Denken sowie ganzheitliche Gebäudekonzepte werden zunehmend wichtiger.»

Text: Stephan Ziegler

Bild: Marlies Beeler-Thurnheer

Allseitige Blockierung

In der mediatisierten Welt wird auf jede Äusserung reagiert, jedes Handeln hinterfragt, allseits provoziert und eingeschüchtert. Hat das Zukunft?



Wenn der US-Präsident einen Satz sagt, kennt ihn die ganze Welt. Er kostet sein Amt, seine Kommunikationsmöglichkeiten und seine Macht mit täglich neuen Storys aus.

Die Welt hört ihm zu, reagiert und verteidigt sich. Die Schweiz schickt das «Team Switzerland», der Bundeskanzler gräbt Urkunden aus der Heimat aus und die Briten senden ihren König nach Washington.

Hektik, Ablenkung und Blockade

Wir sehen und hören alles, bekommen es von vermeintlichen Experten und Kommentatoren erläutert und sollten die Weltlage täglich neu beurteilen. Was ist der Nutzen? Wenig, die multimediale Präsenz löst allseits nur Hektik, Aufwand, Ablenkung und Blockierung aus. Der Mehrwert? Gering!

Wie waren die Zeiten angenehm, als wir nicht alles wussten, was geschah, die Unternehmen und die Politik sich auf das Wesentliche konzentrieren und noch halbwegs unbeobachtet von der Öffentlichkeit arbeiten konnten.

Jede Aussage eines Bundesrats, jeder unkonventionelle Kommentar einer Person, jede schrille Positionierung wird heute thematisiert und multipliziert. So, dass wir vor lauter News das eigentliche Problem und die mögliche Lösung nicht mehr sehen.

Keine Einmischung – kein Ärger

Das Arbeiten im Stillen, für die Sache und das Gute geht mehr und mehr verloren. Mediale Präsenz ist alles! Zumindest in der Politik. Viele Unternehmen versuchen dagegen, «unter dem Radar zu fliegen». Die Devise lautet: Keine Einmischung, kein Shitstorm, kein Ärger!

Vorbildlich, wie sich der Migros-Chef dennoch anfangs Mai traute, die Volksinitiative «Keine-10-Millionen-Schweiz» kritisch zu analysieren und die Folgen für seine Kunden, sein Unternehmen und das Land differenziert darzustellen. Chapeau für das mutige «Coming-out»!

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



Hemberg ist nicht nur ein Treffpunkt für Motorsportfans.

Bergrennen Hemberg eröffnet Schweizer Bergmeisterschaft

200 Rennfahrzeuge, zwei Tage Motorsport, eine Racing-Party, ein familienfreundliches Rahmenprogramm und die besondere Nähe zu Fahrern, Teams und Fahrzeugen machen den 6. und 7. Juni zu einem Höhepunkt im regionalen Veranstaltungskalender. Die Co-Präsidenten Max Schrepfer und Werner Knaus erklären, weshalb das Rennen weit mehr ist als ein Motorsportanlass.

Das Bergrennen Hemberg eröffnet 2026 die Schweizer Bergmeisterschaft. Was bedeutet das für den Anlass?

WK: Für uns ist das eine grosse Freude. Der Hemberg ist ein toller Ort für den Saisonstart, weil hier die Nähe zum Sport, die Landschaft und die Begeisterung der Zuschauer auf eine einzigartige Weise zusammenkommen. Dass wir 2026 die Bergsaison eröffnen dürfen, macht den Anlass nochmals spezieller.

MS: Der Termin wurde mit dem Motorsportkalender sowie mit lokalen und regionalen Veranstaltungen abgestimmt. Das ist wichtig, denn ein solcher Anlass funktioniert nur, wenn viele Partner, Landbesitzer, Vereine, Helfer und Behörden mitziehen. Diese breite Verankerung macht Hemberg aus.

Was erwartet die Zuschauer am Rennwochenende konkret?

MS: Am Samstag, 6. Juni, stehen von 7 bis 18 Uhr die offiziellen Trainingsläufe auf dem Programm, am Sonntag, 7. Juni, folgen ebenfalls von 7 bis 18 Uhr die Rennläufe. Danach findet die Siegerehrung statt.

WK: Bis zu 200 Rennfahrzeuge kämpfen um die ersten Punkte der Schweizer Bergmeisterschaft. Dazu kommen ein attraktives Rahmenprogramm, die Festwirtschaft, das Fahrerlager und die Racing-Party mit Bars und kulinarischem Angebot.

Was macht den Reiz des Bergrennens Hemberg aus?

WK: Ich war schon als Schüler in den Achtzigern als Fan dabei. Das Rennen ist ein einzigartiger Mix aus Adrenalin, Nähe zum Sport und Begeisterung. In Hemberg steht man nicht irgendwo weit weg vom Geschehen. Man spürt die Motoren, trifft Fahrer und Teams, kommt ins Gespräch und erlebt Motorsport direkt.

MS: Für mich ist es jedes Jahr auch ein Highlight zu sehen, wie über 300 Helfer aus der Region mit anpacken. Ohne sie wäre ein Anlass dieser Grösse nicht möglich. Diese Energie wollen wir weitertragen, für Fahrer, Fans, Sponsoren und Familien.

Die Strecke ist kurz, aber anspruchsvoll. Was macht sie aus?

MS: Sie misst 1758 Meter und weist 157 Höhenmeter auf. Das klingt auf dem Papier überschaubar, ist aber fahrerisch sehr anspruchsvoll. Die Piloten müssen vom Start weg konzentriert sein, weil auf dieser Distanz jeder Fehler zählt.

Und wie familienfreundlich ist der Anlass?

WK: Sehr. Hemberg ist längst nicht nur ein Treffpunkt für eingefleischte Motorsportfans. Es ist ein Anlass für Familien, Unternehmen, Vereine und die ganze Region. Kinder unter zwölf Jahren erleben das Bergrennen gratis, Jugendliche profitieren von reduzierten Preisen.

Zum Schluss: Worauf freuen Sie sich am meisten?

WK: Auf den Moment, wenn Hemberg am Rennwochenende erwacht. Die ersten Motoren, die Besucher, die Teams, die Helfer, die Stimmung im Dorf ... grandios!

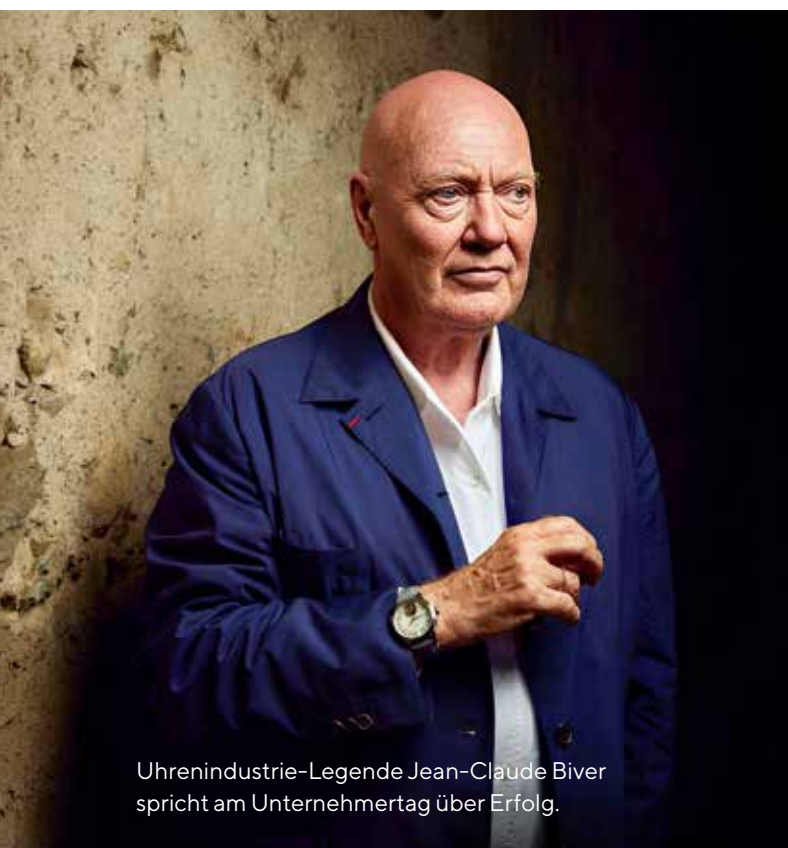
MS: Und wenn Fahrer, Zuschauer, Sponsoren, Helfer und die Bevölkerung am Ende sagen, dass es ein starkes Bergrennen war, dann haben wir unser Ziel erreicht.

bergrennen-hemberg.ch

Text: Stephan Ziegler
Bild: zVg

Unternehmertag holt Biver und Fischer auf die Bühne

Der Unternehmertag bringt seit über 20 Jahren jeweils mehrere hundert Entscheidungsträger aus KMU und Industrie zusammen, um aktuelle Chancen und Herausforderungen für die Wirtschaft zu diskutieren. Die diesjährige Ausgabe am 30. Juni in der Spoerry-Halle in Vaduz steht unter dem Motto «Mut zeigen – Zukunft gestalten» und beleuchtet das Tagungsthema aus unterschiedlichen Blickwinkeln.



Uhrenindustrie-Legende Jean-Claude Biver spricht am Unternehmertag über Erfolg.

Nach der Begrüssungsansprache von Liechtensteins Wirtschaftsminister Hubert Büchel ordnet VP-Bank-Chef-ökonom Thomas Gitzel die aktuelle wirtschaftliche Situation ein und zeigt auf, welche Entwicklungen die Unternehmen jetzt im Blick behalten sollten. Gitzel gilt als einer der einflussreichsten Ökonomen im deutschsprachigen Raum.

Wachstum als Notwendigkeit

Wie Wachstum gezielt als strategischer Hebel genutzt werden kann, diskutiert Markus Kaiser, CEO der Kaiser AG. Er leitet den Hersteller von Fahrzeugen für die Kanalreinigung und industrielle Entsorgung sowie von Mobil-Schreibbaggern seit 2004 und hat das Unternehmen durch Akquisitionen und deren erfolgreiche Integration stark geprägt.

Ein besonderer Höhepunkt ist der Auftritt des Uhrenunternehmers Jean-Claude Biver. Die Legende der Schweizer Uhrenindustrie hat zahlreiche bekannte Uhrenmarken wie Blancpain, Omega und Hublot geprägt, bevor er 2022

gemeinsam mit seinem Sohn seine eigene Marke Biver Watches gründete. Biver zeigt auf, warum unternehmerischer Erfolg vor allem aus Entschlossenheit, Innovationskraft und Haltung entsteht.

Wertvolle Impulse für KMU

Nach der Pause richtet sich der Fokus auf den Mittelstand. Im KMU-Talk erklären Helmut Hasler, Inhaber der Hasler Treppentechnik AG, und Christine Egger-Schöb, Co-Geschäftsführerin der Schöb AG, wie Gewerbebetriebe neue Chancen in herausfordernden Zeiten nutzen. Die Hasler Treppentechnik AG in Benden ist Ende 2020 aus der Franz Hasler AG entstanden und der grösste Hersteller von Holztreppe in der Region. Die Schöb AG in Gams ist ein führender Anbieter von Holzbausystemen in der Schweiz und beschäftigt aktuell mehr als 100 Mitarbeiter.

Ergänzend dazu zeigt ein Impuls mit der Life-Klimastiftung Liechtenstein, wie Innovationen und Klimaschutz Hand in Hand gehen. Pantec Biosolutions aus Ruggell entwickelt einen autonomen Laser zur Schädlingserkennung und -behandlung in der Landwirtschaft. Die Innovation wird durch Fördermittel der Klimastiftung unterstützt.

Erfolg durch Leidenschaft

Den inspirierenden Abschluss gestaltet Patrick Fischer. Der Ex-Trainer der Schweizer Eishockey-Nationalmannschaft wird das Publikum auf seine persönliche Reise mitnehmen und aufzeigen, wie eng Sport und Unternehmertum miteinander verbunden sind. Er vermittelt wertvolle Einsichten zu Leadership, Teambuilding und mentaler Stärke, basierend auf den Höhen und Tiefen seiner eigenen Karriere als Spieler und Trainer.

Moderiert wird der Anlass von Tobias Müller. Beim anschliessenden Networking-Apéro bietet sich die Gelegenheit, Kontakte zu vertiefen und neue Impulse mitzunehmen.

Weitere Informationen und Tickets:
unternehmertag.li



Text: Stephan Ziegler
Bild: zVg

Technologietag bringt frische Ideen in die Thurgauer Wirtschaft

450 Gäste aus Wirtschaft, Wissenschaft und Forschung haben sich am 30. April am Thurgauer Technologietag in der De Martin Group in Wängi zum grossen Wissenstransfer getroffen. Zahlreiche hochkarätige Referenten gaben der Thurgauer Wirtschaft Impulse zum Thema «Erfolg durch Innovation – Ideen für einen wettbewerbsfähigen Industriestandort Thurgau».

Daniel Wessner, Präsident des Thurgauer Technologieforums, eröffnete die Veranstaltung mit den Worten: «Tradition, Innovation und Mut treffen sich heute hier in Wängi.» Er unterstrich, dass Innovation der Schlüssel sei, um langfristig erfolgreich zu sein, Arbeitsplätze zu sichern und den Wohlstand im Thurgau zu erhalten. Regierungsrat Walter Schönholzer ergänzte, dass Thurgauer Unternehmen zwar bereits innovativ seien, sich aber nicht auf ihren Lorbeeren ausruhen dürften, da ständige Weiterentwicklung unerlässlich sei.

Forschung für die Praxis

Um die Relevanz dieser Aussagen zu untermauern und aufzuzeigen, wie Innovation in der Praxis gelebt wird, präsentierten elf Redner in ihren Impulsreferaten konkrete Beispiele. Lorenz Herrmann von der Empa zeigte auf, wie in der Chipherstellung mittels Kohlenstoff-Nanostreifen neue Wege eingeschlagen werden. Auch im medizinischen Bereich forscht die Empa an kostengünstigen Herstellungsmethoden aus Aluminiumoxid-Nanokeramik zur Behandlung von Hautkrankheiten wie Neurodermitis.

Ein weiteres Innovationshighlight war die Vorstellung des Schweizer Start-ups RoBoa, eines Spin-offs der ETH Zürich. Sein pneumatischer Schlangenroboter ermöglicht unter anderem die Glasfaserverlegung ohne aufwendige Grabungen. Der Roboter nutzt ein «Growing»-Prinzip, bei dem er sich durch Innendruck ausstülpt und so reibungsfrei selbst durch engste, verwinkelte Rohrleitungen vom Schacht bis ins Haus gleitet. Das minimiert den Aufwand für Strassenaufbrüche und spart dadurch massiv Zeit und Kosten. Diese Innovation wurde mit dem Swiss Technology Award 2024 ausgezeichnet.

Fliessgewässer als Wärmelieferant

Neben inspirierenden Impulsen bot der TTT eine vielfältige Innovationsmesse, an der Hochschulen, Forschungsinstitute und Unternehmen ihre Innovationen vorstellten. Gastgeber Thomas De Martin, CEO der De Martin Group, demonstrierte die Relevanz von Innovation mit der Einreichung eines Patents für eine neue Beschichtung von Brems scheiben für Fahrräder.

Die Technologie senkt die Temperatur um 30 Prozent und ermöglicht eine deutlich präzisere Dosierung der Bremskraft ohne

Ruckeln. Besonders schwere E-Bikes und Lastenvelos profitieren davon, da die Brems scheibe dadurch länger haltbar ist.

Ein weiteres innovatives Projekt präsentierte die Cross-Ing Bodensee AG aus Kreuzlingen. In Zusammenarbeit mit der EKT-Energiestiftung werden aktuell in Bürglen erste Funktionstests zur Wärmegewinnung aus Fliessgewässern durchgeführt. Ziel ist laut CEO Markus Baffy, «Wärme zu gewinnen mit einem möglichst kleinen Impact auf die Natur». Die Firma aus Kreuzlingen hat dafür drei verschiedene Verdampfer entwickelt.

Innovationsfonds zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit

Als Massnahme zur weiteren Stärkung der Innovationskraft lanciert der Kanton Thurgau den Innovationsfonds. Das bisherige Angebot des Thurgauer Technologieforums wird künftig in eine Stiftung überführt. Ergänzend sollen Thurgauer KMU künftig bei ihren Innovationsvorhaben finanziell unterstützt werden. Die Gelder fliessen dabei an einen Hochschul- oder Forschungspartner, der in das Projekt involviert ist.

Regierungsrat Walter Schönholzer sagte: «Wir läuten ein neues Zeitalter für die Innovation im Thurgau ein, um die Innovationskraft und die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen und des Kantons nachhaltig zu steigern.»


Mit über 450 Besuchern hat sich der Thurgauer Technologietag zum grössten Wirtschafts Anlass im Kanton entwickelt. Die jährlich stattfindende Veranstaltung wird vom Thurgauer Technologieforum organisiert und richtet sich an Unternehmer, Führungskräfte aus der Industrie, Vertreter von Hochschulen und Forschungsinstituten sowie an innovationsinteressierte Fachkräfte. Ideen und die Vernetzung von Akteuren, die den Industriestandort Thurgau aktiv mitgestalten, stehen im Zentrum.

Daniel Wessner, Präsident
des Thurgauer Technologieforums.



Text: Stephan Ziegler
Bild: Rebekka Grossglauser



Zur Bildergalerie: 



Klimaevent

Beim 8. Klimaevent der «Die Klimamacher AG» am 23. April stand die Frage, wie viel Veränderung unsere Welt aushält und wie Wirtschaft und Gesellschaft damit umgehen, im Mittelpunkt. Diskutiert wurden die Folgen des Klimawandels sowie konkrete Handlungsmöglichkeiten, die sich daraus ergeben. Fotografiert für den LEADER im Kulturzentrum Presswerk in Arbon hat Rebekka Grossglauser.



Zur Bildergalerie



Energiekongress

Am 13. Energiekongress beleuchtete die Energieagentur St.Gallen am 13. Mai gemeinsam mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Fachwelt das Thema «Die Kraft der Begeisterung». Im Zentrum stand die Frage, wie die Transformation des Energiesystems technisch, politisch und gesellschaftlich gelingen kann. Fotografiert in den Olma-Hallen für den LEADER hat Rebekka Grossglauser.



Zur Bildergalerie



Swissness

Swissness klingt nach juristischer Spezialfrage. Tatsächlich geht es um etwas Einfaches: Darf ein Produkt mit dem Schweizer Kreuz werben, wenn es gar nicht in der Schweiz hergestellt wird? Darüber streitet aktuell die Schuhbranche.

Auslöser ist On. Der Sportschuhhersteller ist eine Schweizer Erfolgsgeschichte (mit Ostschweizer Starhilfe: Mitgründer Olivier Bernhard wurde in St.Gallen geboren und wuchs in Heiden auf), stark in Entwicklung, Design und Vermarktung, produziert aber weitgehend billig in Asien.

Das Institut für Geistiges Eigentum hat die Swissness-Regeln nun überraschend so angepasst, dass das Schweizer Kreuz auch dann in einem Markenauftritt erscheinen darf, wenn die klassischen Kriterien (60 Prozent der Herstellungskosten fallen in der Schweiz an) nicht erfüllt sind: eine «Lex On» sozusagen; die Zürcher werben mit «Swiss Engineering» und dem Schweizer Kreuz.

Dagegen wehren sich Hersteller, die tatsächlich (auch) in der Schweiz produzieren. Dazu gehören etwa Künzli Swissschuh in Windisch oder Kybun Joya in Roggwil. Wer hier produziert, zahlt Schweizer Löhne, trägt Schweizer Kosten, bildet Fachkräfte aus und hält Wissen im Land. Wenn auch Produkte mit ausländischer Fertigung mit dem Schweizer Kreuz auftreten dürfen, verliert dieses Zeichen an Wert.

«Akzeptiere nichts, was nur beinahe richtig oder beinahe gut genug ist.»

Sir Henry Royce (1863–1933), britischer Ingenieur und Automobilbaupionier.

Wenn ein Schuh in Asien produziert wird, aber ein Schweizer Kreuz trägt, was bedeutet dieses dann noch? Unser Kreuz ist kein Dekor. Es steht für Herkunft, Qualität, Verlässlichkeit und Schweizer Arbeit. Wird es zu grosszügig verwendet, wird aus einem Herkunftsversprechen ein Marketingelement.

Moderne Wertschöpfung ist komplex. Auch Schweizer Ideen, Forschung und Unternehmensführung schaffen Wert. On darf stolz auf seine Wurzeln sein. Aber Schweizer Wurzeln und das Schweizer Kreuz auf einem Produkt sind nicht dasselbe.

Wer im Ausland produziert, soll mit Marke und Qualität überzeugen, aber nicht mit einem Symbol, das mehr Schweizer Substanz vermuten lässt. Wird das Herkunftszeichen verwässert, werden jene benachteiligt, die dem Produktionsstandort Schweiz treu bleiben.

Stephan Ziegler,
LEADER-Chefredaktor



LEADER

04/2026

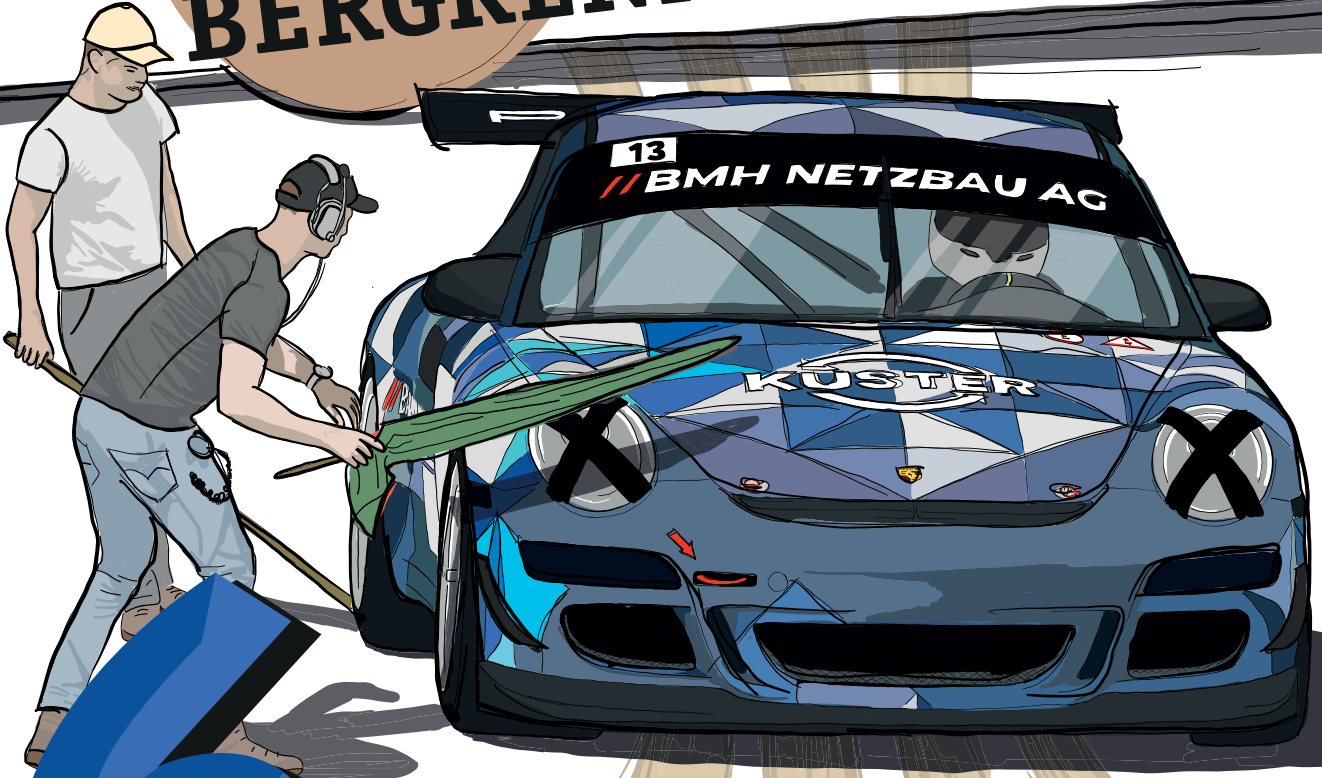
Magazin LEADER
MetroComm AG
Bahnhofstrasse 8
CH-9000 St.Gallen
Tel. 071 272 80 50
Fax 071 272 80 51
leader@metrocomm.ch
www.leaderdigital.ch

- Verleger:** Natal Schnetzer
- Chefredaktor:** Stephan Ziegler, Dr. phil. I
sziegler@metrocomm.ch
- Autoren:** Philipp Landmark, Beni Würth, Patrick Stämpfli,
Michael Götte, Pascal Tschamper, Martin Lüscher,
Sven Bradke, Michael Kummer, Natal Schnetzer,
Stephan Ziegler
- Fotografie:** Marlies Beeler-Thurnheer, Rebekka
Grossglauser, Gian Kaufmann, IStock,
Pixabay, 123RF, Midjourney, zVg
- Gestaltung:** Michelle Hadur
mhadur@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
- Marketingervice,
Aboverwaltung:** Fabienne Schnetzer
info@metrocomm.ch
- Abopreis:** CHF 61.50 für 18 Ausgaben
- Erscheinung:** Der LEADER erscheint 9x 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



BERGRENNEN HEMBERG



6 & 7 JUNI 2026

Toggenburg Medien

LEADER
DAS OSTSCHWEIZER
UNTERNEHMERMAGAZIN

HISTORIKA
Werbetechnik

RADIO
top

smüller
holzbau architektur

Clientis
Bank Thur



PRIME
IMMOBILIEN

HEMBERG
eifach schön...

auto
sport
SCHWEIZ, BASEL, SVIZZERA

PORSCHE
Porsche Zentrum St.Gallen
Porsche Service Zentrum Bronschhofen

ENERGIE
HALTER

Schützengarten

roth
kühltransporte gmbh



REACH FOR THE CROWN



DIE SKY-DWELLER



HUBER



ROLEX