

# LEADER

DAS OSTSCHWEIZER UNTERNEHMERMAGAZIN

leaderdigital.ch

März 2/2020

Preis CHF 8.50

19. Jahrgang



Standortförderer  
Daniel Müller:

«Nachhaltige Entwicklung  
des Wirtschaftsraums  
Ostschweiz»



**Mission:  
Sauber.**

pronto-ag.ch

**pronto**

Wir verstehen mehr  
als Reinigung.

Coronavirus:

**Kurzarbeit als sinnvollste Sofortmassnahme**

Bankenplatz Ostschweiz:

**Klassische Banken haben noch nicht ausgedient**

Meetings, Incentives, Conventions & Events:

**Den Experience-Faktor nicht unterschätzen**

**Weiterbildung schafft Möglichkeiten!**

**bzb.**

bzbuchs.ch



# Eine für Alle

Immer mehr surfen mit mobilen Geräten.  
Ist auch Ihre Webseite mobilfähig?



Jetzt anrufen!  
**071 622 67 41**



# Grünes Plätschern

Mit Sitzverlusten von SVP (-5) und FDP (-4) und gleichzeitigen Sitzgewinnen von Grünen (+4) und GLP (+4) rutscht der St.Galler Kantonsrat nach links. Dass die SP dabei auch zwei Sitze verloren und CVP und EVP dafür einen bzw. zwei gewonnen haben, tröstet da nur wenig. Immerhin: CVP, FDP und SVP verfügen zusammen immer noch über eine Mehrheit von 84 von 120 Sitzen.

Die «Grüne Welle» ist damit auch über den Kanton St.Gallen geschwappt, wenn auch glücklicherweise nur mit wenig Wucht. Unter dem Strich dürfte sich die wirtschaftsfeindliche Politik der Links-Grünen also nicht allzu akzentuiert äussern – auch wenn jeder Sitzverlust «pro Wirtschaft» schmerzt.

Denkwürdig an den Kantonsratswahlen 2020 ist, dass nicht nur prominente neue Köpfe (Remo Daguati, Christine Bolt ...) den Sprung ins Parlament nicht geschafft haben, sondern dass auch gestandene Politiker jeder Couleur ihre Wiederwahl verpasst haben. Da gab es links politisierende Exponenten (Etrit Hasler, Karl Bürki und – am Erstanlichsten – SP-Präsident Max Lemmenmeier) ebenso wie Bürgerliche (Peter Haag, Erich Baumann oder Felix Bischofberger, CVP-Urgestein und CSP-Präsident).

Bei der Regierungsratswahl kommt es, wenig überraschend, zu einem zweiten Wahlgang. Während Susanne Hartmann einen Start-Ziel-Sieg einfahren durfte, müssen Michael Götte und Beat Tinner nochmals ran. Ob es ihnen doch noch gelingt, der SP einen Sitz abzuluchsen, wird vor allem in der Stadt St.Gallen entschieden: Die Stadt wählt traditionell eher links. Würde die Wahl auf dem Land entschieden, könnten Götte und Tinner wohl durchmarschieren.

Apropos Stadt: Am 27. September bestellt die Gallasstadt Parlament und Regierung neu. Stadtpräsident Thomas Scheitlin, der letzte Bürgerliche im Stadtrat, hat sich noch nicht entschieden, ob er nochmals antreten will. Wahrscheinlich bleibt ihm nichts anderes übrig, will die FDP ihren Sitz in der Stadtregierung nicht verlieren. Zu gut war sein Abschneiden bei den Kantonsratswahlen: Scheitlin holte mit Abstand die meisten Stimmen im Wahlkreis St.Gallen. Und das trotz des Linksdralls der Stadt-St.Galler Wählerschaft.

Natal Schnetzer  
Verleger



Anzeige

- Cloud
- Infrastruktur
- Netzwerk
- Sicherheit
- Computer
- Telekommunikation
- IT Service und Wartung
- Office 365



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

**Kommunikations- und  
IT-Lösungen für KMU**



## Unternehmensprozesse effizienter gestalten? Mit uns läuft's perfekt.

Alltägliche Aufgaben im Büro - wie Berichterstellung, Abrechnung oder Scan- und Erfassungsaufgaben - stellen für viele Unternehmen eine grosse Herausforderung dar. Dabei könnten Ineffizienz und menschliche Fehlleistungen mithilfe digitaler Lösungen in den allermeisten Fällen erfolgreich vermieden werden.

Mit flexiblen Dokument-Management-Programmen unterstützt Sie COFOX dabei, Ihre Geschäftsprozesse effizienter zu gestalten, sodass die Sicherheit erhöht und die Kosten in Ihrem Unternehmen gesenkt werden.

Abgestimmt auf Ihre Bedürfnisse, entwickeln wir für Sie individuelle Dokument-Management-Lösungen nach Mass. Damit Aufgaben wie Druck- und Flottenmanagement, Dokumentenerfassung oder die Verwaltung von Geschäftsprozessen schnell und effizient erledigt sind. Mit uns läuft's perfekt.

**Wir freuen uns auf Ihren Anruf: 071 274 00 80**





## «On»-Schuhe haben Ostschweizer Wurzeln



Der Hype um die Schuhmarke On, die zurzeit Welterfolge feiert, ist noch grösser als jene um das Gasthaus Aescher – obwohl beide aus dem Alpstein kommen. Denn Gründer Oliver Bernhard ist aus Heiden. Früher zählte Bernhard (\*1968) zu den weltbesten Tri- und Duathleten. Er war etwa Duathlon-Langdistanz-Weltmeister 1994, 1996, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002 und 2004 sowie mehrfacher Ironman-Sieger (1998, 2002, 2003). «Damals sahen alle Laufschuhe etwa gleich aus», erinnert sich Bernhard im Gespräch mit SRF. Das passte ihm nicht und so fing er selber an, sich Gedanken über neue Schuhe zu machen. Der Rest ist Geschichte.

# Inhalt

- 10 Spotlight**  
Wichtiges in Kürze
- 14 Digital**  
News aus der Ostschweizer  
Digital- und Startup-Szene
- 18 Wirtschaftsraum Ostschweiz**  
Standortförderung ist mehr,  
als Betriebe anzusiedeln
- 32 Coronavirus**  
Kurzarbeit als sinnvollste  
Sofortmassnahme
- 37 Toni Lee, Sitag**  
Langweilig wird es ihm nicht
- 40 Die Klimamacher AG**  
Reichardt übernimmt das Ruder
- 42 Roger Koch, Koch & Gsell AG**  
Rettung im letzten Moment?
- 46 Smart Government**  
Besser, schneller, intelligenter
- 50 Regierungsratswahlen**  
Für die FDP wird es eng
- 54 Fokus Banking**  
Klassische Banken haben noch  
nicht ausgedient
- 72 Fokus MICE**  
Den Experience-Faktor nicht  
unterschätzen
- 99 Vorschau**  
east#digital conference 2020
- 100 Rückblick**  
11. Unternehmensspiegel Ostschweiz
- 102 Rückblick**  
Regierungsratswahlfeier im Pfalz Keller
- 104 Rückblick**  
ICT-Konferenz 2020
- 106 Schlusspunkt**  
Blamabel

28



69



37



40



54



75



62

Anzeige

**chrisign**  
webmanagement



# Eine für Alle

Immer mehr Surfen mit mobilen Geräten.  
Ist auch Ihre Webseite Mobilfähig?



Jetzt anrufen!  
071 622 67 41



chrisign gmbh Schmidstrasse 9 8570 Weinfelden info@chrisign.ch www.chrisign.ch



## 65 Millionen für die digitale Zukunft



**127 Millionen Erlös hat die TKB mit ihren Partizipationsscheinen erzielt; Millionen, die der Kanton jetzt sinnvoll investieren «muss». An Begehrlichkeiten, was mit dem Geldsegen gemacht werden könnte, mangelt es nicht – eine interessante Idee kommt von**

**der FDP Thurgau: Sie will die Standortattraktivität u. a. mit einem Digital-Campus, verbessern.**

«In der Regel hat man eine Vision, aber das Geld fehlt», bringt Kantonrat Daniel Eugster das Thurgauer Dilemma auf den Punkt. Mit dem seit 2014 parkierten Reservekapital von 127 Millionen Franken aus dem Verkauf der TKB-Partizipationsscheine sei es genau umgekehrt: Man hat viel Geld, aber die Visionen fehlen.

Bis jetzt: Denn die Thurgauer Freisinnigen wollen mit dem Geld Lehr- und Lernangebote für digitales Wissen und digitale Transformation im Kanton entwickeln und vermitteln lassen. Damit könnte dem Fachkräftemangel und dem Braindrain entgegengewirkt werden. Daneben sollen die Wiedereinführung eines Progymnasiums und ein Berufsbildungscampus, der mehrere Berufsarten vereint, die Wirtschaft mit guten Rahmenbedingungen unterstützen. So könnten der Thurgau für die Wirtschaft noch attraktiver und junge Menschen in der Ostschweiz noch fitter für die Zukunft gemacht werden.

35 Millionen Franken will die FDP in den Digital-Campus investieren, 30 Millionen für den Berufsbildungscampus Ostschweiz ausgeben und last, but not least 50'000 Franken zur Anschubfinanzierung eines Untergymnasiums verwenden. Die Vorschläge kosten zusammen 65'050'000 Franken. Das ist rund die Hälfte des TKB-Erlöses – und gut investiertes Geld in die digitale Zukunft des Kantons. Schade, steht für den Kanton St.Gallen kein ähnlicher Geldsegen in Aussicht ...

Patrick Stämpfli  
Redaktor east#digital und LEADER

## Rundschau gibt Red Bull auf die Rübe

**Der reichste Österreicher soll gegen 20 Milliarden schwer sein. Sein Name? Dietrich «Didi» Mateschitz. Sein «Red Bull» ist eine der weltweit wertvollsten Marken. Das weckt Neid.**

Hätte vor 30 Jahren jemand gedacht, dass eine kleine Dose, deren Inhalt nach Gummibärchen schmeckt, nicht nur das Konsumverhalten der Menschen, sondern sogar die Getränkewelt auf den Kopf stellen würde?

Der Verkauf in alle Welt macht mehr aus als die Exporte von allem Käse aus der ganzen Schweiz zusammen. Heute kommt jede zweite Red-Bull-Dose aus einem High-Tech-Betrieb in Widnau.

Um das Getränk herzustellen, braucht es Zucker. Viele Zuckerrüben werden auf Ostschweizer Böden angebaut. Wie für andere Landwirtschaftsprodukte gibt es dafür Subventionen. Red Bull nimmt den Produzenten mehr als ein Viertel aller Rüben ab. Die Frage, welche Produkte wie gestützt werden, muss nicht von Red Bull beantwortet werden. Ausser für die Rundschau ist das für alle klar.

Was unser Staatsfernsehen anfangs März bot, geht auf keine Kuhhaut: Getrieben von einem ultralinken Neo-Nationalrat und einer Nationalrätin, die normalerweise Vorstösse dieser Art macht: «Wie und wann stoppt der Bundesrat die Misswirtschaft und Umweltzerstörung mit staatlichen Finanzhilfen?» – gemeint sind die Strukturverbesserungshilfen für unsere Landwirtschaft.

Ob es für die Landwirte tröstlich ist, dass die Dame Unternehmer wohl noch weniger schätzt als Bauern, wage ich zu bezweifeln. Der bösartig angerichtete Giftcocktail der unheiligen Allianz führte jedenfalls zu einem faktenverzerrenden Rundumschlag gegen die Wirtschaft, wie er selbst in der «Rundschau» selten vorkommt.



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

**Schneider übernimmt bei Cilander**

Die Herisauer Cilander-Gruppe hat einen neuen Chef: Burghard Schneider hat das CEO-Amt Anfang März angetreten. Er folgt damit auf Vincenzo Montinaro, der zur St.Galler MS-Direct-Gruppe gewechselt hat. Schneider kommt von der deutschen Unternehmensgruppe Bystronic Glass, einem Dienstleister für die Glasverarbeitung in der Gebäudetechnik, Fahrzeugen und Displaytechnik.

**Merz verlässt Stadler-Verwaltungsrat**

Friedrich Merz tritt an der Generalversammlung vom 30. April nicht mehr zur Wiederwahl in den Verwaltungsrat der Stadler Rail AG an. Er wolle sich voll auf politische Mandate konzentrieren. Merz wird als Anwärter für den CDU-Parteivorsitz oder die Kanzlerkandidatur gehandelt.

**Hauri folgt auf Geiger**

Die Regio Appenzell AR-St.Gallen-Bodensee hat mit Leila Hauri eine neue Geschäftsleiterin. Sie tritt die Nachfolge von Rolf Geiger an, der auf Ende Januar 2020 gekündigt hat. Hauri ist aktuell stellvertretende Leiterin des Förderfonds Engagement Migros.

**Inauen folgt auf Schneider**

Reto Inauen, Leiter der Raiffeisenbank Frauenfeld, ist neuer Präsident des Thurgauer Verbands der Raiffeisenbanken. Inauen (rechts im Bild) ist damit Nachfolger von Urs Schneider (links), der nach 24 Jahren im Vorstand – zwölf davon als Präsident – seinen Rücktritt bekannt gegeben hatte und zum Ehrenpräsidenten ernannt wurde.

**Finazzi löst Walker ab**

Per 1. Mai kommt es bei SwissPrime Pack AG aus Altstätten zu einem Führungswechsel: Fabrizio Finazzi wird Jana Walker als CEO ablösen. Finazzi ist seit 2015 Mitglied der Geschäftsleitung. Walker kehrt in die Funktion der Verwaltungsrätin zurück. Sie wird weiterhin die strategische Ausrichtung und Weiterentwicklung der SwissPrime Pack AG vorantreiben.



## Kopf des Monats

**Die St.Galler MS-Direct-Gruppe stellt sich neu auf und setzt die Schwerpunkte auf Flexibilität, Agilität und Fokussierung. Neu in der Geschäftsleitung ist Managing Director Vincenzo Montinaro verantwortlich für die Business-Unit «Fulfillment Solutions».**



Vincenzo Montinaro

Bereits zu Jahresbeginn wurde die Business Unit Campaign & Data Solutions als Spin-off in die Qmart AG überführt und wird neu als Tochtergesellschaft der MS Direct Group AG geführt. Als weiteren konsequenten Fokussierungsschritt werden per 1. März die Bereiche Logistics Services und E-Commerce Solutions sowie das E-Commerce Sales Team in die neu geschaffene Business Unit «Fulfillment Solutions» integriert. Diese umfasst sämtliche logistischen neuen Dienstleistungen wie Fulfillment und Cross-Firmenstruktur der MS Direct Group, Border-Angebote sowie die dazugehörigen Software-Lösungen.

Die Führung der neuen Business-Unit Fulfillment Solutions übernimmt Vincenzo Montinaro als Managing Director und Mitglied der Geschäftsleitung. Montinaro ist eine erfahrene Führungskraft: Der Vater von drei Söhnen war in verschiedenen Industrieunternehmen tätig, zuletzt seit 2009 in der Textilindustrie als CEO der Herisauer Cilander-Gruppe. Zudem ist er u. a. Vorstandsmitglied der IHK St.Gallen-Appenzell und von Swiss Textiles.

Nach seinem HSG-Abschluss arbeitete Montinaro (\*1965) vier Jahre in der Unternehmensberatung, anschliessend acht Jahre bei der Arbonia-Forster-Gruppe als Mitglied der Gruppenleitung. Danach vollzog Montinaro den Branchenwechsel in die Textilindustrie: Er war zunächst sechs Jahre bei der St.Galler Filtext-Gruppe in der Geschäftsleitung engagiert, bevor er die Gesamtverantwortung bei Cilander übernahm.



## Quickmail wächst zum zehnten Mal in Folge

Die einzige private Briefdienstleisterin der Schweiz, die St.Galler Quickmail AG, ist auch in ihrem Jubiläumsjahr gewachsen: 2019 hat Quickmail 106.8 Millionen adressierte Briefsendungen in der Schweiz zugestellt. Das waren 8.0 Millionen mehr als im Vorjahr, was einem Wachstum von 8.1% entspricht. Damit konnte Quickmail zum zehnten Mal in Folge Absatz und Umsatz steigern. Der Marktanteil von Quickmail an allen adressierten Briefen (inkl. Import und adressierten Zeitungen) stieg von 3.5 auf 4.0%.

## Bühler steigert Reingewinn um über 7 Prozent

2019 hat Bühler auf Konzernebene gute Leistungen erbracht und die EBIT-Marge auf 7,6% (Vorjahr 7,1%) gesteigert. Der Umsatz blieb mit 3,3 Milliarden Franken stabil, während der Auftragseingang um 4,6% auf 3,1 Milliarden zurückging. Für das Jahr 2020 plane Bühler eine stabile und positive Geschäftsentwicklung.



## In drei Jahrzehnten von drei auf 85 Mitarbeiter

Die Widnauer Spedition TISA feiert heuer ihr 30-Jahre-Jubiläum. Was als Drei-Mann-Team begonnen hat, ist heute auf 85 Mitarbeiter angewachsen, die in der Schweiz, in Österreich und in Deutschland Logistikkdienstleistungen für ganz Europa anbieten. Die TISA erzielt einen jährlichen Umsatz von rund 35 Millionen Franken und bietet – ausgehend von der Schweiz und Österreich – Verkehrslinien innerhalb Europa und zurück an. Die «Rennstrecken» sind dabei Österreich und die Schweiz, aber auch Italien, Frankreich, Deutschland, Benelux, die Türkei sowie Sonder- und Messetransporte.

## Beautykonzern übernimmt Widnauer Start-up

Die Coiffeurkette Gidor übernimmt das Rheintaler Start-up BenevaBlack.ch, das zu den erfolgreichsten E-Commerce-Plattformen der Schweiz im Schönheitsbereich zählt. Die Gidor SA will mit der Übernahme ihre Position im Schweizer Beauty-Onlinehandel ausbauen.



## IHK Thurgau wird 150 Jahre jung

Vor 150 Jahren wurde in Weinfelden die «Handels- und Gewerbe-gesellschaft des Kantons Thurgau», die Vorgängerorganisation der Industrie- und Handelskammer Thurgau, gegründet. Im Jubiläumsjahr 2020 stehen neben Highlights auch Herausforderungen auf dem Programm: der Fachkräftemangel, der Frankenkurs, die Bilateralen Beziehungen mit der EU, die schwächelnde Konjunktur in Europa und die «wirtschaftsfeindliche Politik», die sich v. a. in den Initiativen zum neuen Thurgauer Steuergesetz, zur Zuwanderung und zur Konzernverantwortung zeige. Am 8. Mai wird Bundesrätin Karin Keller-Sutter die Jubiläums-GV der IHK Thurgau beehren, am 20. August steht der grosse Jubiläumssanlass auf der «Sonnenkönigin» auf dem Programm, und am 2. September wird an der «EcoOst Arena» das Thema Staat und Wettbewerb beleuchtet.

## Flauer Start der regionalen Wirtschaft

2019 dominierte während Monaten die Frage: Kommt die Rezession oder kommt sie nicht? Nun ist sie abgesagt. Jedenfalls sprechen die jüngsten Konjunkturindikatoren der Konjunkturumfrage KOF/ETH für das Erreichen der Talsohle. Der regionale Konjunkturindex hat sich im ersten Monat des neuen Jahres leicht verbessert – von einer breiten Erholung kann jedoch noch keine Rede sein. 2019 sind die Ausfuhren aus der Region St.Gallen-Appenzell um bescheidene 0.1% gewachsen. Vermochten die Schweizer Exporte um 3.9% zuzulegen, betrug der Zuwachs im Kanton St.Gallen 1% und die beiden Appenzell mussten je einen Rückgang von beinahe 10% in Kauf nehmen. Im Baubereich laufen die Geschäfte nach wie vor gut bis sehr gut. 2019 war für den Detailhandel insofern erfreulich, als dass erstmals seit 2014 wieder ein – wenn auch bescheidenes – Wachstum von 0.3% erreicht wurde.



## Sulzer baut in Haag aus

Der Winterthurer Industriekonzern Sulzer investiert 6,6 Millionen Franken an seinem Standort in Haag. Damit wird einerseits ein Neubau errichtet, andererseits werden die Kapazitäten in der Produktion erhöht.



## Regloplas stärkt Technologiestandort St.Gallen mit Neubau

Am 4. März stellt die Regloplas AG ihre Pläne für einen Fabrikneubau an der Martinsbruggstrasse vor. Der Hersteller von Temperiergeräten für die verarbeitende Industrie hat in den letzten Jahren eine starke Umsatzsteigerung verzeichnet und sieht sich nun veranlasst, den in den 1970er-Jahren bezogenen Produktionsstandort an der Flurhofstrasse zugunsten einer neuen Fabrik an der Martinsbruggstrasse aufzugeben. In rund 18 Monaten sollen dort die aktuell über 100 Mitarbeiter – Tendenz steigend – die ersten Temperiergeräte zusammenbauen.

## Gutes Jahr für die Thurgauer Kantonalbank

Die TKB kann erneut auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurückblicken. Ausleihungen und Kundengelder sind 2019 gewachsen; auch das Anlagegeschäft hat sich positiv entwickelt. Der Jahresgewinn von 135,1 Millionen Franken übertrifft den Vorjahreswert um 0,7%. Die Dividende für Partizipations-scheine beträgt erneut 2,80 Franken pro Titel.



## Wärtsilä zügelt nach Frauenfeld

Der finnische Schiffsmotorenbauer Wärtsilä will mit seinem Forschungs- und Entwicklungsstandort von Winterthur nach Frauenfeld ziehen. Damit verbunden sind rund 130 Arbeitsplätze. Im Bau von Dieselmotoren für Hochseeschiffe sei Wärtsilä auf dem Weltmarkt die Nummer zwei hinter dem Branchenprimus MAN Diesel & Turbo (Deutschland), berichtet fm1today.ch. 1997 übernahmen die Finnen die Kontrolle über die Dieselsparte des Winterthurer Sulzer-Konzerns. Nun stehe Wärtsilä in Winterthur vor dem Abzug. Demnach will das finnische Unternehmen seinen Standort an der Zürcherstrasse in Winterthur aufgeben und per 1. Juli an die Schlossmühlestrasse in Frauenfeld ziehen.

## «Wachstum und Innovation» in Vaduz

Die 15. Ausgabe des Unternehmertags findet am Dienstag, 5. Mai 2020, in der Spoerry-Halle in Vaduz statt und widmet sich dem hochaktuellen Thema «Wachstum und Innovation». Der Unternehmertag vernetzt jeweils rund 500 Entscheidungsträger, Unternehmer und Wirtschaftsinteressierte aus dem Vierländereck und bietet interessante Referate und Talks, informative Workshops sowie attraktive Networking-Möglichkeiten. [unternehmertag.li](http://unternehmertag.li)

**Publizieren Sie Ihre Veranstaltung gratis auf [leaderdigital.ch](http://leaderdigital.ch)**

**LEADER** | digital

Sie können Ihre Veranstaltung selbst auf [leaderdigital.ch/agenda](http://leaderdigital.ch/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.



## **Segeltörn für Führungskräfte in Sardinien**

Das Managementtraining findet vom 31. Mai bis 5. Juni auf einer exklusiven Segeljacht vor Sardinien statt. Kosten: CHF 7'500, fünf Prozent Spezialrabatt für LEADER-Abonnenten bei einer Buchung auf [www.sailingpassion.ch](http://www.sailingpassion.ch) mit dem Code LEADER.



## **Wirtschaftsverbände wollen baldigen Autobahnzubringer Appenzellerland**

Die Industrieorganisationen der beiden Kantone AR und AI sowie die IHK St.Gallen-Appenzell begrüssen die Studie zu den volkswirtschaftlichen und regionalwirtschaftlichen Auswirkungen des Autobahnzubringers Appenzellerland. Die Wirtschaftsverbände fordern, dass dieses Thema künftig auf den politischen Agenden der Kantone Appenzell Ausserrhoden, Appenzell Innerrhoden und St.Gallen ganz oben platziert wird.

## **Arbonia steigert Umsatz um mehr als drei Prozent**

Die Arbonia erhöhte ihren Konzernumsatz gegenüber Vorjahr (CHF 1374.0 Mio.) um 3.1% auf CHF 1416.0 Mio. Das um Akquisitionen und Währungseinflüsse bereinigte organische Wachstum betrug 2.0%, wobei grösstenteils positive Preiseffekte in allen Divisionen dazu beitrugen.

## **Stadler verkauft so viele Züge wie noch nie**

Der Auftragseingang für das Jahr 2019 beläuft sich auf 5,1 Milliarden Schweizer Franken und liegt über 700 Millionen Franken über dem Vorjahr. Der Auftragsbestand wächst damit auf rekordhohe 15 Milliarden. 444 ausgelieferte Fahrzeuge bedeuten ein Plus von 80 Prozent, knapp 11'000 Mitarbeiter eines um 23 Prozent und 3,3 Milliarden Franken Umsatz ein Plus um 60 Prozent.



## **Leichter Umsatzrückgang für Model**

2019 war für die Weinfelder Model-Gruppe ein Jahr stabiler Absatzzahlen und herausfordernder Märkte. Die Produzentin von Verpackungen aus Karton sowie anderen Papierprodukten erzielte einen Gruppenumsatz von 942 Millionen Franken (-5%). Dieser leichte Rückgang erklärt sich durch die höhere Eigennutzung der von der Model-Gruppe produzierten Wellkartonpapiere und den starken Franken. Die Folge war ein insgesamt leicht negatives organisches Wachstum von -2%. Die Höhe der getätigten Investitionen belief sich auf insgesamt 48 Millionen Franken. Trotz der, im Vergleich zum Vorjahr, leicht rückgängigen Zahlen fluktuierte die Mitarbeiterzahl mit 4287 Personen in einem normalen Rahmen (-0.8%).

## **Landquart Fashion Outlet im Aufwind**

Mit einem Markenumsatzplus von zehn Prozent im Geschäftsjahr 2019 befindet sich das Landquart Fashion Outlet auf Erfolgskurs. Gleichzeitig verzeichnet das Center mittlerweile eine 98-prozentige Auslastung der Ladenmietflächen.

## **Empa entwickelt Kleber für Herzgewebe**

Die Eidg. Materialprüfungs- und Forschungsanstalt aus St.Gallen hat einen Gewebekleber entwickelt, der defektes Herzmuskelgewebe zusammenfügen kann. Dabei hat sie sich von Muschelseide inspirieren lassen. Forschende des in St.Gallen ansässigen «Biomimetic Membranes and Textiles»-Labors der Empa haben daher einen Gewebekleber gesucht, welcher einerseits am schlagenden Herzen haftet und andererseits hochelastisch bleibt. Dabei sind sie in der Natur fündig geworden. So produzieren Muscheln Haltefäden, die auch unter Wasser standhaft und dennoch hochelastisch bleiben. Die Empa-Forscher haben nun Gelatine als Ausgangsprodukt für ihren Kleber genutzt, da deren Struktur einigen Eigenschaften des menschlichen Gewebes ähnelt.

## **Charta legt Grundstein für Metropolitanraum Bodensee**

Vertreter der Ostschweiz und der Bodenseeanrainer haben Mitte Februar in Bregenz die Charta zum Metropolitanraum Bodensee unterzeichnet. Mit ihr sollen das Profil des Metropolitanraums besser wahrgenommen und seine Position gestärkt werden. Dazu gehören die wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit, der Ausbau der Wissens- und Bildungsinfrastruktur sowie die Erweiterung von Kultur- und Freizeitangeboten. Der Bund führt 2022 eine Standortbestimmung für das Raumkonzept Schweiz durch. Dabei sollen auch die Abgrenzungen und Typisierungen der Metropolitanräume überprüft werden. Der Kanton St.Gallen hat zum Ziel, dass der Metropolitanraum Bodensee als sechster Schweizer Metropolitanraum anerkannt wird.



## **Staedler übernimmt Marinox**

Die Henauer Staedler Automation AG integriert per 1. März die Marinox AG aus Oberaach TG. Das ermöglichte bedeutende Investitionen in neue Technologien; alle Mitarbeiter sollen übernommen werden. Der Automatisierungsspezialist Staedler beliefert die im Anlagenbau für die Lebensmittelindustrie tätige Marinox mit Steuerungs- und Automationslösungen.



## **Weniger Umsatz und Gewinn bei Migros Ostschweiz**

Die Migros Ostschweiz blickt auf ein anspruchsvolles Geschäftsjahr 2019 zurück. Die erzielten Umsätze lagen bei einem geringfügig tieferen Preisniveau mit 2,39 Milliarden Franken um 0,8 Prozent unter den Vorjahreswerten. Der Gewinn beträgt 29,4 Millionen Franken (minus 28,3 Prozent).

## **DGS weht grösste Giesszelle der Schweiz ein**

Der Autoteilehersteller DGS hat an seinem Standort in St.Gallen Winkeln in eine neue Produktionshalle investiert. Dort werden grosse Bauteile für künftige Elektrofahrzeuge produziert. So wird in St.Gallen an der Zukunft der Automobilindustrie mitgebaut.

## **Bauwerk Boen gibt sich neue Konzernorganisation**

Nach dem Zusammengehen der beiden Unternehmen Bauwerk Parkett und Boen 2013 wurde der Schwerpunkt auf die Integration und die Kosteneffizienz in Produktion und Logistik gelegt. Marketing und Vertrieb blieben für beide Marken separat bestehen. Per 1. Januar wurden nun auch die Vertriebs- und Marketingaktivitäten beider Marken auf Konzernebene zusammengeführt.



## **Swisswindows ist in Konkurs**

Vom Konkurs betroffen sind rund 170 Mitarbeiter. Offenbar hat eine Cyberattacke 2019 dazu beigetragen, die Mörschwilener Fensterbauerin in die Knie zu zwingen. Die Folge war ein Produktionsausfall von über einem Monat, begleitet von massiven Folgekosten. Der Vorfall sei ausreichend gewesen, um das Unternehmen in «arge Bedrängnis zu bringen».

## **Acrevis steigert Reingewinn erneut**

Die Acrevis Bank AG mit Sitz in St.Gallen war auch 2019 finanziell erfolgreich. Der Erfolg aus operativer Tätigkeit konnte um 1,3% auf CHF 24.6 Mio. und der Reingewinn um 1,4% auf CHF 19.6 Mio. gesteigert werden. Dieses Ergebnis konnte primär dank einem um 2,4% auf CHF 69.5 Mio. gesteigerten Bruttoertrag erzielt werden.



## WER GEWINNT DEN STARTFELD-DIAMANTEN 2020?

Vivatum PD, TalentWerk, matriq, actesy und Stromal Therapeutics heissen die Ostschweizer Jungunternehmen, die sich für die Startfeld-Diamant-Endrunde am 3. Juni qualifiziert haben; Gossik aus Wittenbach gewinnt den Publikumspreis.

**Der Jungunternehmerpreis wird von der St.Galler Kantonalbank in Zusammenarbeit mit Startfeld jährlich verliehen.** [www.sgkb.ch/startfelddiamant](http://www.sgkb.ch/startfelddiamant)

## PUPIL ERHÄLT NEUES GELD

Das Wiler ICT-Unternehmen Pupil AG, das eine modulare All-in-One-Software für Schweizer Volksschulen entwickelt, hat im Februar 2020 die A-Runde der Kapitalerhöhung mit institutionellen und privaten Investoren erfolgreich abgeschlossen. **Die Finanzierung werde hauptsächlich verwendet, um die für das angestrebte Wachstum nötigen organisatorischen Rahmenbedingungen in Beratung, Support und Entwicklung nachhaltig sicherzustellen,** sagt Arber Wagner, Gründer und Geschäftsführer der Pupil AG.

## HOSTPOINT LEGT DEUTLICH ZU

Hostpoint, der nach Unternehmensangaben «grösste Schweizer Webhosting-Anbieter und Domain-Registrar», hat die Zahl der verwalteten Domains im vergangenen Jahr um 17,6 Prozent auf 657'000 erhöht. **Zudem hostet das Unternehmen aus Rapperswil-Jona inzwischen 270'000 Internetseiten,** was im Vergleich zu 2018 einem Anstieg um knapp 7 Prozent entspricht.

## NEUES ONLINE-MEDIUM FÜR ST.GALLEN

Mit stgallen24.ch lanciert der Verlag MetroComm AG ein neues Onlinemagazin für die Stadt St.Gallen und die umliegenden Gemeinden. Das kostenlose Onlineportal [www.stgallen24.ch](http://www.stgallen24.ch) berichtet täglich über aktuelle Themen aus der Stadt St.Gallen und des «Grünen Rings». Dazu gehören die Gemeinden Muolen, Häggenschwil, Wittenbach, Mörschwil, Eggersriet, Gaiserwald und Teufen. **Die News kommen aus den Bereichen Gesellschaft, Wirtschaft, Politik, Sport und Verwaltung.** Geleitet wird die Redaktion von stgallen24.ch von Miryam Koc, die zuvor beim Anzeiger Luzern und 20 Minuten als Redaktorin tätig war.

## ICT SCOUTS KOMMEN NACH ST.GALLEN

Nach Basel, Bern und Zürich erhält nun auch St.Gallen einen ICT Campus, der durch die Vereine ICT Scouts/Campus, Smartfeld und «IT rockt!» realisiert wird.

**Vorgesehener Start ist im November 2020.** ICT Scouts & Campus ist eine neuartige, systematische Talentsuche an den Volksschulen (ICT Scouts) mit anschliessender kontinuierlicher Förderung (ICT Campus) und aktiver Vernetzung dieser Talente mit den späteren Ausbildungsbetrieben und -institutionen.

## HSG NUTZT RECHENZENTRUM OSTSCHWEIZ

Die Universität St.Gallen hat sich mit zwei Hochleistungscomputern in das Rechenzentrum Ostschweiz in Gais eingemietet. Hintergrund sind neue Lehrstühle im Bereich der Künstlichen Intelligenz und der Datenwissenschaften. **Die HSG benötigt für die zwei neuen Lehrstühle eine entsprechende Hochleistungsinfrastruktur.** Die Energieeffizienz des RZO, in welchem sämtlicher Strom aus Photovoltaik und Wasser stammt, war einer der ausschlaggebenden Gründe, das RZO zu wählen.

## Alle Digitalnews der Ostschweiz auf [eastdigital.ch](http://eastdigital.ch)

Der Hub «east#digital» der LEADER-Herausgeberin MetroComm AG begleitet den digitalen Wandel der Ostschweiz mit einem mehrmals jährlich erscheinenden Magazin, mit [eastdigital.ch](http://eastdigital.ch) und der east#digital conference im Frühjahr 2020. Newsletter: [www.eastdigital.ch](http://www.eastdigital.ch)

[www.facebook.com/eastdigital.ch](http://www.facebook.com/eastdigital.ch)

**east**#digital

## HUTTER KOMMT AN «EAST#DIGITAL CONFERENCE»

«Mister Facebook» Thomas Hutter ist einer der renommiertesten Facebook-Marketing-Experten im deutschsprachigen Raum. In seinem Workshop an der «east#digital conference» am 3. Juni 2020 im Startfeld in St.Gallen geht es allerdings nicht um Facebook, sondern um «TikTok»: **Die Video-App aus China ist weltweit die am schnellsten wachsende Social-Media-Plattform.** Hutter stellt an der «east#digital conference» in einem Workshop ihre Eigenheiten sowie ihre Einsatz- und Werbemöglichkeiten vor.

## NANO-EXPERIMENTIER- KOFFER GEGEN FACHKRÄFTE- MANGEL

«SimplyNano 2»-Experimentierkoffer zur Nanotechnologie stehen ab Herbst 2020 allen St.Galler Oberstufenschulen zur Verfügung. **Sie sind ein Teilprojekt der IT-Bildungsoffensive.** Damit sollen Schüler für Naturwissenschaft und Technik begeistert und ein Beitrag zur Nachwuchsförderung in MINT-Berufen geleistet werden.

## PRIME COMPUTER MIT NEUEM LOOK

In den letzten Wochen hat sich die Prime Computer AG aus St.Gallen strategisch neu positioniert und ihr Profil geschärft: **Das Corporate Design wurde ganzheitlich angepasst.** Dazu gehören eine neue Webseite, ein neues Logo, eine neue Farbwelt, neue Schriften und Formen sowie einiges mehr. Neue Unternehmens- und Produktfilme sollen in regelmässigen Abständen veröffentlicht werden.

## ABRAXAS UND INNOSOLV SPANNEN ZUSAMMEN

Die beiden St.Galler IT-Unternehmen Abraxas und Innosolv haben eine strategische Partnerschaft vereinbart. **Die Zusammenarbeit bezieht sich auf Software-Produkte für Städte und Gemeinden.** «Wir entwickeln mit diesem Schritt unser Lösungsangebot zum Nutzen unserer Kunden weiter», so Reto Gutmann, CEO von Abraxas.

## BEXIO WÄCHST WEITER

Mit über 30'000 Kleinunternehmen, die auf die Business-Software Bexio aus Rapperswil vertrauen, wächst die Bexio-Community weiterhin stark. **Mit Fokus auf der Zusammenarbeit für Treuhand-Partner und der Erweiterung der Bexio-Plattform über Integrationen soll die Erfolgsstory weiterschrieben werden.**

# Künstlerische Vielfalt

**Andrea Isler (\*1983) ist mit ihrem Atelier «AndreArt» in St.Gallen in den Bereichen Fotografie, Farbdesign, Wohnstyling und Dekorationskonzepte für Events und Feste tätig. Die Bandbreite widerspiegelt ihre Ausbildung: Die gelernte Detailhandlangestellte hat sich als Textil- und Farbdesignerin sowie Fotografin weitergebildet. Und eine Modeschule absolviert.**



**Andrea Isler, was reizt Sie an Ihrer unternehmerischen Tätigkeit?**

In meinem Arbeitsbereich darf ich äusserst vielseitig tätig sein. Indem ich mit Farben, Materialien und Formen experimentiere, kann ich meine eigenen Ideen entwickeln. Sehr entgegen kommt mir dabei die Freiheit, meine Zeit selbstständig einzuteilen. Meine Interessen an Mode, Reisen und Zeiterscheinungen helfen mir, Trends zu erspüren und individuelle, ausgefallene Konzepte zu entwickeln. Ich komme auch in Kontakt mit den verschiedensten Menschen. Es bereitet mir grosse Freude, mich in sie und ihre Anliegen hinein zu versetzen.

**Auf welchen Meilenstein in Ihrer beruflichen Laufbahn sind Sie besonders stolz?**

Schon als 15-Jährige erhielt ich die Gelegenheit, zusammen mit meiner Mutter ein Atelier in der Nähe unserer Wohnung in Stein AR zu nutzen. Mit 18 wagte ich es erstmals, dort einen eigenen Raum mit Ausstellungsmöglichkeit zu mieten. Mein bisher grösster Schritt in die Selbstständigkeit war 2013 die Eröffnung eines Ateliers mit Ladenlokal in einer ehemaligen Metzgerei in St.Gallen – zusammen mit einer Architektin. Leider musste diese Architekturfirma aus familiären Gründen später aufgelöst werden. Heute arbeite und lebe ich in einer Dachwohnung im St.Galler Kreuzbleichequartier.

**Welchen Vorteil bietet für Sie das Netzwerk «Leaderinnen Ostschweiz»?**

An den monatlichen Anlässen schätze ich besonders die interessanten Referate aus den verschiedenen Arbeitsbereichen der Teilnehmerinnen und die horizontweiternden Vorträge von Fachpersonen. Der Austausch mit Gleichgesinnten und damit verbunden das Knüpfen und Pflegen von regionalen Kontakten bedeuten mir auch sehr viel.

Typischer Gewerbebetrieb:  
Langbandschleifen in  
einer Schreinerei



# MoVE:

## Heute schon die Anforderungen des neuen ENG im Thurgau erfüllen

Der Grosse Rat des Kantons Thurgau hat am 18. Dezember 2019 die Änderungen im «Gesetz über die Energienutzung» (ENG) mit 117 zu 0 Stimmen verabschiedet. Somit tritt das neue ENG am 1. Juli 2020 in Kraft. Mit der Gesetzesrevision soll die sparsame Verwendung von Energie, die vermehrte Nutzung einheimischer erneuerbarer Energie und insbesondere auch die Steigerung der Energie-Effizienz in KMU weiter vorangetrieben werden.

### Andreas Koch, was heisst das nun für KMU?

Es geht dabei um Optimierungsmassnahmen bei Unternehmen laut § 14, Absatz 1 im ENG-Wortlaut: «Unternehmen mit einem ... jährlichen Elektrizitätsverbrauch von mehr als 200 Megawattstunden sind verpflichtet, ihren Energieverbrauch im Rahmen des wirtschaftlich Zumutbaren zu optimieren.» Um diese Frage detailliert zu beantworten, organisiert das KEEST eigens dafür das 1. KEEST EARLY BIRD auf dem Lilienberg, und zwar am 24. Juni 2020. Also, nicht verpassen!

### Was bedeutet eigentlich MoVE?

MoVE heisst «Mehrwert ohne Verschwendung von Energie» und steht für unsere Dienstleistungen im KEEST, die spezifisch auf das Gewerbe und kleinere Industriebetriebe zugeschnitten sind. Im Fokus steht die Steigerung der Energie-Effizienz und damit die Vermeidung von unnötigen Energiekosten, die sich heute im harten globalen Wettbewerbsumfeld kein Unternehmer mehr leisten kann.

### Wie kam es dazu und wen betrifft es?

MoVE haben wir bereits 2016 ins Leben gerufen in Voraussicht auf das nun revidierte ENG im Thurgau und der damit umgesetzten Anforderung aus der «MuKE 2014». Bei den «Muster-Vorschriften der Kantone im Energiebereich» (MuKE) handelt es sich um das von den Kantonen gemeinsam erarbeitete Gesamtpaket energierechtlicher Mustervorschriften. Im Rahmen dessen bzw. durch das revidierte ENG sind Firmen mit einem jährlichen Stromverbrauch von mehr als 200 Megawattstunden verpflichtet, eine Betriebsoptimierung durchzuführen und so die Energie-Effizienz im Unternehmen zu steigern.

### Ist das nicht eine unnötige Bevormundung?

Ganz und gar nicht: Unsere Erfahrung der letzten Jahre zeigt eindeutig, dass das Einsparpotenzial in KMU, welches mit wirtschaftlichen Massnahmen realisiert werden kann, in der Regel über 15 Prozent liegt. Diese, Jahr für Jahr, nicht mehr unnötig verschwendeten Energiekosten können dementsprechend besser in neue Maschinen und Arbeitsplätze investiert werden. Es lohnt sich also in jedem Fall, eine Betriebsoptimierung durchzuführen, und MoVE ist das geeignete Mittel dazu. KMU, die mit uns MoVE bereits in den letzten Jahren durchgeführt haben, sind diesbezüglich vom revidierten ENG nicht mehr betroffen.

### Welche Vorteile beinhaltet MoVE?

Im Vordergrund steht der Vorteil, dass alles aus einer Hand kommt, denn das macht die ganze Sache für unsere Kunden einfach. Sei es in der Analyse zu Beginn der Betriebsoptimierung, in der weiteren Umsetzungsbegleitung in den Folgejahren und nicht zuletzt auch im Umgang mit Behörden. Ein weiterer Vorteil ergibt sich dadurch, dass unter dem Label MoVE namhafte Partner des KEEST Fördermittel in Kombination und Ergänzung zur Verfügung stellen und damit die Kosten für unsere Kunden sehr gering ausfallen.

### Was für Partner sind bei MoVE dabei?

Erstens: Das Bundesamt für Energie bzw. Energie Schweiz unterstützt MoVE durch ihr nationales Programm «PEIK – Professionelle Energieberatung für Ihr KMU» und stellt entsprechend Fördermittel zur Verfügung.  
Zweitens: Die act Cleantech Agentur Schweiz unterstützt

MoVE-Abschlusssitzung v.l.n.r.:  
 Andreas Koch, KEEST Geschäftsführer; Franz Portmann, KEEST Energieingenieur; Reto Lüchinger, Inhaber Gasthof Eisenbahn, Weinfelden (MoVE-Kunde), Andreas Rothen, Geschäftsführer act Cleantech Agentur Schweiz



MoVE im Rahmen einer freiwilligen Zielvereinbarung. Damit verbunden sind Fördermittel der Klimastiftung Schweiz. Drittens: Das Departement für Inneres und Volkswirtschaft Thurgau bzw. **thurgauenergie** unterstützt MoVE mit grosszügigen weiteren Fördermitteln und in der Folge auch in der Optimierung von Infrastrukturanlagen.

**Wie läuft MoVE konkret ab?**

Am Anfang steht die Energie-Effizienz-Analyse: der Energie-Check KMU® – unser Qualitätslabel, 100-fach erprobt – damit machen wir Energie-Effizienz greifbar und zeigen lukrative Einsparpotenziale auf. Danach erfolgt eine freiwillige Zielvereinbarung bezüglich der offengelegten wirtschaftlichen Optimierungsmassnahmen. In der Folge unterstützen und begleiten wir unsere Kunden auch in der Umsetzungsphase während drei Jahren. Das Ganze kostet für unsere Kunden netto weniger als ein Handy-Abo.

**Welchen Nutzen haben KMU von MoVE?**

Der offensichtliche Hauptnutzen ist die Vermeidung von unnötigen Energiekosten durch die Steigerung der Energie-Effizienz im Unternehmen. Das zahlt sich Jahr für Jahr wiederkehrend aus. Damit verbunden ist auch die Erfüllung der Anforderungen aus dem revidierten ENG. Ein weiterer Nutzen ergibt sich dadurch, dass die energietechnischen Anlagen im Unternehmen wieder optimiert laufen. Nicht zu vergessen ist zudem die verbesserte Nachhaltigkeit in Sachen Ökologie und die damit verbundene Reputation. Und «last, but not least» ergeben sich oft auch Chancen, die bis anhin gar nicht beachtet wurden, beispielsweise in der Gebäudesanierung oder aktuell auch durch die Installation von Photovoltaik Eigenverbrauchsanlagen (PVE). Diese können dank einer exklusiven Kooperation des KEEST mit der Thurgauer Kantonalbank seit Mitte letzten Jahres, sogar ohne die Liquidität zu strapazieren, realisiert werden.

**Gibt es typische Beispiele für MoVE?**

Ein interessantes Projekt 2018 war sicherlich der Gasthof Eisenbahn in Weinfelden. Franz Portmann, KEEST Energieingenieur führte das MoVE-Projekt und errechnete, welche Massnahmen wie viel kosten und wie viel Energie einspart werden kann. So konnten die Wirtsleute, Reto und Sybille Lüchinger, anstehende Massnahmen sinnvoll etappieren und von da an jährlich 7000 Kilowattstunden Strom sparen. Eine grössere Herausforderung im Weiteren war der Fensterersatz und der Bau einer Photovoltaik Eigenverbrauchsanlage auf dem

Dach des denkmalgeschützten Riegelbaus. Hier benötigte der KEEST-Energiespezialist sein ganzes Verhandlungsgeschick. Am Ende stand eine Lösung, mit der sich auch die Denkmalpflege einverstanden erklärte. Bereits im ersten Betriebsmonat produzierte die Solaranlage über 3000 Kilowattstunden Strom.

**Das hört sich vielversprechend an. Wie geht es nun mit dem neuen ENG im Thurgau weiter?**

Diese Frage beantworten wir Unternehmern von kleinen und mittleren Betrieben in Gewerbe, Industrie und Dienstleistung, anlässlich des 1. KEEST EARLY BIRD auf dem Lilienberg. Die Frühstücksveranstaltung findet am 24. Juni 2020 statt. Die Thurgauer Regierung orientiert inhaltlich und im zeitlichen Ablauf konkret über die revidierten gesetzlichen Rahmenbedingungen. Unternehmer geben Auskunft über die Chancen und positive Erfahrungen, die sie bereits machen konnten. Und die Thurgauer Kantonalbank und die EKT AG informieren über ihre Rolle im Rahmen der neuen ENG-Bestimmungen.

Anmelden kann man sich auf der KEEST-Website unter: **www.keest.ch/events**. Für Abonnenten des LEADER-Unternehmermagazins ist mit dem Rabattcode «LEADER» die Teilnahme kostenlos, ansonsten CHF 60.- inkl. MWST pro Teilnehmer. Beachten Sie dazu die beigelegte Einladungskarte in diesem Heft.

**Interview:** Christoph Lanter  
**Bilder:** KEEST und Jean-Luc Perret



Das KEEST  
 Qualitäts-Label für KMU

Das KEEST erfüllt seit über zehn Jahren den Leistungsauftrag des Kantons Thurgau als Ansprechpartner für KMU in sämtlichen Fragen zur Steigerung der Energie-Effizienz. Das KEEST wird vom Thurgauer Gewerbeverband und der Industrie- und Handelskammer Thurgau getragen.



info@keest.ch/071 969 69 56



Der St.Galler Standortförderer Daniel Müller will die Wirtschaftsregion nachhaltig stärken.

# Standortförderung ist mehr, als Betriebe anzusiedeln

«The economy, stupid!» formulierte Berater James Carville 1992 einst für die Kampagne von Präsidentschaftskandidat Bill Clinton. «Um die Wirtschaft geht's, Dummkopf», heisst das ungefähr. Das geflügelte Wort aus Arkansas brachte auf den Punkt, was sich als Erkenntnis schon lange durchgesetzt hatte: Auch wenn andere Themen Hochkonjunktur haben – dem Land und der Gesellschaft geht es dann gut, wenn die Wirtschaft brummt. Die St.Galler Standortförderung setzt auf eine nachhaltige Entwicklung des Wirtschaftsraums Ostschweiz.

Eine andere Erkenntnis ist: Der Wirtschaft geht es vor allem dann gut, wenn sich der Staat raushält. Allerdings: Wenn die Wirtschaft mal hustet, braucht man nicht lange auf den Ruf nach dem Staat zu warten. Der Staat freilich hat dazu gelernt. Früher wurden in Krisenzeiten Konjunkturprogramme aufgelegt, die meistens vorgezogene Investitionen in Beton waren und trotzdem erst griffen, als sich die Wirtschaft von selbst erholt hatte. Seit etlichen Jahren nun versuchen Wirtschaftsminister auf kantonaler Ebene vor allem, ihre Region als attraktiven und eben krisenresistenten Wirtschaftsstandort zu positionieren.

## Zusammenarbeit in der Ostschweiz

Spätestens, als vor der Jahrtausendwende die Wirtschaft stotterte, entstanden in der Schweiz Wirtschaftsförderstellen und Organisationen für die Standortpromotion. Unterschiedlich organisiert, als staatliche Stelle oder mit staatlichem Leistungsauftrag, und anfänglich vor allem mit einem Ziel: Neue Betriebe anzusiedeln. Insbesondere die Greater Zurich Area – «Zürich» reicht hier von Solothurn über das Tessin bis nach Graubünden – glänzte und glänzt mit beeindruckenden Zahlen an neu angesiedelten Unternehmen (vgl. folgenden Artikel). Verständlich, dass beim Nachbarn im Osten die «Strichli-Liste» mit der Anzahl an Neuansiedlungen nicht als einzig gültige Währung zur Messung des Erfolgs herangezogen wird. Die St.GallenBodenseeArea ist auch nicht wie die Greater Zurich Area eine eigenständige Organisation mit eigenen Angestellten, sondern ein virtuelles Gebilde, das von den Standortförderern der beteiligten Kantone Appenzell Innerrhoden, Appenzell Ausserrhoden, Thurgau und St.Gallen gemeinsam getragen wird.

Die Zusammenarbeit unter den vier Kantonen funktioniert gut, betont Daniel Müller, der Leiter der Hauptabteilung Standortförderung im St.Galler Amt für Wirtschaft und Arbeit: «Wir sind mit der St.GallenBodenseeArea vorbildlich unterwegs.» Die St.Galler Standortförderung blicke auch über

die Grenze nach Vorarlberg oder Liechtenstein, «wir sind eine geografische Region und auch wirtschaftlich ein zusammenhängender Raum, da müssen wir schauen, dass wir optimal zusammen arbeiten, um unsere Ziele zu erreichen.»

Für Daniel Müller ist die Promotion der Ostschweiz in ausländischen Zielmärkten und die Unterstützung von ansiedlungswilligen Firmen selbstverständlich ein wichtiges Thema, aber eben nicht das einzige. Oftmals wichtiger ist die Bestandspflege: Firmen, die bereits in der Region sind, werden unter anderem bei Expansionsvorhaben unterstützt oder auch in Krisensituationen begleitet. Dies immer mit dem Ziel, die Firma und somit auch die Arbeitsplätze im Kanton zu halten, denn auch hier stehen wir im internationalen Wettbewerb. Das Wohlergehen der angestammten St.Galler Wirtschaft hat für die Standortförderung einen hohen Stellenwert. «Wir haben viele Betriebe, die sich entwickeln möchten, die expandieren wollen, denen aber die Möglichkeiten dazu fehlen,» sagt Daniel Müller. Hier klinkt sich die Standortförderung ein und hilft, geeignete Flächen suchen.

## Wechselnde Prioritäten

Als eine Besonderheit wird das «Pflichtenheft» der Standortförderung alle vier Jahre vom St.Galler Kantonsparlament verabschiedet «unsere Rolle und unsere Aufgaben können sich alle vier Jahre verändern, unsere Prioritäten werden immer wieder neu gesetzt,» erläutert Daniel Müller. «Dadurch müssen wir diese Ansätze auch immer wieder überdenken.» Dieses Standortförderungsprogramm wird dann auch im Kantonsrat diskutiert. Im aktuellen, seit Januar 2019 gültigen Programm wird ein besonderes Augenmerk auf die Themen Arbeits- und Fachkräfte, Innovation sowie Gründen und Start-up-Förderung gelegt. Daneben sind die klassischen Standortförderungsthemen Immobilien und Areale wie auch Promotion und Bestandspflege gesetzt. «Es ist auch konjunkturabhängig, welches dieser Themen die höhere Priorität hat,» sagt Müller

Bei absoluter Vollbeschäftigung mache es wenig Sinn, zusätzliche ähnliche Betriebe anzusiedeln und bestehende Firmen vor den Kopf zu stossen. «Klüger ist, zu überlegen, ob es vielleicht komplementäre, zukunftsgerichtete Kompetenzen gibt und dann Betriebe aus diesen Bereichen anzusiedeln.» Wichtig sei, dass die Transformation der produzierenden Industrie in der Ostschweiz optimal gelinge. Idealerweise könne man zusätzliche Technologiekompetenzen in die Ostschweiz bringen und so neue Geschäftsmodelle für die bestehende Industrie entwickeln. «Die Innovationskraft der bestehenden Unternehmen ist bereits auf sehr hohem Niveau, aber im Austausch entstehen manchmal ganz neue Perspektiven.» unterstreicht Daniel Müller.

### Hidden Champions werden Komplizen

«Innovationskraft» ist ein Stichwort, das im Gespräch mit dem St.Galler Standortförderer häufig fällt. Dies sei eine Disziplin, bei der die Ostschweiz punkten könne, während Unternehmen, die primär auf Steuereroptimierung aus sind, nur schwerlich in die Ostschweiz zu locken sind.

«Unternehmer, die hier in eine Immobilie investieren und Arbeitsplätze schaffen, sind uns viel lieber, als hochmobile Finanzkonstrukte,» hält Daniel Müller fest, denn das sei nicht nachhaltig. Die Standortförderung bemühe sich zwar auch um solche Firmen, aber da müsse man auch realistisch sein: Wenn tiefste Steuern der einzige Treiber einer Firma sind, habe St.Gallen wenig Trümpfe. «Ein Race to the bottom wollen wir nicht mitmachen.» Solche Firmen würden in der Regel auch nicht so viele Arbeitsplätze schaffen, trotzdem könne sich eine Ansiedlung lohnen. «Aber wenn es nur um tiefe Steuern geht, sind andere besser aufgestellt. Da viel Liebesmüh' zu investieren, wäre verlorene Zeit.»

## *Der Wirtschaft geht es vor allem dann gut, wenn sich der Staat raushält.*

Deshalb will Müller lieber mit den St.Galler Kompetenzen überzeugen: Die Innovationskraft sei ein ganz wichtiger Faktor. «Wir haben viele Hidden Champions, die sich im internationalen Kontext extrem stark behaupten, das wird oftmals unterschätzt.»

Diese Trümpfe setzt Müller bei Promotionsaktivitäten gerne ein. Wenn ein bestehendes Unternehmen im High-Tech-Bereich seine eigenen Beziehungen einbringt, sei das hoch attraktiv «Wir versuchen, über diese Unternehmen an Geschäftspartner heranzukommen, also ganz direkt auch ihre Kontakte zu nutzen, um etwas für den Standort zu tun.» So könnten beispielsweise Betriebe angesiedelt werden, die Wertschöpfungsketten schliessen. «Das ist extrem spannend.»

### Fokus auf Med-Tech-Unternehmen

Interessanterweise kristallisiert sich in den letzten Jahren in der Ostschweiz ein stabiler Konsens heraus, welche Art von Unternehmen für die Region besonders interessant wären. Die Standortförderung hat in ihren Zielen bestimmte Fokus-Industrien als ideale Ergänzung zur hier ansässigen Präzisionsindustrie definiert, die IT-Branche sowie die Photonikin-



dustrie werden da genannt. Ebenso verspricht man sich von der Medizinaltechnologie-Branche viel. Dieser Fokus deckt sich weitgehend mit den Vorstellungen anderer wichtiger Partner wie etwa der Stadt St.Gallen, von Wirtschaftsverbänden wie der IHK St.Gallen-Appenzell oder auch von Wirtschaftspolitikern.

Das sei eine positive Entwicklung, wie Daniel Müller erfreut feststellt, «wir wollen ja die Stärken stärken und dafür die Kräfte bündeln.» Wenn die verschiedenen Partner sich nicht verzetteln, sondern möglichst versuchen, die Initiativen, die schon gut unterwegs sind, gemeinsam gross zu machen, habe das die nachhaltigste Wirkung. «Wenn man Standortförderung im Giesskannenprinzip macht und versucht, es allen recht zu machen, wird man kaum kritisiert. Aber die Wirkung verpufft, es ist bloss noch ein Tropfen auf den heissen Stein.»

Um Firmen aus angepeilten Bereichen anzulocken, wirbt St.Gallen unter anderem mit bestausgebildeten Fachkräften. Daniel Müller räumt ein, dass solche Leute sehr gesucht sind und auch die Ostschweiz durchaus einen Fachkräftemangel kennt. «Das ist in anderen Regionen aber auch so.» Müller verweist auf ein Gespräch mit dem Technologieun-

### Jährlich 500 Arbeitsplätze

Die Standortförderung St.Gallen hat in der Periode von 2015 bis 2018 die Ansiedlung von 41 Betrieben begleiten können, wodurch 330 Arbeitsplätze (alle Zahlen sind Vollzeitäquivalente) geschaffen wurden. Diese Zahl bezieht sich auf das erste Jahr nach der Ansiedlung, in aller Regel steigt die Anzahl der beschäftigten Personen danach an.

In der gleichen Periode wurde 68 Entwicklungen von der Standortförderung begleitet, dadurch wurden 1790 Arbeitsplätze geschaffen. In der Summe sind dies 2120 Stellen im Kanton, etwas über 500 pro Jahr.

Hilfe bei Entwicklungen dient auch dazu, Firmen überhaupt in der Ostschweiz zu halten, deshalb führt die Standortförderung für die Vierjahresperiode eine weitere wichtige Kennziffer an: Durch Entwicklungen wurden auch 5732 Arbeitsplätze gesichert.

ternehmen Frontify, das sich in St.Gallen prächtig entwickelt: «Diese Leute wollen nicht in Zürich sein, sie finden hier genügend gut ausgebildete Talente in allen Bereichen und konkurrieren mit weniger anderen Arbeitgebern.»

Med-Tech soll in der Verbindung von Empa und Kantonsspital auch beim geplanten Innovationspark Ost das zentrale Thema sein (siehe Schwerpunkt Leader 1/2020). Wenn dieses Vorhaben klappt, kann das Label Innovationspark bei Ansiedlungen wiederum ein glänzendes Argument sein.

### Aktive Gründerszene

Die Ostschweiz ist ein veritables Start-up-Land, Daniel Müller verweist auf Studien, die hier einen deutlich überdurchschnittlichen Zuwachs an Unternehmensgründungen festhalten. «Die Szene hat eine andere Dynamik bekommen.»

Wohlwissend, dass die Start-up-Szene noch lange nicht das Gewicht der ansässigen Industrie hat, gewinnt sie doch an Bedeutung. «Startups können auch mit neuen Technologien und neuen Businessmodellen helfen, eine Industrie zu transformieren.»

Wichtig sei es, die richtigen Leute zusammen zu bringen, Leute mit Technologiekompetenz und Geschäftsmodellinnovatoren. «Die einen wissen, wie man Produkte an den Markt bringt, die anderen wissen, wie man etwas technisch umsetzt – beide müssen sich finden.» Darum seien physische Orte der Begegnung wie das Startfeld in St.Gallen wertvoll.

**Text:** Philipp Landmark

**Bilder:** Thomas Hary

### Gute Areale zugänglich machen

Wenn ein Unternehmen wachsen will oder sich neu in St.Gallen ansiedeln soll, dann braucht es dazu geeignete Flächen oder Büroräumlichkeiten. Attraktive Flächen allerdings sind rar, bereits eingezonte grössere Flächen, die einem Unternehmen sofort für eine Bebauung zur Verfügung stünden, gibt es kaum.

Um im Standortwettbewerb mithalten zu können, hat der Kanton St.Gallen das Instrument der «strategischen Arbeitsplatzstandorte» geschaffen, womit noch nicht eingezonte, aber grundsätzlich geeignete grosse Flächen von über 15'000 Quadratmetern erfasst werden. Diese könnten bei Bedarf innert kurzer Frist eingezont werden, um einem Unternehmen eine Expansion oder eine Ansiedlung zu ermöglichen.

Die Vermittlung geeigneter Areale ist eine wesentliche Aufgabe der Standortförderung. Dabei gilt es oft, Prozesse zu moderieren, die eine Arealentwicklung überhaupt erst möglich machen. Dafür gibt es illustre Beispiele:

- In Heerbrugg konnte gemeinsam mit der Gemeinde Balgach und sieben beteiligten Unternehmen eine Innenverdichtung auf dem riesigen Leica-Areal von 95'000 Quadratmetern verwirklicht werden, wodurch 10'000 Quadratmeter zusätzlich bebaubare Fläche gewonnen wurde. Die Leica Geosystems AG plant dort einen Neubau, das Unternehmen möchte bei der Weiterentwicklung die Nähe des Forschungs- und Innovationszentrums RhySearch nutzen. Ebenso kann ein eingemietetes Unternehmen neue Produktionsflächen mit zusätzlichen 150 Arbeitsplätzen realisieren.
- 2014 suchte die Firma MSA Safety in Rapperswil-Jona nach Büroräumlichkeiten, konnte aber keine geeigneten Lokalitäten finden. Durch Vermittlung des Amtes für Wirtschaft und Arbeit konnte auf einem städtischen Grundstück von Investoren und einem Generalunternehmen das neue Bürohaus «Cube» gebaut werden, wo inzwischen der Europa-Hauptsitz von MSA Safety domiziliert ist.

Anzeige



## Kapitalbezug ganz einfach

Mit der PSS Plattform können Sie Ihren Kapitalbezug ganz einfach verwalten und...

- > jederzeit flexibel über Ihr Kapital verfügen
- > monatlich rentenähnliche Auszahlungen generieren
- > mit der Anlagestrategie einer Pensionskassen investieren

Jetzt kostenlose Demo Tour unter [www.pss.swiss](http://www.pss.swiss)

PLATTFORM  
SÄULE  
SCHWEIZ

# Ansässige Unternehmen unterstützen

Für die Thurgauer Wirtschaftsförderung ist es ebenso wichtig, bestehende Arbeitsplätze zu erhalten wie neue zu schaffen. Die Standortpromotion ist für die Wirtschaftsförderung des Kantons Thurgau nur eines von vielen Engagements. «Ebenso wichtig ist für uns die Bestandspflege, also die Unterstützung der bereits im Kanton ansässigen Unternehmen», betont Marcel Räpple, der Leiter der Wirtschaftsförderung des Kantons Thurgau.

Darüber hinaus engagiert sich die Wirtschaftsförderung beim Technologietransfer und der Innovationsförderung, sie unterstützt Startups und Neugründungen, betreut Projekte der Neuen Regionalpolitik des Bundes (NRP), kümmert sich um das Fachkräftepotenzial und nicht zuletzt auch um den Tourismus.

Das internationale Standortmarketing sei eine Gemeinschaftsaufgabe der Kantone und des Bundes (Staatssekretariat für Wirtschaft SECO) in Zusammenarbeit mit Switzerland Global Enterprise, erklärt Räpple; der Thurgau selbst arbeitet mit den Nachbarn Appenzell Ausserrhoden, Appenzell Innerrhoden und St.Gallen als St.GallenBodenseeArea (SGBA) zusammen. «Als SGBA bringen wir den regionalen Approach ein und sorgen für eine möglichst gute Wahrnehmung der Region», sagt Räpple, der die SGBA auch in der nationalen Steuerungsgruppe Landesmarketing vertritt.

## Langfristige Betrachtung

Im Zeitraum von 2012 bis 2017 hat die Wirtschaftsförderungen zwischen 90 und 160 Anfragen pro Jahr bearbeitet, etwa ein Viertel davon wird dann zu konkreten Projekten. Schliesslich wurden mithilfe der Wirtschaftsförderung 92 Ansiedlungen im Thurgau realisiert.

*«Nur die angesiedelten Unternehmen zu zählen, ist wenig aussagekräftig».*

«Nur die angesiedelten Unternehmen zu zählen, ist allerdings zu wenig aussagekräftig», erklärt Marcel Räpple. Es müssten verschiedene Parameter stimmen und viele unterschiedliche Kriterien erfüllt sein für eine erfolgreiche Ansiedlung. «Der Thurgau misst die Wirkung seiner Bemühungen deshalb in Fünf-Jahres-Perioden, die Beobachtung der längerfristigen Entwicklung ist sinnvoller.»

Der genauere Blick zeigt: Von den 92 realisierten Ansiedlungen waren per Ende 2017 noch 69 Unternehmen im Kanton Thurgau tätig. Acht Unternehmen sind in einen anderen Kanton oder ins Ausland weggezogen, 15 Unternehmen wurden aufgelöst. Die noch im Thurgau tätigen Unternehmen haben 551 Vollzeitstellen geschaffen.

Durch die Ansiedlungen wurden im Beobachtungszeitraum nicht nur etwa 32 Millionen Franken an Steuererträgen generiert, die Unternehmen tätigten auch Investitionen von 280 Millionen Franken und vergaben Aufträge an andere Firmen in Höhe von 54 Millionen Franken.

## Erfolgreiche Bestandspflege

Manche Fälle der Thurgauer Wirtschaftsförderung sind komplexe Kombinationen von Bestandspflege und Ansiedlungen. In Sulgen baut die V-Zug ein neues Werk, in das auch die heutige Kühlschranksproduktion aus Arbon integriert wird, die dort nicht bleiben kann. Das Land in Sulgen gehört der V-Zug-Tochter Belimed, lag allerdings in der Landwirtschaftszone – und für die Einzonung von neuem Bauland hatte das Thurgauer Baudepartement ein Moratorium bis zur Genehmigung des revidierten kantonalen Richtplans durch den Bund erlassen. Trotzdem gelang dank dem Engagement der Wirtschaftsförderung mit Einbezug der Amtsleitung die Umzonung. Die 150 Arbeitsplätze aus Arbon bleiben erhalten.

Bei anderen Aufgaben kann die Wirtschaftsförderung die Wirkung über die mediale Wahrnehmung oder gegebenenfalls über Klickzahlen messen. Die Thurgauer Fachkräfte-Kampagne «Leben statt Pendeln» etwa generiert Zugriffe auf die Website [karriere-thurgau.ch](http://karriere-thurgau.ch) – monatlich werden rund 35'000 Besucherinnen und Besucher gezählt. «Mit der Kampagne konnten wir die Besucherzahlen verdoppeln», sagt Marcel Räpple.

Der Leiter der Wirtschaftsförderung des Kantons Thurgau, Marcel Ráppe, bei einem Interview auf der Baustelle der V-Zug in Sulgen.





Reto Sidler, Head of Communications and Marketing  
der Gerater Zurich Area:

**Geballte Technologie-  
Kompetenz.**

# «Als Konkurrenten sehen wir London, Amsterdam oder München»

Reto Sidler ist Head of Communications and Marketing der Gerater Zurich Area. Er sieht nicht die St.GallenBodenseeArea als direkte Rivalen. In Zürich denkt man in grösseren Dimensionen.

**Vor 20 Jahren wurde die Greater Zurich Area als Reaktion auf eine Wirtschaftskrise ins Leben gerufen. Heute boomt Zürich. Eigentlich, Reto Sidler, könnten Sie die GZA einmotten.**

Die Mission der GZA ist es, Mehrwert für den Wirtschaftsraum Zürich und die Schweiz zu schaffen durch die Ansiedlungen von zukunftsfähigen Unternehmen. Mehrwert in Form von Innovationskraft, hochqualifizierten Arbeitsplätzen, einer stärkeren internationalen Vernetzung, einer höheren Diversifizierung und damit Krisenresistenz und last but not least zusätzlichen Steuereinnahmen. Der Mehrwert des Standortmarketings liegt also in einer längerfristigen Betrachtung und bezieht sich nicht nur auf die gerade herrschende Konjunktur.

**Damals ging es darum, möglichst viele Unternehmen egal welcher Art anzusiedeln. Ist die Zahl der Ansiedlungen heute noch das wichtigste Messkriterium für Ihre Tätigkeit?**

In den letzten Jahren hat sich ein Paradigmenwechsel vollzogen. Drehte sich früher alles um die Frage, was die Region für ein multinationales Unternehmen bietet, fragt man sich heute: «Welchen Mehrwert schafft das Unternehmen in und für die Region?». Man will also nicht möglichst viele, sondern möglichst attraktive, zukunftsweisende Unternehmen.

Aus praktischen Gründen bleibt die Anzahl Ansiedlungen weiterhin ein Messkriterium neben anderen wie z. B. der Anzahl geschaffener Stellen im Jahr der Ansiedlung, geplante Stellen in den nächsten fünf Jahren oder die Branche respektive der Technologiebereich des Unternehmens. Alle paar Jahre lassen wir den durch das Standortmarketing geschaffene Mehrwert durch das Beratungsunternehmen EY erheben. Daraus erhalten wir auch Aussagen zur Nachhaltigkeit der Ansiedlungen, zur Innovationskraft und Internationalität oder zu den zusätzlich generierten Steuereinnahmen.

**Die Ostschweiz vermarktet sich als St.GallenBodenseeArea eigenständig. Diese Konkurrenz wird Ihnen keine schlaflosen Nächte bereiten.**

Wir nehmen die St.GallenBodenseeArea als wichtigen Teil des Wirtschaftsraums Schweiz wahr, mit spezifischen Stand-

ortvorteilen. Natürlich gibt es einen Wettbewerb zwischen den Regionen. Aber gleichzeitig ist allen klar, dass eine Ansiedlung in einer Region der Schweiz auch gut für alle anderen ist. Als Konkurrenten sehen wir eher führende europäische Metropolitanregionen wie London, Dublin, Paris, Amsterdam, Frankfurt oder München.

**Soll sich eine Organisation wie die St.GallenBodenseeArea als spannender Nachbar von Zürich positionieren oder eher versuchen, eigene positive Standortfaktoren herauszustreichen?**

Jeder Standort muss eine klare Positionierung erarbeiten und leben, unabhängig davon, ob er alleine nach aussen auftritt oder als Teil einer grösseren Organisation. Kein GZA-Kanton vermarktet sich nur als Anhängsel von Zürich. Vielmehr versuchen wir, die jeweils spezifischen Charakteristiken in der Markenstrategie der gesamten Greater Zurich Area zu bündeln. Der Rahmen dazu ist die geballte Technologie-Kompetenz im stabilsten Umfeld Europas.

**Auch periphere Kantone wie Graubünden, Tessin oder Solothurn haben sich der GZA angeschlossen. Lohnt sich das für diese Standorte?**

Das muss jeder Kanton für sich entscheiden. Die meisten Schweizer Kantone sind aber zum Schluss gekommen, dass sie zu klein sind, um im internationalen Wettbewerb zu bestehen. Das gilt sogar für den Wirtschaftsmotor der Schweiz, den Kanton Zürich. Mit einem gemeinsamen Standortmarketing kann man aber Kompetenzen und Synergien bündeln und mit einer starken Marke und einem sehr attraktiven Produkt im Ausland auftreten. Die GZA hat heute keine Expansionspläne. Wenn – wie zuletzt im Fall des Tessins – ein Kanton auf die GZA zukommt, sind wir aber bereit, Möglichkeiten der Zusammenarbeit zu diskutieren.

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

Die neue  
**A110S**  
Der intensivste Sportwagen  
von Alpine.

Ab Fr. 74 800.-

IHR ALPINE CENTRE  
ST.GALLEN

**City-Garage AG**

Zürcher Strasse 511  
9015 St.Gallen

071 274 80 74  
www.alpinecentre.ch  
info(at)city-garage.ch

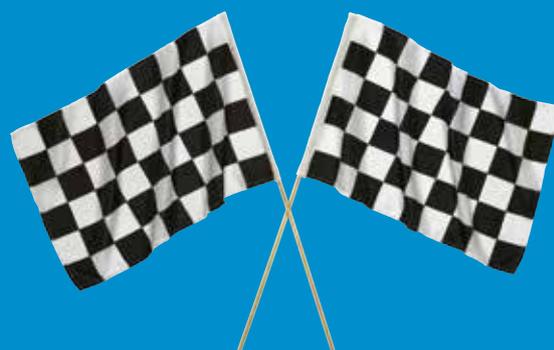
**ALPINE**



*Abgebildetes Modell (inkl. Optionen): Alpine A110S 215 kW (292 PS), 6,5 l/100km,  
146 g CO<sub>2</sub>/km, Energieeffizienz-Kategorie D, Katalogpreis Fr. 74 800.-*

**OSTSCHWEIZ DRUCK**

Hofstetstrasse 14 • 9300 Wittenbach • ostschweizdruck.ch



**Termin  
garantiert.**

# Potent es Marketing für den Wirtschaftsmotor

Die Greater Zurich Area wurde 1998 auf Initiative des Kantons Zürich gegründet, als Antwort auf die Wirtschaftskrise in den 1990er Jahren. Ziel war die «Steigerung der Attraktivität des Wirtschaftsraums Zürich im europäischen und globalen Umfeld». Inzwischen erstreckt sich der so organisierte Wirtschaftsraum Zürich über neun Kantone.



Die Geschäftsführerin der Greater Zurich Area, Sonja Wollkopf Walt, an der Jubiläumsveranstaltung 2019.

Die GZA zählt am Standort Zürich elf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter; weitere vier Personen in den USA, zwei in China und eine Person in Südkorea betreiben zusätzliche Standortpromotion für den Wirtschaftsmotor der Schweiz. Die neun Partnerkantone haben alle auch noch eigene Wirtschaftsförderstellen.

Das Beratungsunternehmen EY beziffert in einem Bericht über die Jahre 2009 bis 2017 die durch die Aktivitäten der Greater Zurich Area generierten zusätzlichen Steuererträge in den neun Kantonen auf 356 Millionen Franken. Die Kosten für das Standortmarketing lagen in diesem Zeitraum bei 59 Millionen Franken. «Aus jedem für das Standortmarketing ausgegebenen Steuerfranken resultieren deshalb mit-

telfristig rund sechs Franken an neuen Steuererträgen», sagte Sonja Wollkopf Walt, Managing Director der GZA, an den Feiern zum zwanzigjährigen Bestehen der GZA 2019.

Gemäss dem EY-Bericht wurden im selben Zeitraum durch 835 angesiedelte Unternehmen 7423 Vollzeitstellen geschaffen. EY spricht von einem nachhaltigen Erfolg, weil Ende 2017 noch 92 Prozent der Firmen im Wirtschaftsraum der GZA tätig waren. Nicht eingerechnet ist das zusätzliche indirekte Stellenwachstum bei Zulieferern, Kunden oder Forschungspartnern – auch über den Raum der GZA hinaus.

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

# «An der Standortattraktivität muss täglich gearbeitet werden»

Woran muss sich eine Standortförderung messen lassen, und wie kann sich der Wirtschaftsstandort Ostschweiz gegenüber Zürich profilieren? Sechs Ostschweizer Politiker und Unternehmer geben Antwort.



Yvonne Suter

Tobias Wolf hat das St.Galler Startup OnlineDoctor AG mitgegründet. Der Jungunternehmer, der auch am KMU-Institut der HSG arbeitet, sieht die primäre Aufgabe einer Standortförderung darin, sowohl Unternehmen als auch Privatpersonen «gluschtig» zu machen, in die Stadt oder den Kanton zu ziehen. «St.Gallen hat in dieser Hinsicht in den vergangenen Jahren viel gemacht», sagt Wolf. «Ich denke dabei an die IT-Bildungsoffensive oder das Startfeld, das vielen Jungunternehmern, aber auch etablierten KMU die Möglichkeit bietet, sich mit innovativen Menschen zu vernetzen.» Sein Startup sei das beste Beispiel dafür, dass dieser Austausch funktioniert. «Schwieriger ist es, an wichtige Entscheidungsträger ranzukommen», sagt Wolf. «Die Standortförderung könnte noch mehr dafür tun, Startups und Entscheidungsträger zusammenzubringen.»

Für die St.Galler CVP-Kantonsrätin Yvonne Suter muss der Kanton attraktiver für qualifizierte Fachkräfte und Unternehmen mit hoher Wertschöpfung werden. «Die Massnahmen gehen hier von Investitionen in den Bildungsstandort über eine kluge Raumplanungspolitik bis hin zu attraktiven Steuern und zeitgemässen Kinderbetreuungsangeboten», sagt sie. «Die Standortförderung ist gefordert, ganzheitlich zu denken.» Suter ist Mitglied der Wirtschaftsgruppe des Kantonsrats und Vorstandsmitglied des kantonalen Gewerbeverbands. Wie muss sich eine Standortförderung messen lassen? «Mir ist eine Standortförderung, die mit Unternehmen spricht und Politik und Verwaltung regelmässig daran erinnert, was alles verbessert werden muss, lieber, als eine, die Messebesuche zählt und hübsche Prospekte verfasst.» Die St.Galler Standortförderung mache ihr diesbezüglich wenig Bauchweh, andere Standortförderungen hingegen schon eher.

*«Die Bestandspflege ist ebenso wichtig wie die Ansiedlung neuer Firmen.»*

SVP-Kantonsrat Michael Götte ist ebenfalls Mitglied der Wirtschaftsgruppe des Kantonsrats. Aufgabe der Standortförderung sei es, ansässige und künftige Unternehmen mit Dienstleistungen rund um den Wirtschaftsstandort St.Gallen zu unterstützen, wobei ein Ziel sei, neue Firmen im Kanton anzusiedeln. «Die Erfolge der Standortförderung zu messen, ist nicht einfach, da langfristige Erfolge mehr interessieren



*«Die Standortförderung  
ist gefordert, ganzheitlich  
zu denken.»*



Tobias Wolf



Patrick Kessler



Michael Götte



Kristiane Vietze

als kurzfristige», sagt er. «Ein möglicher Mess-Indikator ist die mittel- und langfristige Entwicklung der Arbeitsplätze im Vergleich zu den übrigen Kantonen.»

Wichtig für eine gute Standortförderung sei nicht nur die Anzahl Neuansiedlungen, sondern auch die Pflege des Bestandes, betont Jungunternehmer Tobias Wolf, und Michael Götte, der auch für die IHK St.Gallen-Appenzell tätig ist, sagt: «Man sollte das eine nicht gegen das andere ausspielen.» Allerdings bestehe die Gefahr, dass publikumswirksame Neuansiedlungen überbewertet werden. «Wir müssen uns vor allem um Firmen kümmern, die schon hier sind.»

### Standortförderung langfristig messen

Patrick Kessler ist Geschäftsführer des Verbands Schweizer Versandhandel VSV und sitzt für die FDP im Ausserrho-der Kantonsrat. Für ihn ist die Bestandspflege «die Basis für Neuansiedlungen». Wenn der Bestand nicht halte, würden Neuansiedlungen zur Herkulesaufgabe – vor allem im Kanton Appenzell Ausserrhoden. «Wir müssen uns auf Nischen und KMU fokussieren», sagt er. Den Traum von neu anzusiedelnden Grossunternehmen dürfe man haben, Realität seien jedoch eher mittlere oder kleinere, dafür «feinere» Unternehmen mit einzigartiger Positionierung. Die Standortförderung habe die Aufgabe, bereits hier domizillierte Personen und Institutionen zu pflegen und den interessierten die Vorteile des Kantons schmackhaft zu machen. «Sie soll aber auch «rufen» und warnen, wenn Hürden und eliminierbare Nachteile erkannt werden.»

*«Gemeinsam erreichen wir eindeutig mehr.»*

Messen lassen müsse sich die Standortförderung an Neugründungen ebenso wie an Abgängen, aber auch an der Entwicklung von Firmen respektive Arbeitsplätzen. «Allerdings kann sie nicht für das Wohlergehen des einzelnen Unterneh-

mens verantwortlich gemacht werden.» Man müsse aber realistisch bleiben: Es könne nur in langen Perioden gemessen werden, der kurze Erfolg sei oft an Einzelfälle geknüpft.

*«Es kann nur in langen Perioden gemessen werden, der kurze Erfolg ist oft an Einzelfälle geknüpft.»*

Der Thurgauer Unternehmer Thomas Maron geht noch einen Schritt weiter. «Nebst Kennzahlen wie Ansiedlungen, Neugründungen oder Vergleichen mit anderen Wirtschaftsräumen gibt es auch viele Softfaktoren, an denen sich eine Standortförderung messen lassen muss.» Im Thurgau sei man diesbezüglich sehr aktiv. «Down to earth unterstützt sie die Unternehmen und initiiert Aktionen wie die Kampagne «Leben statt Pendeln» oder Veranstaltungen wie Tischmessen oder der Thurgauer Technologie-Tag», sagt Maron, der auch Vorstandsmitglied der IHK Thurgau ist. Bei den Neuansiedlungen und -gründungen sei der Thurgau ebenfalls erfolgreich wie das Beispiel der Wärtsilä-Gruppe zeige, die nach Frauenfeld kommt, oder der geplante Digital-Campus. Als Präsident des Startnetzwerks Thurgau, einer Non-Profit Organisation von Unternehmern für Unternehmer, liegt ihm die Förderung der Jungunternehmen am Herzen. «Wir bieten Workshops und Events an, stellen ihnen erfahrene Coaches an die Seite und führen Seminare zur Unternehmensgründung durch.» Sicherlich dürfe auch die Pflege der bereits ansässigen Unternehmen nicht vernachlässigt werden.

Dies sieht auch Kristiane Vietze so. «Die bestehenden Unternehmen bilden das Rückgrat der Thurgauer Wirtschaft. Die Bestandspflege ist demnach ebenso wichtig wie die Ansiedlung neuer Firmen», sagt die Thurgauer FDP-Kantonsrätin. Beide Szenarien führten entweder zum Erhalt oder – im Optimal-



Thomas Maron

fall – zur Schaffung von neuen Arbeitsplätzen. Die primäre Aufgabe der Standortförderung sieht das IHK-Vorstandsmitglied in der Förderung, Entwicklung und Positionierung des Wirtschafts-, Arbeits- und Tourismusstandorts Thurgau. Sie soll für Unternehmen attraktive Rahmenbedingungen schaffen, um ein nachhaltiges Wirtschaftswachstum zu generieren. «Das Aufgabenportfolio der Standortförderung ist breit», sagt Vietze. «Nur die Zahl der jährlich neu angesiedelten Arbeitsplätze zu zählen, greift daher zu kurz, um den Erfolg der Standortförderung zu messen.» Ihrer Meinung nach kommt es auch auf die Veränderung der gesamten Anzahl Arbeitsplätze an sowie auf die Entwicklung der Handelsbilanz und der Pendlerströme.

#### Von der Nachbarschaft profitieren

Der Wirtschaftsstandort Ostschweiz hat mit Zürich grosse Konkurrenz. «Wir sollten nicht gegen Zürich, sondern mit der Region und den anderen Kantonen zusammen kämpfen», sagt Tobias Wolf. «International gesehen sind wir ein kleines Land. Wir müssen uns über die Grenzen hinaus klug positionieren. Das Potenzial hätten wir.» Yvonne Suter hat als Rapperswil-Jonerin, die seit 15 Jahren in Zürich arbeitet, wenig Verständnis, wenn in Kantonsgrenzen statt in funktionalen Räumen gedacht wird. «Hier hat St.Gallen Nachholbedarf. Die Ostschweiz als funktionaler Raum sollte selbstbewusst auf seine Stärken setzen, ohne künstlich auf Abgrenzung von Zürich zu machen. Von dieser Nachbarschaft können wir nur profitieren.»

*«Wir sollten nicht gegen Zürich, sondern mit der Region und den anderen Kantonen zusammen kämpfen.»*

Die Ostschweiz brauche ein eigenes, scharfes Profil, ist Patrick Kessler überzeugt. Das versuche man derzeit mit der Metropolitan-Region. «Die immer wieder genannte Schwäche des Ostschweizer Images sollte zudem aus den Köpfen verschwinden, die Region darf mutig etwas Hippestes wagen, was beispielsweise die Arealentwicklung anbelangt.» Kantonsrat Michael Götte wünscht sich, dass «wir zu unseren Alleinstellungsmerkmalen Sorge tragen und uns nicht als Zürich-Kopie versuchen».

Die Thurgauer Standortförderung kann sich laut Kristiane Vietze profilieren, indem sie gut und schnell erreichbar ist, Vernetzungen der Firmen unterstützt und als «One-Stop-Shop» Hand bietet für eine einfache, unbürokratische Neuan siedlung oder zur Erweiterung bestehender Unternehmen. Für Thomas Maron ist klar: «An der Standortattraktivität muss täglich gearbeitet werden. Die anderen schlafen nicht.» Die Ostschweiz müsse sich zusammenschliessen. «Gemeinsam erreichen wir eindeutig mehr.»

## Nicht mit dem Feuer spielen

**Wer ist nicht für die Förderung individueller Freiheit, der Menschenrechte und einen nachhaltigen Umgang mit der Natur im In- und Ausland? Die Konzernverantwortungsinitiative ist aber brandgefährlich.**



Sie gibt vor, die Sorgfaltspflichten für Unternehmen verstärken zu wollen, indem sie schärfere Haftungsbestimmungen und einen erleichterten Zugang zu deren Durchsetzung vor Schweizer Gerichten schaffen will. Damit sollen Schweizer Gerichte neu auch für das Verhalten von Schweizer Firmen im Ausland zuständig sein, sich damit in die Belange ausländischer Staaten einmischen können und grenzüberschreitend über diese Fälle urteilen können, inklusive dem Aussprechen von Sanktionen. Beweisführungen und Zeugenbefragungen sind schon im Inland schwierig, geschweige denn bei ausländischen Sachverhalten.

Eine weltweite Haftung aller in der Schweiz ansässigen Unternehmen – auch für Tochtergesellschaften und wirtschaftlich abhängige Unternehmen im Ausland – wäre weltweit einmalig. Die Unternehmen müssten neu nicht nur beweisen, dass sie alle Normen einhalten (also eine Umkehr der Unschuldsvermutung), sondern sie müssten damit auch beweisen, dass sie nicht schuldig sind! Das ist nicht nur rechtsstaatlich fraglich, sondern gegen alle unsere Rechtsprinzipien. Jene Firmen, die ins Ausland abwandern können, werden das tun. Der Schaden für unsere Volkswirtschaft wäre enorm.

Einmal mehr will die Schweiz damit Musterknabe spielen und alle Firmen unter den Generalverdacht der Gesetzesverletzung stellen. Schweizer Unternehmungen nehmen ihre Verantwortung für Nachhaltigkeit sehr ernst; mehr Juristenfutter ist beileibe nicht notwendig.

Dr. Walter Locher, FDP-Kantonsrat und VR-Präsident der DGS Druckguss Systeme AG, St.Gallen

# Kurzarbeit als sinnvollste Sofortmassnahme

Das Coronavirus hat auch die Ostschweiz fest im Griff: Wegen des Versammlungsverbots durch den Bundesrat und Massnahmen der Kantone werden laufend Messen und andere Veranstaltungen abgesagt. Auch der Fussball rollt nicht mehr. Betroffen von der Situation sind weite Teile der Ostschweizer Wirtschaft. Der LEADER hat Unternehmen, Verbände und Kantone um eine Einschätzung gebeten.



Die Immo Messe Schweiz wurde von März auf August 2020 verschoben.

Das Amt für Wirtschaft und Arbeit des Kantons St.Gallen hatte per 12. März rund 30 Voranmeldungen für Kurzarbeit, die ausschliesslich auf das Coronavirus zurückzuführen sind. Es sei mit einem weiteren Anstieg der Gesuche zu rechnen. «In der Zwischenzeit gehen aus den verschiedensten Branchen Meldungen ein», erklärt Amtsleiterin Karin Jung. Nach wie vor seien die meisten Anmeldungen aus dem Bereich Messebau/Eventdienstleister und Markthändler/Verkäufer an Messen, die meisten aus dem Rheintal und St.Gallen.

**«Jede abgesagte Veranstaltung zieht einen Rattenschwanz nach sich, da auch sämtliche Zulieferer Einbussen erleiden.»**

Hansjörg Brunner,  
Präsident Thurgauer Gewerbeverband

#### **Olma Messen reichen Gesuch ein**

Die Olma Messen St.Gallen trifft das Veranstaltungsverbot hart. Sie hat die Immo Messe Schweiz, die letztes Jahr 14'000 Besucher anzog, aufgrund der unsicheren Situation von März auf Ende August verschoben, zudem wurden diverse grosse Veranstaltungen ganz abgesagt oder verschoben. Die Olma Messen haben eine Epidemieversicherung, die einen Teil des Schadens übernimmt. «Wir gehen davon aus, dass es sich um eine höhere fünfstellige Summe handeln wird», sagt Rolf Brun, Abteilungsleiter Fachmessen bei den Olma Messen St.Gallen – alleine für die Immo Messe. Als weitere Massnahmen sei ein Gesuch um Kurzarbeit für 22 Personen bis Mitte Mai eingereicht worden. «Es handelt sich praktisch bei allen um Handwerker und Planer, die infolge der abgesagten Ver-

anstaltungen keine Arbeit mehr haben», so Brun. Die Olma Messen St.Gallen sind derzeit zuversichtlich, dass die Olma wie geplant Mitte April stattfinden kann, ebenso die verschobene Immo Messe Schweiz Ende August.

Ein Gesuch um Kurzarbeit eingereicht hat auch der Messebauer Syma-System AG aus Kirchberg SG. «Als Sofortmassnahme bauen rund 70 Personen derzeit Überzeit ab», erklärt Geschäftsführer Beat Müller auf Anfrage. Entschädigt werden dem Unternehmen bei Kurzarbeit die verpassten Arbeitsstunden, nicht aber Ertragsausfälle. «Hier muss man in jedem einzelnen Fall abklären, wer die bereits angefallenen Kosten übernimmt», sagt Müller. Syma hofft nun auf einen guten Messeherbst, da bis Ende April bereits schon fast alle Veranstaltungen abgesagt wurden.

#### **FC St.Gallen Event AG prüft Kurzarbeit**

Auch für die FC St.Gallen Event AG sind die bisherigen Auswirkungen aufgrund der Spielpause beim Fussball gravierend: Einerseits fordern die möglichen Szenarien – Fortführung der Meisterschaft, Englische Wochen, Geisterspiele oder gar Abbruch der Saison – alle Geschäftsbereiche. Auf der anderen Seite fehlt die Arbeit im Tagesgeschäft. «Auch bei der Event AG wird derzeit Überzeit abgebaut», erklärt CEO Ivo Forster. Geprüft werde aber auch Kurzarbeit. Betroffen wären rund 25 Mitarbeiter. Der finanzielle Schaden sei zurzeit noch schwer abzuschätzen. Bei einem Geisterspiel fehlen aber Einnahmen von rund 300'000 Franken – Verluste von Zulieferanten nicht enthalten. Nebst Fussball wurden auch bereits Businesssevents abgesagt. Die Event AG prüfe derzeit, ob für einen Teilbereich Versicherungen in Anspruch genommen werden können.

Gerade im Bereich Veranstaltungen und Events spüren auch die Gastronomie und Hotellerie die Auswirkungen der Situation rund um das Coronavirus. «Viele Bankette werden abgesagt und diverse Betriebe, gerade auch in der Stadt St.Gallen, verzeichnen weniger Gäste am Mittag und abends sowie



**Noch keine Forderungen an die Politik.**

IHK-Chefökonom Alessandro Sgro



**300'000 Franken weniger pro Geisterspiel.**

Event-AG-CEO Ivo Forster



**Gesuche aus der Reise-, Gastro- und Eventbranche.**

Amtsleiter Daniel Wessner

einen Rückgang an Geschäftsessen und -übernachtungen», erklärt Walter Tobler, Präsident von Gastro St.Gallen, dem Kantonalverband für Hotellerie und Restauration. Erstmals gäbe es aus seiner Branche Gesuche um Kurzarbeit, so Tobler, da die Ausfälle direkt mit dem Coronavirus zusammenhängen und sie somit dazu berechtigt sei.

*«Nun gilt es, die Produktion koordiniert hochzufahren, um Lieferengpässe im asiatischen Raum möglichst zu vermeiden.»*

Yvonne Geiling, Mediensprecherin SFS

#### Exportwirtschaft betroffen

Den Rheintaler Befestigungstechnologiekonzern SFS aus Heerbrugg betrifft das Coronavirus ebenfalls. SFS unterhält in China drei Werke mit insgesamt rund 1700 Mitarbeitern. Aktuell wird dort wieder mit 70 bis 95 Prozent der Belegschaft gearbeitet, so SFS auf Anfrage. Auch die SFS Werke blieben aufgrund behördlicher Anweisung nach dem Chinesischen Neujahr temporär geschlossen - wie weite Teile der Chinesischen Wirtschaft. «Nun gilt es, die Produktion in China koordiniert hochzufahren, um Lieferengpässe im asiatischen Raum möglichst zeitnah abzuarbeiten», erklärt Mediensprecherin Yvonne Geiling. Kurzarbeit sei für SFS kein Thema.

Was die empfohlenen Massnahmen des Bundesrates für die Betriebe angehe, so wurden bei SFS nebst den Hygiene- und

Verhaltensanweisungen für die Mitarbeiter auch die Reinigungs- und Desinfektionsmassnahmen in den Betrieben verstärkt. Die Herkunft von externen Besuchern werde abgeklärt und auf die Teilnahme an grösseren Messen und auf Geschäftsreisen - wo möglich - verzichtet.

#### Keine Hamsterkäufe bei Migros Ostschweiz

Ähnlich klingt es bei Stadler aus Bussnang. Das Unternehmen hat eine Arbeitsgruppe eingesetzt und reagiert mit verschiedenen Massnahmen auf die Verbreitung des Coronavirus. Alle Mitarbeiter werden laufend über die Verhaltensregeln instruiert. «Zum Beispiel sind Geschäftsreisen auf das Nötigste zu reduzieren, stattdessen solle man auf Videokonferenzen oder Skype ausweichen», sagt Andreas Petrosino, stellvertretender Leiter Kommunikation und PR. Zudem gebe es für Mitarbeiter eine interne Hotline.

Die Migros Ostschweiz stelle kein verändertes Kundenverhalten fest wegen des Coronavirus - weder in den Supermärkten noch den Gastrobetrieben, so Mediensprecher Andreas Bühler. «Nur in der letzten Februarwoche wurde eine erhöhte Nachfrage nach lange haltbaren Lebensmitteln festgestellt», so Bühler. Bereits in der ersten Märzwoche habe sich die Nachfrage aber wieder normalisiert. Lieferengpässe gebe es einzig bei den Desinfektionsmitteln. Auch die Migros Ostschweiz ist vom Verbot betroffen; einzelne Tagungen und Anlässe wurden bereits verschoben oder abgesagt, weitere würden laufend geprüft.

#### Wirtschaftsverbände sind besorgt

Die Wirtschaftsverbände beobachten die Situation mit Besorgnis. So hält sich die Industrie- und Handelskammer St.Gallen-Appenzell derzeit zwar mit Forderungen an die Politik zurück, doch beobachte sie genau, wie sich die wirt-

Anzeige

15. St.Galler Festspiele  
26. Juni  
bis 10. Juli 2020

**Stiffelio**  
Oper von Giuseppe Verdi

**Gegen den Strom**  
Tanzstück von Dimo Kirilov Milev

**Konzerte**  
Spielarten der Liebe

Hauptsponsoren  
CREDIT SUISSE helvetia christianjakob.ch

Medienpartner  
Susanne und Martin Knechtli-Kradolfer-Stiftung TAGBLATT Neue Zürcher Zeitung LEADER

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

schaftliche Situation gerade in der Exportwirtschaft entwickelte, sagt Chefökonom Alessandro Sgro. Die wirtschaftlichen Auswirkungen seien noch schwer abschätzbar.

Besorgt ist auch der Thurgauer Gewerbeverband. Viele Unternehmen seien von der aktuellen Situation betroffen. «Jede abgesagte Veranstaltung zieht einen Rattenschwanz nach sich, da auch sämtliche Zulieferer Einbussen erleiden», sagt Präsident Hansjörg Brunner.

Zwischen dem ersten und zwölften März wurden beim Amt für Wirtschaft und Arbeit des Kantons Thurgau im Zusammenhang mit dem Coronavirus 38 Voranmeldungen für Kurzarbeit eingereicht. Davon wurden 31 bewilligt, 1 Gesuch wurde abgelehnt, 6 Voranmeldungen sind in Abklärung. «Wir rechnen mit einem starken Anstieg der Gesuche,» sagt Daniel Wessner, Leiter des AWA TG. Die Gesuche stammen von Unternehmen aus der Reise-, Gastro- und Eventbranche.

**«Aktuell werden Möglichkeiten zur Unterstützung in Absprache mit dem Bund und den Kantonen geprüft.»**

Bruno Damann, Vorsteher  
Volkswirtschaftsdepartement Kanton St.Gallen

**Schaden in Milliardenhöhe**

Für Hansjörg Brunner ist Kurzarbeit eine sinnvolle Möglichkeit für die Unternehmen. Zunächst gelte es nun, eine weitere Verbreitung des Virus einzudämmen. «Erst wenn das gelungen ist, sollten wir über Hilfsmassnahmen für die Wirtschaft diskutieren», sagt Brunner. Verbände, Gewerkschaften und Politik seien dann gemeinsam gefordert, sinnvolle und finanzierbare Lösungen zu finden. «Ich denke hier z. B. an beschleunigte Bewilligungsverfahren für Infrastrukturprojekte, Steuererleichterungen – an besondere Impulse, damit sich die Wirtschaft von einer allfälligen Konjunkturschwäche erholen und Arbeitsplätze erhalten könnte», so Brunner.

«Der volkswirtschaftliche Schaden lässt sich zur Zeit noch schwer abschätzen», hält der St.Galler Volkswirtschaftsdirektor Bruno Damann fest. «In der gesamten Schweiz dürften die Einbussen aber in die Milliarden gehen.» Verschiedene Konjunkturforschungsstellen hätten denn auch die Prognose für das Schweizer Wirtschaftswachstum 2020 gesenkt. Die Volkswirtschaftsdirektoren der Ostschweiz stünden regelmässig in Kontakt, tauschen sich über die aktuelle Situation aus und beteiligen sich am runden Tisch des WBF. «Aktuell werden Möglichkeiten zur Unterstützung in Absprache mit dem Bund und den Kantonen geprüft», hält Damann fest.

Text: Tanja Millius  
Bilder: zVg

# Woonig

Der digitale Immobilienverwalter



Die digitale Cloud Plattform für den Immobilienverwalter.

Perfektionieren Sie die Kommunikation zwischen Verwalter, Mieter und Handwerker / Hauswart!

– 24/7 –

– sprachbarrierenfrei –

– individuell konfigurierbar –

[www.woonig.com](http://www.woonig.com)



# Women's Careers – wie macht «frau» Karriere?

An diesem Event möchten wir den Stimmen aus Wissenschaft, Politik und Wirtschaft zum Thema «weibliche Karrieren» einen Rahmen geben und mit Ihnen zusammen über mögliche Massnahmen und Veränderungen diskutieren.

Donnerstag, 30. April 2020, ab 17 Uhr,  
Raum FZ0216, Fachhochschulzentrum St.Gallen

Kostenlose Anmeldung unter:  
[www.fhsg.ch/iqb-veranstaltungen](http://www.fhsg.ch/iqb-veranstaltungen)

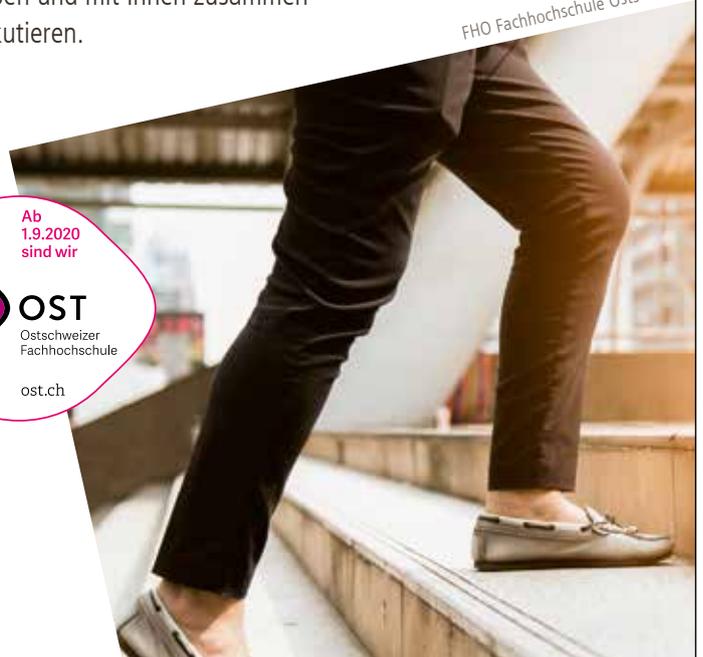
Medienpartner

**LEADER**

**FHS St.Gallen**  
Hochschule  
für Angewandte Wissenschaften



FHO Fachhochschule Ostschweiz



## UNTERNEHMERTAG

# Wachstum & Innovation

Dienstag, 5. Mai 2020, 13.30 – 17.20 Uhr  
Sperry-Halle, Vaduz

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



**Daniel Risch**  
Wirtschaftsminister



**Mathias Binswanger**  
Ökonom



**Ulrike Baumöl**  
Universitätsrektorin



**Diego Gabathuler**  
CEO Ivoclar Vivadent



**Günther Schuh**  
Gründer e.Go Mobile



**Alexander Ospelt**  
VRP Ospelt-Gruppe



**Anders Indset**  
Wirtschaftsphilosoph



**Mona Vetsch**  
Moderatorin

TRÄGER



HAUPTPARTNER



PARTNER

amag Vaduz



GASTGEBER



# Langweilig wird es ihm nicht

Toni Lee (\*1956) war bis Ende Januar CEO der Sennwalder Büromöbelherstellerin Sitag. Jetzt hat er sich aus der operativen Führung verabschiedet und ist in den Verwaltungsrat gewechselt. Im Gespräch mit LEADER-Chefredaktor Stephan Ziegler erinnert sich Lee an die Höhepunkte in seiner 16-jährigen Tätigkeit für Sitag und will nicht von grossen Fusstapfen sprechen, in die seine Nachfolger treten müssen.



*«Mit dem drittgrössten Hersteller Europas, einem Familienunternehmen, haben wir die beste Lösung gefunden.»*

**Toni Lee, Anfang Februar haben Sie – im Alter von 64 Jahren – die operative Führung der Sitag abgegeben und sind in den Verwaltungsrat gewechselt. War das baldige Erreichen der Pensionsgrenze der einzige Grund für den Wechsel?**

Sicher auch. Grundsätzlich sollte man aber seine Nachfolge frühzeitig regeln: Einerseits haben meine Partner und ich die Firma schon vor einigen Jahren an den drittgrössten Büro-einrichtungskonzern Europas, die Nowy Styl Group, verkauft, andererseits haben wir jetzt dafür gesorgt, dass nun auch die operative Leitung in jüngere Hände abgegeben wird.

**Jetzt haben Sie die Sitag seit 16 Jahren geprägt; Ihr Name ist beinahe untrennbar mit ihr verbunden.**

Natürlich ist damit eine Veränderung in meinem Leben eingetreten. Aber es ist nun mal so, dass man zur rechten Zeit eben loslassen muss. Ich habe damit kein Problem, denn auf der anderen Seite erwartet mich ein nächster Lebensabschnitt, in dem ich vieles machen kann, was bis jetzt zu kurz gekommen ist. Ich bin ein positiv denkender Mensch, der nach vorne schaut und daher auch gut loslassen kann.

**Und wird es gelingen, sich aus dem Verwaltungsrat heraus nicht mehr mit dem Tagesgeschäft zu beschäftigen?**

Meine Aufgabe im Verwaltungsrat ist nicht, operative Entscheidungen zu treffen. Ich sehe meine Aufgabe mehr darin, meine Erfahrungen, Marktkenntnisse und Beziehungen mitzubringen. Das ist auch der Grund, warum ich 2020 noch etwa 60 Prozent unterstützend mitarbeite. Aber wir haben die operativen und strategischen Aufgaben klar getrennt!

**Wie werden Ihre künftigen Arbeitstage also aussehen?**

Zwei bis drei Tage die Woche werde ich in der Firma sein, mein Beziehungsfeld pflegen und einige meiner langjährigen Kunden mitbetreuen. Weiter gibt es noch interne Projekte, die ich bis zur Fertigstellung begleiten werde.

**Und worauf freuen Sie sich in der neu gewonnenen Freizeit?**

Es ist schon ein neues Gefühl, mehr Zeit für Aktivitäten zu haben, die in der Vergangenheit aus zeitlichen Gründen zu kurz kamen. Dabei denke ich an Reisen, Golfen oder Skifahren auch mal an Werktagen – und natürlich daran, die neu gewonnene Freizeit einfach zu geniessen. Langweilig wird es mir sicher nicht! Und wer weiss, vielleicht gibt es auch noch ein paar neue Geschäftsaktivitäten.



**Toni Lee, Sitag-CEO von 2004 bis 2016: Weiter auf Erfolgskurs.**

**Sie konnten mit einem Rekordjahr abschliessen; 2019 hat die Sitag 30 Prozent mehr Umsatz gemacht. Das sind grosse Fussstapfen, in die Ihre Nachfolger Yilmaz Boduk und Christian Drapal treten ...**

Da muss man nicht von grossen Fussstapfen reden. Denn schliesslich haben unsere Mitarbeiter den grossen Teil dazu beigetragen. Dank unseren flexiblen Angestellten und den vielen Möglichkeiten dank der Zusammenarbeit mit unserer neuen Muttergesellschaft Nowy Styl ist uns diese Steigerung gelungen. Ich bin fest überzeugt, dass die neue Leitung weiter auf Erfolgskurs bleibt. Die Umsatzsteigerung im letzten Jahr war aber wirklich enorm, wenn man bedenkt, dass einige Hersteller Rückgänge zu verzeichnen hatten.

**Worauf führen Sie denn das erneute Spitzenergebnis – schon 2018 sind Sie rund 20 Prozent gewachsen – zurück?**

Wir haben unsere Strategie vor einigen Jahren angepasst und so vor allem im Bereich Grossobjekte unseren Anteil vergrössern können. In Zukunft werden wir noch stärker auf weitere Zielgruppen setzen, denn unsere Produktpalette ist dank der Nowy Styl Group enorm breit. So werden wir in der Lage sein, nebst Büromöbeln auch Produkte im Health-Care-Bereich anzubieten. Nebst der Anpassung der Produktpalette haben wir in den letzten Jahren auch Millionen in eine flexible Produktion investiert, was uns hilft, Kundenwünsche bis ins Detail zu erfüllen.

**Die Sitag ist jetzt bei einem Umsatz von rund 41 Millionen angelangt. Wohin führt dieser Weg in Zukunft – immer noch so steil nach oben?**

Selbstverständlich ist es unser Ziel, unseren Marktanteil stetig zu erhöhen. Steigerungen, wie wir sie in den letzten zwei

Jahren erleben durften, wird es wohl 2020 kaum geben. Das Ganze ist ja auch abhängig davon, wie sich das wirtschaftliche Umfeld entwickelt. Bei guter Konjunktur werden wir die Umsätze auch in Zukunft sicher steigern können.

### **Neu gibt es bei der Sitag keinen CEO mehr, sondern mit Boduk und Drupal zwei Managing Directors. Warum?**

Das ist eine Vorgabe unserer Konzernmutter Nowy Styl. In allen Nowy-Styl-Unternehmen gibt es zwei Managing Directors und keine CEOs mehr. So besteht ein kleineres Risiko von Know-how-Verlust, falls ein Geschäftsleiter eine neue Herausforderung annimmt oder ausfällt. Wir glauben aber auch, dass zwei Managing Directors zusammen mehr Kreativität entwickeln und somit für die Firma mehr einbringen können. Wichtig ist natürlich, dass sich die beiden Herren gut verstehen, ansonsten die Angelegenheit kontraproduktiv werden könnte.

### **Und wie sieht die Aufgabenteilung der beiden Directors genau aus?**

Yilmaz Boduk, schon seit 30 Jahren bei der Sitag, wird wie bis anhin die Bereiche Sales, Marketing und Product Management führen. Christian Drupal, der neu zu uns gestossen ist, wird sich stärker auf die Bereiche Produktion, Beschaffung, Rechnungswesen, IT und Customer-Service konzentrieren.

*«Wir werden in der Lage sein, nebst Büromöbeln auch Produkte im Health-Care-Bereich anzubieten.»*

### **Sie waren während rund sechs Jahren Teilhaber an der Sitag, bevor sie 2015 an die polnische Nowy Styl Group verkauft wurde. War diese Nachfolgeregelung damals eine Wunsch- oder eine Notlösung, weil es für kleinere Hersteller immer schwieriger wird, sich auf dem Weltmarkt zu behaupten?**

Von Notlösung will ich nicht sprechen; die Sitag war und ist ein rentabler Betrieb. Wir waren uns aber sicher, dass eine Unternehmung in unserer Branche mit unserer Grösse langfristig nicht überleben kann. Somit war der damalige Verkauf eine klare Wunschlösung: Man muss frühzeitig die Weichen stellen, damit die Unternehmung sich weiterentwickeln kann. Wir sind überzeugt, dass alle kleineren Hersteller in der Büromöbelbranche von grösseren Playern aufgekauft werden. Kleinere Betriebe können sich die Entwicklungskosten für neue Produkte nicht mehr leisten. Wichtig ist dabei, an wen ein Unternehmen verkauft wird. Mit dem drittgrössten Hersteller Europas, einem Familienunternehmen, haben wir die absolut beste Lösung gefunden.

### **Apropos Teilhaber: Ist das heutige Management auch noch an der Sitag beteiligt?**

Nein, alle Aktien sind heute im Eigentum der Nowy Styl Group. Diese ist heute zur Mehrheit in Familienbesitz der Familie Krzanowski aus Polen. Nowy Styl wurde vor rund 27 Jahren gegründet und erzielt heute mit rund 7000 Mitarbeitern einen Umsatz von rund 600 Millionen Franken.

### **Was waren für Sie seit 2004, als Sie bei der Sitag anfangen, die Höhepunkte – abgesehen von der Übernahme?**

Wir haben seit 2004 auch turbulente Zeiten durchlebt. Als ich in die Firma eintrat, gehörte die Sitag zum damals grössten Hersteller Europas, der holländischen Samas-Gruppe, die über eine Milliarde Umsatz generierte. Diese Gruppe existiert heute nicht mehr, was zeigt, dass da viel geschehen ist. Ein erster Höhepunkt war der Tag, als wir zusammen mit einem holländischen Investor die Sitag aus diesem Konzern zu interessanten Bedingungen kaufen konnten. Mit der Firma Nimbus aus Holland fanden wir den passenden Partner für diese Operation. Wir konnten danach wieder richtig investieren und so die Firma Jahr für Jahr modernisieren. Der zweite Höhepunkt war dann, dass wir in der Nowy Styl wieder den richtigen Partner gefunden haben, der bei uns eingestiegen ist und so der Firma ein weiteres Wachstum ermöglicht hat. Das waren in meiner 34-jährigen Tätigkeit in der Büromöbelbranche wohl die Highlights.

### **Nowy Styl hat Anfang 2019 die Kusch+Co in Deutschland übernommen. Der Objektmöbelhersteller vertreibt neben Büroeinrichtungen auch Lösungen für Flughäfen, Hafenterminals, Krankenhäuser und Pflegeeinrichtungen. Vor allem für das Gesundheitswesen im Schweizer Markt erhofft sich Sitag damit einiges, teilte Sitag anfangs Februar mit. Worauf konzentrieren sich hier Ihre Hoffnungen?**

Dank all diesen neuen Segmenten werden wir in Zukunft unsere Tätigkeiten stärker differenzieren können. Zum Beispiel hat der Flughafen Kloten im Wartebereich viele Produkte von Kusch. Im Moment werden solche Installationen in Peking und Singapur von unserer Gruppe eingerichtet. Viel wichtiger ist für uns aber der Bereich Krankenhäuser und Betagten-Residenzen: Für diesen haben wir heute anspruchsvolle Produkte. Hier werden wir eine neues Profitcenter aufbauen und diesen Markt mit eigens dafür ausgebildeten Beratern bearbeiten. Diese Bereiche haben Wachstum und sind für uns eine echte Chance!

### **Zum Schluss: 2019 haben Sie drei Sitag & Nowy Styl Flagship-Points in Sennwald, Bachenbülach und Nyon sowie einer hochmodernen Produktionsstätte in Sennwald eingerichtet. Was werden die wichtigsten Neuerungen 2020 sein?**

Wir sind daran, einen neuen Flagship-Point in Zürich zu suchen und einzurichten. Das soll bis spätestens 2021 geschehen. In Sennwald stehen für 2020 keine grösseren Investitionen an, da wir letztes Jahr mit einer neuen Absauganlage, neuer Heizung und einem neuen Maschinencenter über zwei Millionen Franken investiert haben. Hingegen werden wir mit neuen Produkten sowohl im Stuhl- wie auch im Möbelbereich auf den Markt gelangen. Produktionstechnisch sind wir daran, bei gewissen Produktionsprozessen einen versetzten Zweischichtbetrieb aufzubauen, um die grösseren Mengen termingerecht produzieren zu können.

**Text:** Stephan Ziegler  
**Bilder:** Thomas Hary



Dennis Reichardt, Inhaber Die Klimamacher AG:

**Die beste Lösung.**

# Reichardt übernimmt das Ruder

**Per 1. April übernimmt der bisherige Mitinhaber Dennis Reichardt sämtliche Aktien seines Geschäftspartners Peter Stark. Zugleich erfolgt die Umfirmierung der Otto Keller AG in «Die Klimamacher AG». Ein Schritt, der schon länger angedacht war und nun umgesetzt wird.**

Ein Blick zurück zeigt: Otto Keller hatte ein gutes Gespür für erfolgreiche Geschäfte. Was als Einzelfirma für Heizungsinstallationen begann, wuchs zum Familienunternehmen und ist heute ein Betrieb mit 130 Mitarbeitern – der grösste unternehmergeführte Gebäudetechnikbetrieb im Thurgau. Dennis Reichardt, selber seit 1998 im Unternehmen tätig, übernahm 2009 die Geschäftsführung der Otto Keller AG. 2011 erfolgte ein Management-Buy-out zusammen mit Geschäftspartner Peter Stark. Unter ihrer Führung wuchs die Firma weiter und erweiterte mit der Übernahme der Ackermann AG aus Egnach ihre Geschäftstätigkeit um den Bereich Sanitär.

## Fokus auf Marke

Das Unternehmen trat weiterhin als «Otto Keller AG» auf, gab sich aber den zusätzlichen Markennamen «DieKlimacher.ch» mit gleichnamiger Webseite. Ab 1. April heisst die Firma nun ausschliesslich «Die Klimamacher AG». «Wir haben uns das schon lange überlegt», sagt Geschäftsführer und Inhaber Dennis Reichardt. Sie hätten den Brand denn auch in den letzten Jahren stark gepusht. Die Kunden seien aber zum Teil verwirrt gewesen, wie die Firma nun heisse. «Dies und andere Überlegungen bewogen uns, weg vom Personen- hin zum Markennamen zu gehen», sagt Reichardt. Mit der ursprünglichen Besitzerfamilie sei dies im Vorfeld abgesprochen worden. «Sie waren einverstanden», erklärt Reichardt. Er ist überzeugt, dass «Die Klimamacher AG» als alleiniger Brand vom Markt positiv aufgenommen wird.

*«Das Schlimmste für eine Firma ist, wenn alle gleichzeitig 65 und pensioniert werden.»*

Gleichzeitig mit der Umfirmierung übernimmt Dennis Reichardt zusammen mit seiner Frau sämtliche Aktien seines Geschäftspartners Peter Stark. Dieses Vorgehen wurde zwischen den beiden Geschäftspartnern bereits beim Management-Buy-out vereinbart, sagt Peter Stark. «Ich plane meine Pension und möchte in den nächsten zwei bis drei Jahren mit einem kleineren Pensum von 50 Prozent in der Firma weiterarbeiten», erklärt Stark. Als CFO werde er sich dabei künftig vermehrt den strategischen Fragen in den Bereichen

Finanzen und Personal widmen und sich weitgehend aus dem Tagesgeschäft zurückziehen.

Für Stark macht deshalb Sinn, sein Aktienpaket auf diesen Zeitpunkt hin zu veräussern. «Für uns war klar, dass wir keinen externen Investor wollten. Diese Lösung ist für uns die beste», so Stark. «Wir planen damit langfristig – und das schafft bei unseren Kunden auch Vertrauen», ergänzt Reichardt.

## Wachstum konsolidieren

Aktuell sei die Strategie der Klimamacher, das bisherige Wachstum zu konsolidieren und weiter zu stärken. «Erkauftes» Wachstum, also weitere Firmenkäufe, sei aktuell nicht geplant, so Reichardt. Wichtig sei ihm nach wie vor eine gute Nachwuchsförderung, denn auch die Klimamacher spüren den Fachkräftemangel. «Wir betreiben seit zwölf Jahren eine aktive Nachwuchsförderung und konnten so einen gewissen Fachkräftemangel kompensieren», sagt Reichardt. Aktuell werden 19 Lehrlinge ausgebildet. Ziel sei aber, dass die Lehrlinge nach der Ausbildung Erfahrungen in anderen Betrieben sammeln. Wenn ein Teil von ihnen wieder zu den Klimamachern zurückkehre, sei dies für sie als Lehrbetrieb das schönste Kompliment.

Nachwuchsförderung betreiben die Klimamacher auch auf Managementstufe. «Wir fördern junge Fachleute, sodass wir in der Geschäftsleitung nicht überaltern oder den Draht zur neuen Generation verlieren», sagt Dennis Reichardt. «Das Schlimmste für eine Firma ist, wenn alle gleichzeitig 65 und pensioniert werden.»

Die Auftragslage für Die Klimamacher AG sieht derzeit gut aus: Die Auftragsbücher seien gut gefüllt, sagt Reichardt. «Somit blicken wir optimistisch in die Zukunft», sagt er. Bisher habe auch das Coronavirus keine Auswirkungen auf seinen Betrieb. «Unsere Mitarbeiter sind nicht im Hotspot», sagt Reichardt. Sie seien nicht so gefährdet wie etwa ein Callcenter, wo viele Leute auf engem Raum arbeiten. Und auch Messeauftritte seien aktuell keine geplant. Die Mitarbeiter seien zudem alle über die empfohlenen Hygienemassnahmen informiert. «Das Schlimmste, was uns passieren könnte, wäre, wenn wir nicht mehr arbeiten dürften», sagt Reichardt. Davon gehe man aber derzeit nicht aus.

**Text:** Tanja Millius  
**Bild:** Thomas Hary

# Wird die Koch & Gsell AG doch noch gerettet?

Ende September 2019 wurde bekannt, dass die Koch & Gsell AG aus Steinach, Produzentin der Heimat-Hanf-Zigarette, eine Nachlassstundung beantragen musste. Heute wie damals ist Roger Koch überzeugt, dass ein Konkurs abgewendet und sein Unternehmen gerettet werden könne. Das Geschäft laufe wieder, sagt der CEO. Zudem habe man eine Verlängerung der Nachlassstundung beantragt und führe intensive Verhandlungen mit Gläubigern und möglichen Investoren.

Es geht um offene Rechnungen in Millionenhöhe. Gemäss Unterlagen, die dem LEADER vorliegen, schuldet die Koch & Gsell AG alleine der Eid. Zollverwaltung über drei Millionen Franken. Dazu kommen über eine Million Franken, die bei Hanfproduzenten offen sind, und weitere Forderungen, wie beispielsweise von der British American Tobacco Switzerland SA. Forderungen, die von der Sozialversicherungsanstalt in St.Gallen gestellt wurden, seien unterdessen beglichen worden, heisst es. «Ein Grossteil der Gläubiger zeigt sich uns gegenüber sehr wohlwollend», erklärt Roger Koch gegenüber dem LEADER. Auch mit der Zollverwaltung sei man im Gespräch. Möglich sei dies nicht zuletzt geworden, weil man die Kosten senken konnte und seit Januar wieder profitabel sei.

## **Strafantrag aus Luxemburg**

In diesem Zusammenhang dementiert Roger Koch Gerüchte, wonach die Löhne seiner Angestellten vom Kanton bezahlt worden wären bzw. immer noch würden: «Das stimmt nicht! Die Löhne wurden immer aus dem Umsatz bezahlt.» Bestätigt hat Koch hingegen, dass eine Verlängerung der Nachlassstundung bis zum 20. Juli 2020 beantragt wurde. Die erste Stundung läuft am 20. März 2020 ab. Wird die Verlängerung der Nachlassstundung bewilligt, wäre das grundsätzlich ein gutes Zeichen. Bestünde nämlich gar keine Chance darauf, dass die Koch & Gsell AG gerettet werden kann, würden die Nachlassrichter einer Verlängerung wohl auch nicht zustimmen. (Anm. der Red.: Bei Redaktionsschluss war noch nicht entschieden, ob die Verlängerung der Nachlassstundung bewilligt wird.)

Nicht ganz daran glauben kann oder will offenbar die Firma Handelskontor Nideranven S.A. aus Luxemburg, die ebenfalls zu den Gläubigern gehört. Der LEADER weiss: Im Dezember 2019 hat das Handelskontor beim Untersuchungsamt St.Gallen einen Strafantrag gegen die Koch & Gsell AG eingereicht. Es geht um eine offene Rechnung in der Höhe von drei Millionen Euro für Maschinen, die von der Luxemburger Firma

an Koch & Gsell geliefert und dort für die Herstellung und die Verpackung der Heimat-Zigaretten verwendet wurden. Gemäss Strafantrag sollen die vereinbarten Zahlungsmodalitäten nicht eingehalten worden sein. Weil das Verfahren noch läuft, will sich man sich bei Koch & Gsell erwartungsgemäss nicht dazu äussern.

## **Blauäugig und vom Erfolg «übertropelt»**

Etwas weniger bedeckt gibt sich Roger Koch auf die Frage nach möglichen Investoren, die er bereits Ende 2019 erwähnte und die das Unternehmen aus Steinach möglicherweise retten könnten. «Wir sind in der Schlussphase mit einer grösseren ausländischen Investorengruppe. Um die Verhandlungen in keinsten Weise zu tangieren, können wir aktuell aber keine Details zum Deal herausgeben. Sobald alles unter Dach und Fach ist, werden wir öffentlich informieren», sagt Koch. Definitiv vom Tisch sei aber ein Börsengang in Kanada. Damit hätte man enorme regulatorische Auflagen erfüllen müssen. Der Fokus liege nun auf den Verhandlungen mit der besagten Investorengruppe. Wann diese Verhandlungen definitiv abgeschlossen sein werden, lässt Koch offen.

Die Koch & Gsell AG ist ein Opfer ihres eigenen Erfolgs: Mitte 2017 hatte das Steinacher Unternehmen die ersten Zigaretten aus CBD-haltigem Hanf auf den Markt gebracht und es dauerte nicht lange, bis erste Investoren auf das Ostschweizer Start-up aufmerksam wurden. Bestärkt durch das schnelle Wachstum, lehnte Roger Koch ihre Angebote jedoch ab. Er ging davon aus, dass man es alleine schaffen könne. Die Zahlen sprachen damals durchaus dafür: Verkaufte man zu Beginn noch rund 2000 Päckchen Heimat-Zigaretten pro Woche, waren es kurze Zeit später bereits 13'000.

Um die rasant steigende Nachfrage zu befriedigen, und weil die alten Maschinen zu viel Ausschuss produzierten, wurden neue Maschinen angeschafft. Dass dies reichlich blauäugig war, ist Roger Koch heute klar, wie er gegenüber LEADER sagt. Dass es so weit gekommen ist, tue ihm leid.

A photograph of Roger Koch, CEO of Koch & Gsell, standing in a factory. He is wearing a dark blue jacket with the 'Herimat' logo on the chest, a light blue shirt, and glasses. He is smiling and pointing towards the camera. The background shows industrial machinery and equipment.

Koch&Gsell-CEO Roger Koch:

## Vom Erfolg überrumpelt.

Die Koch & Gsell AG ist ein 2015 gegründetes Start-up aus Steinach, das 2017 die weltweit erste Tabak-Hanf Zigarette auf den Markt und sorgte damit international für Aufsehen. Im Sommer 2019 lancierte die Koch & Gsell AG Europas ersten industriell gefertigten Zigaretten aus purem Hanf. Da Hanf aufgrund des enthaltenen Harzes nicht wie Tabak verarbeitet werden kann, stellen diese Produkte technisch eine Innovation dar. Die für die Herstellung der Produkte verwendeten Verfahren hat Koch & Gsell patentieren lassen.

**Text:** Patrick Stämpfli  
**Bild:** Thomas Hary

# «Die ‹Kraft der Stille› erleben»

Michael Glinski (45) ist Geschäftsführer der Porsche Schweiz AG. Vor der Premiere des neuen Taycan am 29. Februar reiste er nach St.Gallen, um mit Porsche-Zentrum-St.Gallen-Geschäftsführer Gregor Bucher über den ersten vollelektrischen Porsche zu fachsimpeln – und um das Vorurteil zu widerlegen, dass sich Strom und Sport ausschliessen.

## Michael Glinski, sind Sie das erste Mal in St.Gallen?

(Lacht) Nein, ich kenne St.Gallen inzwischen gut, da ich sicherzwei- oder dreimal im Jahr hier bin. Ich komme sehr gerne in die Ostschweiz, unter anderem weil wir eine enge, partnerschaftliche Zusammenarbeit mit dem Porsche Zentrum St.Gallen pflegen.

## Vor Ihrem Engagement in der Schweiz waren Sie auch in Frankreich tätig. Gibt es wesentlich Unterschiede zwischen den Porsche-Käufern in den beiden Ländern?

**MG:** Gemeinsam ist den Porsche-Enthusiasten in Frankreich und der Schweiz, dass sie alle sehr Motorsport-affin sind und ein reges Clubleben pflegen. Die Schweizer Porsche-Kundschaft ist aber im Schnitt etwas jünger als die französische und stattet ihre Fahrzeuge noch individueller aus. Und: Das Interesse an Hybridfahrzeugen und ganz besonders am neuen vollelektrischen Taycan ist hierzulande grösser.

*Der vollelektrische Taycan kann seit Ende Februar im Porsche Zentrum St.Gallen erlebt werden.*

## Gregor Bucher, stellen Sie regionale Unterschiede in der Schweiz fest?

**GB:** Ja – in der Ostschweiz entscheidet sich die Mehrheit der Käuferinnen und Käufer für Allradmodelle. Und der Leasinganteil ist hier geringer als anderswo in der Schweiz. Beachtenswert ist auch, dass die Ostschweizer eher aufs Interieur setzen als beispielsweise die Tessiner, die mehr ins Exterieur investieren.

## Erstaunlich ist, dass das aktuelle Erfolgsmodell von Porsche nicht der 911 ist, sondern der Macan. Worauf führen Sie seine Beliebtheit zurück?

**MG:** Der Macan ist der Porsche unter den SUV! Das B-SUV-Segment – also die kompakten Geländegänger – wächst insgesamt rasant, da passt der Macan mit seiner Länge von 4.68m perfekt in den Zeitgeist. Mit dem Macan konnten wir im Übrigen eine neue Zielgruppe für die Marke Porsche begeistern.

## Ende Februar feiert der Taycan seine Schweizpremiere. Wie ist das Geschäft mit dem ersten vollelektrischen Porsche angelaufen?

**MG:** Sehr gut! Wir konnten weltweit schon über 15'000 Bestellungen verzeichnen. Besonders ist, dass viele Käuferinnen und Käufer den Taycan noch nie gefahren sind, aber genug Vertrauen in unsere Marke haben, um ein Fahrzeug ungesehen zu bestellen. Wir planen derzeit, in diesem Jahr 20'000 Taycan zu produzieren und damit mehr als ursprünglich geplant.

## Sind es eher Porsche-Kunden, die einen Taycan kaufen oder Wechselkunden, die nach einer Tesla-Alternative gesucht haben?

**MG:** Die eine Hälfte sind bestehende Porsche-Kunden, die andere Hälfte sind Menschen, die bisher vor allem alternativ angetriebene Fahrzeuge bei anderen Herstellern gekauft haben. Mit dem Taycan gibt es nun den ersten vollelektrischen Sportwagen.

## Besteht mit dem Taycan nicht die Gefahr, dass Modellreihen wie 911 oder Panamera kannibalisiert werden?

**GB:** Wir sehen eher Vorteile: Bestehende Porsche-Besitzer schaffen sich mit dem Taycan einen weiteren Sportwagen an und Elektroenthusiasten werden jetzt auch bei Porsche fündig. Wir weiten also unsere Zielgruppe aus und wachsen im und durch das Segment der elektrischen Sportwagen. Porsche hat alleine in Zuffenhausen 2000 neue Mitarbeiter für den Taycan angestellt und investiert bis 2022 über sechs Milliarden Euro in die Elektromobilität.

## Und wann werden wir den elektrischen 911 haben?

**MG:** Das nächste vollelektrische Modell wird nach dem Taycan Cross Turismo der Macan sein. Die aktuelle 911-Plattform ist so ausgelegt, dass sie ein Plug-in-Hybridmodul aufnehmen kann. Wir beobachten die Batterie-Entwicklung ganz genau, um mit einem Hybrid-911 die Porsche-typische Performance zu erreichen. Das ist allerdings zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht gegeben.

## Porsche betonte in der Vergangenheit immer, dass Porsche eine Sportwagenmarke sei. Bedeutet die Elektrifizierung eine Abkehr hin zu einer grünen Marke?



*Der Taycan wird CO<sub>2</sub>-neutral gebaut, hat null lokale Emissionen – und ist trotzdem ein reinrassiger Sportwagen wie jeder Porsche.*

Porsche-Schweiz-CEO Michael Glinski und Porsche-Zentrum-St.Gallen-Geschäftsführer Gregor Bucher stellen den Taycan vor.

**MG:** Porsche und Nachhaltigkeit passen gut zusammen und Nachhaltigkeit ist bereits seit einigen Jahren in unserer Strategie verankert. Der Taycan vereint beides: CO<sub>2</sub>-neutral gebaut, mit null lokalen Emissionen – und trotzdem ein reinrassiger Sportwagen wie jeder Porsche. Die Schweizer Regionen wie auch die Weltregionen entwickeln sich im Bereich der Elektromobilität unterschiedlich, und so werden wir in Zukunft unseren Käufern drei Motorisierungsvarianten anbieten – Benziner, Hybride und reine Elektrofahrzeuge.

**Am Racehöck des Porsche Zentrums St.Gallen sagte der Porsche-Motorsport-Leiter Europa Süd, Olivier Köppen, dass Porsche sich weiterhin dem Motorsport verpflichte und Rennfahrzeuge baue. Ist es nicht ein Widerspruch zur grünen Welle?**

**MG:** Nun, es heisst ja «Motorsport» und nicht «Benzinsport». Ich habe einst auch gedacht, dass nur Benzinmotoren Emotionen auslösen könnten – bis ich zum ersten Mal mit einem Taycan auf die Rennstrecke durfte. Da konnte ich die «Kraft der Stille» erleben und ich darf Ihnen sagen: Das sind Emotionen pur! Diese Fahrdynamik und brachiale Beschleunigung sind unbeschreiblich! Wichtig ist, dass der Motorsport für uns nach wie vor ein Innovationstreiber ist: In Zukunft nicht nur mit Verbrenner-, sondern auch mit Elektromotoren wie in der Formel E. So bieten wir für jeden Kundengeschmack den richtigen Sportwagen.

**2020 soll der Flottenmix bei 95 g CO<sub>2</sub>/km liegen. Wie wollen Sie dies mit leistungsstarken Modellen wie 911 Turbo, Cayenne oder Macan GTS schaffen?**

**MG:** Porsche wird aufgrund der strategischen Weichenstellungen in Zukunft diese Grenzwerte aus eigener Kraft unter-

schreiten und schon 2025 rund die Hälfte aller Porsche mit einem Stecker ausliefern – ob als reine Elektrofahrzeuge oder als Hybrid-Modelle.

**Und wie sieht die Elektrifizierung in den Porsche Zentren in der Schweiz aus, sind die darauf vorbereitet?**

**MG:** Alle Porsche Zentren sind entsprechend aufgerüstet worden. Die Porsche Zentren Zug und Genf haben beispielsweise bereits DC-Premium-Ladestationen. Die Elektromobilität umfasst neben der Infrastruktur zudem auch die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter sowie das Definieren neuer Jobrollen. Hier arbeiten wir sehr eng mit der gesamten Handelsorganisation zusammen.

**GB:** Das Porsche Zentrum St.Gallen ist eines der neusten Porsche Zentren der Schweiz und verfügt bereits über einen Anschluss auf Mittelspannungsebene und mit zehn Anschlüssen von bis zu 50kW Leistung über genügend Kapazität für eine weitergehende Elektrifizierung. Zusätzlich werden dieses Jahr zwei Schnelllade-Stationen dazu kommen. Für die nötige Strompower ist also gesorgt!

**Der neue Taycan**

Zwei Synchronmotoren mit einer Systemleistung von über 600PS beschleunigen den Elektrosportler in deutlich weniger als 3,2 Sekunden auf Tempo 100 und in unter elf Sekunden auf 200km/h. Die maximale Reichweite beträgt 450 km. Der Allradler verfügt über eine 800-Volt-Architektur und ist für das Laden am Schnellladenetz vorbereitet. In ungefähr 20 Minuten lässt sich die Batterie auf 80 Prozent aufladen.

# Besser, schneller, intelligenter

HSG-Professor Kuno Schedler und Christian Geiger, Chief Digital Officer der Stadt St.Gallen, definieren im Gespräch, was eine Smart City von einem Smart Government unterscheidet, erklären, warum sich die Politik oft schwertut, «cleverere Verwaltungen» zu implementieren, und zerstreuen Bedenken bezüglich des Datenschutzes. Einig sind sie sich, dass smartere Verwaltungen auch einen Standortvorteil für die Wirtschaft bedeuten.



**Dr. Christian Geiger** ist als Chief Digital Officer seit 2017 zentraler «Kümmerer» für die Themen der Digitalisierung in der Stadt-St.Galler Verwaltung. Er verantwortet die strategische digitale Gesamtausrichtung der Stadt. Geiger ist in digitalen Dingen wie Smart City und Open Data zudem der richtige Ansprechpartner für die Bevölkerung, Unternehmen oder Wissenschaft.

**Prof. Dr. Kuno Schedler** ist seit 1996 Professor für Public Management an der Universität St.Gallen. Er hat an seinem Institut das «Smart Government Lab» gegründet, in dem die Auswirkungen der smarten Technologien auf die öffentliche Verwaltung beforscht werden. Daneben war Schedler bis Ende Januar 2020 Prorektor für Forschung und Faculty an der HSG.

### **Kuno Schedler, Christian Geiger, lassen Sie uns zu Beginn einen Begriff definieren: Was bedeutet Smart Government?**

**Schedler:** Smart Government bedeutet, dass der Staat seine Leistungen aufgrund verfügbarer Daten besser, schneller, intelligenter erbringen kann als vorher. Es ist die Weiterentwicklung des E-Governments.

### **Und was ist eine Smart City?**

**Geiger:** Bei der Smart City St.Gallen geht es darum, die Lebensqualität der Einwohner sowie die Standortqualität für die Unternehmen zu erhöhen. Dabei sollen weniger Ressourcen verbraucht werden. Gleichzeitig soll die Bevölkerung in diesen Veränderungsprozess einbezogen werden. Smart Government ist hierbei ein Teil der Smart City.

### **Was macht eine Verwaltung smart, was eine Stadt?**

**Schedler:** Die Verwaltung organisiert jene staatlichen Leistungen, die es braucht, damit eine Stadt funktionieren kann.

**Geiger:** Eine smarte Stadt besteht nicht nur aus intelligenten technischen Lösungen. Smarte – also clevere – Lösungen müssen nicht zwingend digital sein. Smarte Lösungen zu finden bedeutet, sozial, ökonomisch und ökologisch nachhaltig zum Wohle unserer Gesellschaft zu handeln.

### **Und was sind die Vorteile, die sich daraus für Mensch, Wirtschaft und Umwelt ergeben?**

**Schedler:** Die Menschen, die in einer Stadt leben, möchten sich sicher fühlen, ihren Abfall ordentlich eingesammelt und verwertet wissen, ihre Kinder gut ausgebildet sehen usw. Wenn diese Leistungen dank verfügbarer Daten und Technologie noch besser erbracht werden, ist allen gedient.

### **Vor einigen Jahren sprach man noch vom eGovernment, heute soll ebendieses «smart» sein. Alter Wein in neuen Schläuchen?**

**Schedler:** Nein, es ist eine Weiterentwicklung. E-Government hat sich darauf konzentriert, bisher analoge Prozesse neu über das Internet anzubieten. Bei Smart Government setzt man darauf auf, aber nutzt die Daten noch viel besser.

### **Für die Einführung von Smart Government müssten technische (Infrastruktur) und gesetzliche (Datenschutz) Hürden genommen werden. Welche sind höher?**

**Geiger:** Technik und Gesetz können beide sowohl als «Verhinderer» als auch «Ermöglicher» fungieren. Das unterscheidet sich von Fall zu Fall.

### **Und wer entscheidet schlussendlich darüber, wie, wo und wie umfassend Smart Government eingeführt wird?**

**Geiger:** Das ist eine politische Entscheidung, die im Stadtrat und im Stadtparlament gefällt wird. Dort muss entschieden werden, welche Massnahmen in welchem Tempo umgesetzt werden sollen.

**Schedler:** Dazu müssen die Politiker aber verstehen, welchen Nutzen Smart Government bringt.

### **Wo sehen Sie also die grössten Stolpersteine auf diesem Weg?**

**Schedler:** Die Schweizer Gemeinwesen leben oft in einer Kultur des «kein Risiko eingehen». Wenn es uns gelingt, einfach mal einige Test-Projekte zu machen und daraus zu lernen, ist schon viel gewonnen.

**Öffentliche Verwaltungen besitzen heute eine Unmenge von Daten ihrer Einwohner, mit denen sie ihr Verhalten und ihre Vorlieben analysieren und sich danach ausrichten könnten. Trotzdem werden diese noch wenig genutzt. Können sie nicht oder dürfen sie nicht?**

**Geiger:** Für uns gilt das Datenschutzgesetz des Kantons. Als Stadt sind wir dazu gehalten, nur so viele persönliche Daten zu sammeln, zu bearbeiten und zu nutzen, wie unbedingt nötig ist. Dabei basiert die Bearbeitung der Daten immer auf einer rechtlichen Grundlage.

*«Mit der Digitalisierung verändern sich in der Wirtschaft, aber auch in der Verwaltung zahlreiche Berufsbilder und Aufgaben.»*

### **Private wie Amazon oder Google nutzen die Userdaten in extremis. Warum tut sich die Verwaltung damit schwer?**

**Schedler:** Weil der Staat gegenüber seinen Einwohnern eine grössere Verantwortung hat als Private. Vom Staat wird deutlich mehr erwartet als von Google. Das ist paradox, ist aber so.

### **Mit Daten werden das tatsächliche Verhalten der Bürger und nicht subjektive Aussagen abgebildet. Kann das zur Folge haben, dass künftig Algorithmen und nicht mehr Menschen Entscheidungen über die Einwohner treffen?**

**Geiger:** Entscheidungen sollten generell durch Menschen erfolgen. Daten können jedoch wertvolle Erkenntnisse bei der Entscheidungsfindung liefern und diese unterstützen.

**Schedler:** Die algorithmische Entscheidungsfindung ist tatsächlich ein aktuelles Forschungsthema bei uns. Was darf an Algorithmen delegiert werden, was nicht? Eine super entscheidende Frage!

### **Und es könnte auch zur Folge haben, dass Verwaltungseinheiten ganz wegfallen. Wie ist daher der innere Widerstand von Verwaltungen gegen Smart Government zu gewichten?**

**Geiger:** Es werden bisherige Tätigkeiten wegfallen – und es werden neue hinzukommen. Mit der Digitalisierung verändern sich in der Wirtschaft, aber auch in der Verwaltung zahlreiche Berufsbilder und Aufgaben. Ausgebildete Fachkräfte fehlen, auch wegen des demografischen Wandels. Aus diesem Grund ist es wichtig, bereits jetzt gemeinsam diese Veränderungen anzugehen, ein Verständnis zu schaffen und Wissen zum Thema und zukünftigen Herausforderungen aufzubauen. So handeln wir gleichermaßen zukunftsorientiert wie auch verantwortungsbewusst.

**Schedler:** Mir ist kein Fall bekannt, in dem eine ganze Verwaltungseinheit weggefallen ist. Die Menschen in der Verwaltung werden anders arbeiten, aber nicht weniger.

### **Eignet sich Smart Government auch für kleinere Gemeinden mit weniger Verwaltungsaufwand als grosse Städte?**

**Schedler:** Wir vermuten, dass das möglich ist. Allerdings werden kleinere Gemeinden ihre technischen Lösungen nicht selbst einkaufen oder entwickeln, sondern im Verbund mit anderen.

FDP  
Die Liberalen

Beat

Tinner

in die St. Galler Regierung

Hört zu. Packt an. Setzt um.



Richtig  
wählen!



[www.beat-tinner.ch](http://www.beat-tinner.ch)



am 19. April 2020  
in die Regierung



Michael

GÖTTE

besser für St. Gallen



[www.ihr-regierungsrat.ch](http://www.ihr-regierungsrat.ch)



## LEADER ist eine Marke – und davon profitieren auch Sie!

Der LEADER ist zum Label für ein starkes Unternehmertum mit Visionen geworden. Ob Firma, Verband oder Organisator einer Veranstaltung: Wir sind Ihr Partner und realisieren mit Ihnen ein Magazin, das vollumfänglich oder teilweise anzeigenfinanziert ist, professionell umgesetzt wird und direkt von der exklusiven Zielgruppe der Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Politik in der Ostschweiz profitiert. Bei Fragen stehen wir Ihnen per Telefon unter 071 272 80 50 oder via Email unter [leader@metrocomm.ch](mailto:leader@metrocomm.ch) gerne zur Verfügung.

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

**LEADER** SPECIAL

# stgallen24

LOKAL · ONLINE · GRATIS

**Auf der einen Seite haben wir die Bedenken-träger, die Furcht vor dem «gläsernen Bürger» haben, auf der anderen Seite stehen die Techaffinen, die eine Optimierung ihres Alltags begrüssen. Wie antwortet Smart Government auf diesen Spagat?**

**Geiger:** Wir sind allen Bürgern verpflichtet und haben für beide Seiten ein offenes Ohr. Dazu gehört, gleichermaßen Begeisterung und Bedenken der Menschen mitzunehmen. Aus diesem Grund hatten wir 2019 die sog. #Smarthalle in der Innenstadt von St.Gallen. In einem Pop-up-Store konnten sich Besucher über drei Monate hinweg zu verschiedenen Themen der Smart City informieren, diskutieren und partizipieren. Kostenlos, ohne Anmeldung, ohne Vorwissen – ganz analog.

*«Vom Staat wird deutlich mehr erwartet als von Google.»*

**Wie wird sichergestellt, dass all die Daten der Bürger nicht in falsche Hände geraten?**

**Geiger:** Neben Beauftragten zu Informationssicherheit und Datenschutz finden Weiterbildungen und Sensibilisierungen für sämtliche Mitarbeiter statt. Ein Sicherheitsboard thematisiert die Sicherheit in den Systemen, und mit Pentesting wird die Sicherheit von Anwendungen überprüft. Das Vorgehen wird auch bei Smart City-Anwendungen empfohlen.

**Wie sieht also die Verwaltung von morgen aus?**

**Schedler:** Sehr menschlich und offen gegenüber den Einwohnern. Da die Algorithmen viele Routinen übernehmen, können sich die Menschen auf den direkten Kontakt konzentrieren. Das wird die Qualität des Kontakts verbessern.

**Können Smarte Cities und Smarte Governments auch einen Standortvorteil bedeuten?**

**Geiger:** Ja, absolut. Man kann rascher, fundierter und schlüssiger entscheiden. Eine smarte Verwaltung ist eine schlanke Verwaltung. Und: Es wird Zeit für die persönliche Beratung und Betreuung frei.

**Hat die Stadt St.Gallen als «Smart City» eine Smart-Government-Strategie?**

**Geiger:** Bereits heute finden sich verschiedene Ansätze zum Smart Government in der Smart-City-Strategie der Stadt wieder (stadtsg.ch/SC-Strategie). Sie arbeitet auch an zugehörigen Smart-Government-Massnahmen wie OpenData, einem Chatbot oder einem neuen Partizipationsreglement.

**Wie lebt es sich demzufolge im St.Gallen 2030?**

**Geiger:** Eine belebte Innenstadt, sichere Arbeitsplätze, gute Bildungs- und Forschungsmöglichkeiten, eine vielfältige Kulturszene, weniger Lärm und Schadstoffe, alternative Mobilitätsformen, zahlreiche innovative Unternehmen und eine agile Verwaltung tragen zur Attraktivität von St.Gallen bei.

**Schedler:** Unkompliziert, hoffe ich. Und der normale Einwohner sollte von der Verwaltung möglichst nichts spüren.

## Lohnfairness?

**Während der «Corona-Krise» stehen die 42'000 Ärzte der Schweiz im Dauerstress. Je nach Kanton erhalten freipraktizierende Ärzte für die gleiche medizinische Leistung aber sehr unterschiedliche Abgeltungen. Ist das fair?**



Unsere Ärzte waren in den letzten Wochen rund um die Uhr Anlaufstelle für beunruhigte, kranke und geschwächte Menschen. Egal, ob Allgemeinmediziner oder Spezialist, allesamt hatten sie ihre Arbeit mit besonderer Vorsicht auszuführen. Nebst der üblichen Hilfe galt es, Risikopersonen zu erkennen und sie korrekt zu behandeln. Gleichzeitig mussten sie alle erdenklichen Sorgfaltspflichten vornehmen, um sich nicht selbst zu gefährden.

**Ratgeber für die Politik**

Der Bundesrat entschied zwar, Grossveranstaltungen mit über 1'000 Personen befristet zu verbieten. Er tat dies aber auf ärztliches Geheiss hin. Auch die kantonalen Regierungen holten sich ihren Rat nicht nur bei ihren Kantonsärzten, sondern auch bei den Experten der Kantonalen Ärztesellschaften und den Chefärzten der Spitäler.

**Ärzte helfen**

Soweit so gut, das ist ja ihr Job. Richtig! Sie haben sich dem Eid verpflichtet, Menschen nach bestem Wissen und Gewissen zu helfen. Unsere freipraktizierenden Ärzte hätten allerdings auch Hilfe zugute: Sie arbeiten nach einem national gleichen Tarif, der sich «Tarmed» nennt. Trotz gleichem Tarif sind die Abgeltungen für ambulante Tätigkeiten, egal ob in der Arztpraxis oder im Spital, schweizweit sehr ungleich.

**Hilfe für die Ärzte**

Unsere Ostschweizer Ärzte erhalten für eine medizinische Leistung, die nach Tarmed eigentlich einen Wert von 100 Franken hätte, beispielsweise nur 83 Franken. Die jurassischen Ärzte erhalten für die gleiche medizinische Leistung 97 Franken. Gleiche medizinische Leistung mit ungleicher kantonaler Abgeltung? Hier scheint Handlungsbedarf zu bestehen. Versicherer und Kantone, gebt Euch einen «Schubs»: Lohnfairness auch bei den Ärzten!

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

Text: Stephan Ziegler

Bild: Thomas Hary

# Für die FDP wird es eng

Auch wenn die bürgerlichen Parteien zu den Verlierern der diesjährigen St.Galler Kantonsratswahlen gehören, wird die Politik in unserem Kanton vermutlich auch in den kommenden vier Jahren bürgerlich dominiert bleiben. Das ist gut so. Denn wenn unsere Wirtschaft nachhaltig wachsen soll, braucht es weiterhin bürgerliche Mehrheiten in Parlament und Regierung. Der FDP droht allerdings ein Verlust eines Regierungsratssitzes.



Susanne Hartmann an der Wahlfeier im Pfalz Keller.

Die Ausgangslage scheint auf den ersten Blick wenig rosig: Die SVP und die FDP sind die Verliererinnen der diesjährigen Kantonsratswahlen. Die SVP verliert in fünf von acht Wahlkreisen Sitze, die FDP in vier. Somit ist die Rechts-Aussen-Mehrheit im Kantonsparlament dahin. Ebenso die Mehrheit der SVP und FDP in der Finanzkommission und die Möglichkeit der SVP, das Ratsreferendum zu ergreifen. Grund dafür sind vor allem die Sitzgewinne der Grünen und der GLP, die je vier Sitze im Parlament dazugewinnen konnten und somit die klaren Wahlsiegerinnen sind.

## Wachstumsfreundliche Politik

Zweitstärkste Kraft vor der FDP ist neu die CVP, deren Regierungsratskandidatin Susanne Hartmann gleich auf Anhieb den Sprung in die Regierung geschafft hat. Dass die Politik im Kanton St.Gallen künftig wesentlich grüner wird, ist somit nicht zu erwarten. Dafür sind die wirtschaftsfreundlichen Parteien nach wie vor zu stark. Zudem gilt Hartmann als wirtschaftsfreundlich und wurde deshalb im Vorfeld der Wahl auch von der IHK St.Gallen–Appenzell empfohlen.

Hartmann will sich gemäss eigenen Angaben für eine Wirtschaftspolitik einsetzen, die nachhaltig, wachstumsfreundlich und solidarisch ist: «Die Schaffung von Arbeitsplätzen ist

für den Kanton St.Gallen und für eine gesunde Bevölkerungsentwicklung entscheidend, ebenso die Ausrichtung auf die Zukunft. Digitalisierung, Forschung und Innovation: Hier darf St.Gallen den Anschluss nicht verpassen. Eine leistungsfähige Verkehrsinfrastruktur und ein starkes duales Bildungssystem sind nicht nur für die Wirtschaft elementar, sondern auch für die Bevölkerung.» Ihre Haltung in der Finanzpolitik bezeichnet sie als «sozial-liberal». Das heisst, dass sie sich zwar für soziale Anliegen, die Umwelt, Gesundheit, Sport, Kultur und Bildung einsetze, aber immer unter dem Vorbehalt, dass die Lösungen finanzierbar sind. Sie sei deshalb klar für eine restriktive Finanzpolitik – für Politik mit Augenmass und Verstand.

## Wichtige Projekte stehen an

Gemessen am Bruttoinlandprodukt, liegt der Kanton St.Gallen derzeit auf Rang sechs. Die Ostschweiz als Grossregion liegt sogar auf dem drittletzten Rang (Quelle: BFS). Wollen wir wirtschaftlich mithalten und wachsen, ist es wichtig, dass wir weiterhin wirtschaftsfreundliche Kräfte im Parlament und der Regierung haben. Nicht zuletzt, weil in den kommenden Jahren wirtschaftlich wichtige Projekte anstehen, deren Umsetzung vorangetrieben werden muss. Dazu gehören die Spitalstrategie, die in den kommenden zwei Jahren planmässig abgeschlossen werden soll, die Umsetzung der IT-Bildungsoffensive, die Schaffung eines Fundaments für eine Berufsbildung, die sich an den geänderten Bedürfnissen des Arbeitsmarkts orientiert, sowie eine gesamtheitliche Ostschweizer Mobilitätsstrategie, mit der wesentliche Verkehrsprojekte wie die Engpassbeseitigung St.Gallen oder der Zubringer Appenzellerland vorangetrieben werden können. Zudem muss auch die Vereinbarkeit von Familie und Beruf in Kooperation mit der Privatwirtschaft weiter verbessert werden; die höhere Beteiligung von Eltern am Arbeitsmarkt ist gemäss IHK unabdingbar zur Abfederung des sich verschärfenden Fachkräftemangels. Und schliesslich soll sich der Kanton St.Gallen durch eine ambitionierte Standortpolitik langfristig vom Nehmer- zum Geberkanton entwickeln.

## Verliert FDP zweiten Sitz?

Nachdem die CVP ihren Sitz in der St.Galler Regierung verteidigen konnte, treten die Kandidaten von SVP, FDP und

SP am 19. April im zweiten Wahlgang nochmals an. Dass Michael Götte (SVP), der das beste Resultat der Nicht-Gewählten erzielt hat, nochmals sozusagen Schulter an Schulter mit Beat Tinner (FDP) antritt, ist kaum zu erwarten: Ihr gemeinsames Wahlkampfangement «für eine bürgerliche Mehrheit» ist nämlich bereits Tatsache, wenn man die CVP zu den Bürgerlichen zählt. Eine weitere Tatsache ist, dass die Frauen national- und mit der Wahl von Susanne Hartmann auch kantonal – im Aufwind sind. Es spricht daher einiges für die Wahl einer weiteren Frau in die Regierung. Laura Bucher (SP) hat im ersten Wahlgang deutlich mehr Stimmen erhielt als die Grüne Rachel Würmli, die sich auch prompt zurückgezogen hat. Bucher wird also mit Götte oder Tinner in den Regierungsrat einzieht – falls kein Wunder geschieht und die Stimmberechtigten die beiden Männer in die Pfalz schicken. Aus wirtschaftspolitischer Sicht wäre das zu begrüßen; objektiv gesehen stehen in dieser Konstellation die Chancen für Beat Tinner und somit für die FDP wohl am schlechtesten: Der Wirtschaftspartei droht ein Verlust eines Regierungsratsplatzes.

### Scheitlin muss bleiben

Tritt dieses Szenario ein, ist es für die FDP umso wichtiger, dass der St.Galler Stadtpräsident Thomas Scheitlin im Herbst dieses Jahres bei den Erneuerungswahlen des Stadtparlaments noch einmal antritt und den letzten bürgerlichen Platz im Stadtrat verteidigen kann. Die Chancen stehen nicht schlecht: Scheitlin hat bei den Kantonsratswahlen im Wahlkreis St.Gallen mit 7243 Stimmen das beste Resultat erzielt, vor Bettina Surber (SP, 6732 Stimmen) und Toni Thoma von der SVP (6367 Stimmen). Scheitlins Stadtratskollegen folgen abgeschlagen mit 6103 Stimmen (Sonja Lüthi, GLP), 5838 (Maria Pappa, SP) und 3732 Stimmen (Peter Jans, SP).

*Wichtige Projekte  
müssen vorangetrieben  
werden.*



### Neue Sitzverteilung St.Galler Kantonsparlament (ab 1. Juni 2020):

SVP 35 (-5), FDP 22 (-4), CVP (27 (+1), SP 19 (-2),  
Grüne 9 (+4), GLP 6 (+4), EVP 2 (+2)

## Wem hilft dieser Alarmismus?

**Auf die Rufe der Klimaaktivisten folgt der nächste Alarm: das Coronavirus. Dirigisten bringen sich in Stellung.**



«Die Welt steht in Flammen», verkündete unsere Bundespräsidentin kürzlich am WEF. Fremdschämen liegt mir nicht, aber mir widerstrebt die Kriegsrhetorik. Der Klimawandel als Gefahr ist längst erkannt, die ökonomische Lösung seit langem klar: eine CO<sub>2</sub>-Abgabe auf fossile Brennstoffe mit vollständiger Rückerstattung an die Bürger. Wer mehr CO<sub>2</sub> verursacht, bezahlt mehr Abgaben, wer weniger Emissionen auslöst, wird belohnt. Also keine neue Steuer, sondern eine liberale Lenkungsabgabe mit steigendem Preis für CO<sub>2</sub>. Damit würden klimafreundliche Technologien konkurrenzfähig. Eine einfache und marktverträgliche Lösung, die in der Politik leider keine Chance hat.

Und schon kommt der nächste Alarm: Das Coronavirus hält die Welt in Atem. Die 20er-Jahre starten in einer übertriebenen Endzeitstimmung, dabei wäre Zuversicht angesagt. Die Pharmaindustrie steht dank neuen Technologien und Big Data vor gewaltigen Fortschritten. Da werden auch die Herausforderungen des Coronavirus nicht unüberwindbar sein. Bis in einem halben Jahr wissen wir mehr. Wahrscheinlich lernen wir mit dem neuen Coronavirus zu leben, finden Therapien oder Impfungen, also wie bei den Erkältungs- oder Grippeviren. Der Sensationsgehalt für die Medien wird wohl bald verschwinden.

Bei Klimabewegung und Coronavirus stellt sich die Frage, ob wir prioritär der Humanität oder dem Planeten verpflichtet sind. Und wem hilft eigentlich dieser Alarmismus? Da sehe ich vor allem die Dirigisten im Vorteil. Sie werden viele neue Ver- und Gebote erlassen, zum Teil wirksam, teilweise mit un schönen Nebeneffekten. Also eine Art langwieriger Trial-and-Error-Prozess.

Ich bleibe gelassen. Die technologischen Fortschritte stimmen mich zuversichtlich. Durch diesen Versuch-und-Irrtum-Prozess müssen wir durch. Und wir werden die Herausforderungen meistern. Die Welt wird auch für unsere Kinder und Enkel lebenswert sein.

Christof Reichmuth ist unbeschränkt haftender Gesellschafter von Privatbankiers Reichmuth & Co.

# «Es geht um ein Lebenswerk»

Die Zünd-Gruppe aus Diepoldsau ist ein typischer «Hidden Champion» mit starker Marktstellung, motivierten Mitarbeitern und schlüssiger Wachstumsstrategie. Die operative Nachfolge hatte Hauptaktionär und Geschäftsführer René Zünd bereits geregelt. Doch wie konnte die Nachfolge als Eigentümer optimal gestaltet werden? Darüber diskutieren René Zünd, George Merk von Verium und Marc Bruggmann von UBS.

## Welche Kriterien an einen zukünftigen Partner waren für Sie wichtig?

**René Zünd:** Meine Frau und ich wollten eine Lösung innerhalb der D/A/CH-Region. Und wir wollten nicht, dass der nächste Verkauf bereits bei Vertragsunterzeichnung festgelegt ist. Auch das Bauchgefühl zählte: Je mehr Gespräche durchgeführt wurden, desto besser konnten wir uns ein Bild unserer künftigen Partner machen.

## Und welche Rolle spielte die UBS bei diesem «Deal»?

**Marc Bruggmann:** Unser M&A-Team begleitet und berät Unternehmer bei der Evaluation und Umsetzung eines Verkaufs. Als Vertrauensperson übernehmen wir die Gesamtprojektverantwortung, koordinieren diesen Prozess und ziehen situativ Spezialisten bei, insbesondere für rechtliche Fragen oder Steueraspekte, um die bestmögliche Lösung für den Verkäufer zu erzielen.

## Bei der Nachfolgeregelung geht es nicht nur um «harte» Fakten und um Zahlen ...

**Marc Bruggmann:** Die emotionalen Aspekte sind ebenso wichtig, richtig – es geht um ein Lebenswerk! Als Berater gilt es daher, wirtschaftliche und emotionale Faktoren zu berücksichtigen. Die Nachfolgeregelung ist also keine exakte Wissenschaft, sondern hier stehen Menschen im Zentrum.

## Was ist Ihre Rolle nach dem Unternehmensverkauf?

**René Zünd:** Meine Frau und ich werden noch für eine bestimmte Zeit operativ tätig sein. Und da ich noch im Holding-Verwaltungsrat bin, werde ich Verium auch strategisch unterstützen dürfen. Zudem möchte ich die langjährigen Kundenbeziehungen reibungslos an den neuen Geschäftsführer übertragen.

## Ist Zünd ein Musterbeispiel für Unternehmen, in welche Verium gerne investiert?

**George Merk:** Absolut! Vor allem das starke Führungsteam und die motivierte, hoch qualifizierte Belegschaft, das Technologie- und Prozess-Know-how, die modernen Produktionsanlagen, die langjährigen Kundenbeziehungen und die

Marktführerschaft in einer wachsenden Nische haben uns überzeugt. Und last, but not least haben uns auch die handelnden Personen gefallen – die Chemie hat von Anfang an gepasst.

## Welche Rolle wird Verium in Zukunft bei Zünd spielen?

**George Merk:** Uns ist wichtig, auf Bewährtes zu setzen und das Rad nicht neu zu erfinden. Wir werden aber das Unternehmen in operativen, finanziellen und strategischen Bereichen unterstützen. Des Weiteren haben wir den Verwaltungsrat verstärkt: Seitens Verium wird Damian Stricker das Präsidium übernehmen, und mit Christian Velez haben wir einen Branchenspezialisten für den VR gewinnen können. René Zünd hat sich im Zuge der Transaktion rückbeteiligt, ebenso wie Geschäftsführer Oscar Turienzo und Produktionsleiter Ernst Pienz.

## Und wie gestaltet sich die Zusammenarbeit?

**George Merk:** Sehr positiv – neben den VR-Sitzungen pflegen wir einen offenen und informellen Austausch. Wir versuchen, nahe dran zu sein, damit wir gemeinsam schnell und pragmatisch entscheiden können. Die Zusammenarbeit macht Freude, ist unternehmerisch geprägt und vorwärtsgerichtet.

## Was war für die UBS ausschlaggebend für die Zusammenarbeit mit Verium?

**Marc Bruggmann:** UBS kennt Verium und ihre Vertreter zwar seit Langem, der Entscheid lag aber bei René Zünd und dem Managementteam. UBS hat den Entscheidungsfindungsprozess beratend moderiert. Ziel des mehrstufigen Auswahlverfahrens war, den bestmöglichen Käufer zu ermitteln. Dabei profitierten die Verkäufer vom direkten Zugang zu Entscheidungsträgern bei potenziellen Käufern via globalem UBS-Netzwerk.

## Für Zünd war der Kaufpreis sicher auch eine Dimension ...

**René Zünd:** Klar. Hinzu kamen aber die strategischen Absichten des potenziellen Käufers, seine Kompetenzen, die Zusammenarbeit mit dem Management, der Erhalt und die



Marc Bruggmann, René Zünd und George Merk.

Weiterentwicklung von Standort und Mitarbeitenden – ich wollte die Nachfolge nachhaltig regeln, damit die Kontinuität gegenüber Kunden, Angestellten und Lieferanten gewährleistet ist und keine Arbeitsplätze ausgelagert werden. Bei zahlreichen Gesprächen hat sich Verium als Partner erster Wahl hervor getan.

#### Was waren also die Schlüsselfaktoren für die erfolgreiche Nachfolgelösung?

**Marc Bruggmann:** Ein Unternehmer sollte seine Nachfolge rechtzeitig planen und sein Unternehmen möglichst gut aufgestellt und dokumentiert übergeben können. Mit anderen Worten: Ein Unternehmer sollte die Abhängigkeit des Unternehmens von ihm selber reduzieren. Das war bei Zünd der Fall. Die Kernaufgabe von UBS war es, die Alleinstellungsmerkmale von Zünd überzeugend bei potenziellen Partnern zu platzieren. Die Voraussetzungen dafür wurden in einer gründlichen Vorbereitung gelegt.

**George Merk:** Bei jeder Nachfolgeregelung sind für uns zwei Faktoren zentral: Der Verkäufer sollte weiterhin eingebunden sein, um Kontinuität und Know-how-Transfer sicherzustellen. Zudem sollte ein motiviertes Managementteam nachrücken und sich idealerweise am Unternehmen beteiligen. Letztendlich spielt aber der Faktor Mensch die entscheidende Rolle – eine erfolgreiche Unternehmensnachfolge erfordert viel Fingerspitzengefühl, klare Kommunikation und gegenseitige Sympathie.

Die 1968 gegründete **Zünd Präzisionsoptik AG** ist ein weltweit führender Hersteller von optischen Komponenten im Mikrometerbereich und bietet hochwertige Glasprismen, Planoptiken und Kittlösungen an, die vor allem in der Medizintechnik, aber auch in der Industrie, Messtechnik, Wehrtechnik, Raumfahrt und in der Telekommunikation eingesetzt werden. Die Tochtergesellschaft **Optivac AG** ist eine Spezialistin für die Beschichtung von optischen Komponenten. Die Gruppe beschäftigt derzeit rund 65 Mitarbeitende und verfügt über eine hochmoderne Produktionsstätte in Diepoldsau.

**Zünd Präzisionsoptik AG – Optivac AG**, Prismastrasse 5, CH-9444 Diepoldsau  
[www.zuendoptics.com](http://www.zuendoptics.com), [www.optivac.ch](http://www.optivac.ch)  
 René Zünd, Verwaltungsrat, [r.zuend@zuendoptics.com](mailto:r.zuend@zuendoptics.com)

Die **Verium AG** ist ein unabhängiges Multi Family Office und verwaltet für ihre Investoren Beteiligungen an mittelständischen Unternehmen in der D/A/CH-Region. In der Vergangenheit beteiligte sich Verium u. a. an Home Instead, basefit.ch, Christ & Heiri, Toradex, Ceposa, Quickmail, Mobil in Time/S&G und DSwiss.

**Verium AG**, Färberstrasse 6, CH-8008 Zürich  
[www.verium.ch](http://www.verium.ch)  
 George Merk, Investment Director, [george.merk@verium.ch](mailto:george.merk@verium.ch)

**UBS M&A Advisory** ist ein führender Berater bei Unternehmenstransaktionen in der D/A/CH-Region. Ein Team von über 20 Experten an den Standorten Zürich und Lausanne unterstützt und begleitet Eigentümer von mittelständischen Unternehmen bei Nachfolgeregelungen, Unternehmensverkäufen, Akquisitionen oder Wachstumsfinanzierungen.

**UBS Switzerland AG, M&A Advisory**, Max-Högger-Strasse 80, CH-8098 Zürich  
[www.ubs.com](http://www.ubs.com)  
 Marc Bruggmann, Projektleiter, [marc.bruggmann@ubs.com](mailto:marc.bruggmann@ubs.com)

# Die klassischen Banken haben noch nicht ausgedient

Pascal Egloff vom Kompetenzzentrum Banking & Finance am Institut IFU-FHS analysiert für den LEADER den Bankenplatz Ostschweiz. Trotz aller Herausforderungen sieht er die hiesige Bankenlandschaft in einem guten Licht. Neobanken und alternative Bezahlmodelle sieht Egloff nicht als Bedrohung, sondern als Chance.

## **Pascal Egloff, das Tiefzinsniveau schmälert die Ertragsbasis jeder Bank. Haben in diesem Umfeld kleinere, regionale Banken überhaupt noch Überlebenschancen?**

Sicher ist, dass – solange die Banken die Negativzinsen nicht im grösseren Stil auf ihre Kunden abwälzen werden – diese Ausfälle tatsächlich von anderen Ertragsquellen kompensiert werden müssen. Dabei geht es in erster Linie jedoch nicht um die Grösse der Bank, sondern vor allem um deren Struktur. So sind z. B. Banken mit einem starken Anlagengeschäft weniger betroffen.

## **Eine vielgehörte Klage aus Bankenkreisen ist auch, dass die Vorschriften immer mehr und strenger werden. Sind diese wirklich nötig oder wie könnte man hier gegensteuern?**

In den vergangenen Jahren sind die Anforderungen an die Teilnehmer der Finanzbranche definitiv gestiegen. Diese Anpassungen beschäftigen die gesamte Branche. Nicht nur kleine Banken, sondern auch Exponenten der grösseren Branchenvertreter fordern zwar strenge, aber auch pragmatische Regulierungen. Schliesslich kommt es jedoch stark auf den Bereich an. Es gibt solche, in denen es eher noch zusätzliche Regulierungen benötigt. Ein aktuelles Beispiel ist die ganze Thematik rund um digitale Assets (z. B. sogenannte Security Tokens, die über dezentrale Transaktionssysteme wie Blockchains herausgegeben werden).

## **Hier sind also weitere Vorschriften nötig, um mit den technologischen Entwicklungen auch auf regulatorischer Seite Schritt halten zu können?**

Exakt. Durch das Schliessen dieser Lücken können neue Geschäftsmodelle und Kunden erschlossen werden, was schliesslich der Wirtschaft und insbesondere den KMU nützlich sein könnte. Auch wir von der Fachhochschule arbeiten mit einem grossen Konsortium von Praxispartnern an einem Forschungsprojekt zur Standardisierung der Prozesse rund um die Herausgabe und Bewertung solcher Tokens. Dabei sehen wir, dass es einen ausgewogenen Mix zwischen staatlicher Regulierung und marktwirtschaftlichen Standards und Prozessen braucht.

## **Wie schaffen in diesem Umfeld gerade regionale Banken den Spagat zwischen der Steigerung des Kundenkomforts und damit der Kundenbindung einerseits und der Reduzierung ihrer Betriebskosten andererseits?**

Kleineren Banken bietet es sich zum Beispiel an, Kooperationen einzugehen. Damit können institutionsübergreifende Thematiken im Verbund – auch mit Mitbewerbern – angegangen werden. Insbesondere Regionalbanken mit unterschiedlichen geografischen Ausrichtungen haben dabei den Vorteil, dass sie sich untereinander nur wenig konkurrieren. Auch gezielte Nischenstrategien oder neue, innovative Geschäftskonzepte zusammen z. B. mit Fintech-Unternehmen können Möglichkeiten für kleinere Institute darstellen, ihren Kunden einen Mehrwert zu bieten. Ein bekanntes Stichwort dazu ist Open Banking: Das Öffnen der Schnittstellen lässt neue Geschäftsmodelle zu und kann dazu beitragen, bessere Skaleneffekte zu erreichen. Als Beispiel dazu dient die Hypothekbank Lenzburg und ihre Kooperation mit dem Start-up Neon: Jeder Neon-Kunde hat im Endeffekt ein Konto bei der HBL. So kann die Aargauer Regionalbank ihre Reichweite indirekt auf die ganze Schweiz ausweiten.

*«Kleineren Banken bietet es sich an, Kooperationen einzugehen.»*

## **Bill Gates soll einst gesagt haben: We need banking, but no banks. Wird das in Zukunft mit Blick aufs Internet realistisch sein?**

Es kann durchaus sein, dass die Aufgabenbereiche einer Bank künftig nur noch einen Teil der heutigen Wertschöpfungskette ausmachen. Ob diese Services nun unter dem Namen eines Unternehmens, das sich als Bank bezeichnet, stattfinden oder nicht, ist nicht zentral. Für viele Tätigkeiten,

Pascal Egloff, M.A. HSG  
Accounting & Finance:  
Den Kundennutzen ins  
Zentrum stellen.



die unter «Banking» fallen, wird aber eine Bankbewilligung der FINMA benötigt. Rein terminologisch gesehen, werden wir deshalb auch weiterhin Banken in der Schweiz haben.

**Werden wir bald nur noch Apps von Fintech-Firmen verwenden und auf eine Bankverbindung verzichten? Das Vorzeigebeispiel ist der chinesische Kommunikationsdienst WeChat, der auch zum führenden Zahlungsdienstleister geworden ist.**

Der Zahlungsverkehrsanbieter Worldline kündigte Ende letzten Jahres bereits an, Zahlung mittels WeChat Pay und Alipay auch in der Schweiz einzuführen. WeChat Pay bedeutet jedoch nicht direkt, dass ein Bankkonto nicht mehr nötig ist. Lohnzahlungen zum Beispiel werden wohl kaum so bald via Messenger getätigt. Kurz- bis mittelfristig mehr Konkurrenzpotenzial sehe ich durch Neobanken (auch Smartphone-Banken genannt) wie Revolut, N26, Monzo oder Neon. Die meisten Neobanken bieten eine sehr günstige oder gar kostenlose Kontoführung mit attraktiven Kartengebühren an. Die Anbieter konzentrieren sich auf ein schlankes und effizientes Geschäftsmodell. Zusatzdienstleistungen wie Kredite oder Versicherungen kosten extra und werden oftmals von externen Anbietern integriert.

**Obwohl die Schweizer Bankkunden nicht gerade als wechselfreudig bekannt sind, scheinen diese Konzepte immer mehr Kunden anzuziehen.**

Ja. Vorreiter Revolut beispielsweise hat gemäss eigener Aussage im letzten Jahr rund 180'000 Neueröffnungen in der Schweiz verzeichnet. Auf ganz Europa gesehen sieht man den Trend noch stärker. Gemäss einer Studie von A.T. Kearney 2019 nahm die Kundenbasis von Neobanken in Europa seit 2011 um über 15 Mio. zu, währenddem klassische Retailbanken im gleichen Zeitraum 2 Mio. Kunden verloren haben. Man muss aber auch sehen, dass viele Neobanken noch nicht bewiesen haben, wie nachhaltig ihr Geschäftsmodell tatsächlich ist. Zudem gibt es durchaus gewichtige Unterschiede zwischen den Anbietern (z.B. im Rahmen der Einlagensicherung).

**Wie adaptieren unsere Banken aufgrund der abnehmenden Berührungspunkte zu ihren Kunden ihre klassischen Vertriebskanäle am besten?**

Grundsätzlich sind die Ostschweizer Banken sehr digitalisierungsaffin und verfügen über gute Onlineportale, -services und -apps. Spannend wird es, wenn die Finanzinstitute diese technologischen Mittel auch vermehrt einsetzen, um in einen regelmässigen Dialog mit den Kunden zu treten. So können Kundenbedürfnisse früher erkannt werden. Hier besteht durchaus noch Potenzial, das noch intensiver genutzt werden könnte. Zentral wird es sein, auch künftig konsequent bei allen Entscheidungen den Kundennutzen ins Zentrum zu stellen.

**Und wie stellen sie sich dem zunehmenden Konkurrenzdruck durch in- und ausländische Banken, durch Near- und Non-Banks wie Kreditkartenunternehmen und Lebensversicherer oder neue webbasierte Bezahldienste?**

Konkurrenz belebt das Geschäft. Zusätzlich zeigen diese neuen Marktteilnehmer, dass einerseits der Markt immer noch attraktiv ist und andererseits, dass es noch Potenziale für höhere Effizienz oder neue Angebote gibt. Zudem gibt es ja auch genügend Beispiele, in denen sich Finanzinstitute in «fremde» Gebiete wagen. Ein Beispiel dazu ist die Credit Suisse, die sich während rund zehn Jahren im Versicherungsmarkt versuchte. Am Beispiel der Immobilienfinanzierungen sieht man die Marktveränderungen besonders gut: Einerseits drängen vermehrt Pensionskassen und Versicherungen auf den Markt. Sie schlossen im zweiten Halbjahr 2019 rund 40% aller Schweizer Hypotheken ab. Hinzu kommen die immer stärker werdenden Vergleichsdienste. Moneypark als bekanntestes Beispiel (eine Tochter der Helvetia) vermittelte Hypotheken in der Höhe von über CHF 3 Mrd.

**Bankkunden werden tendenziell anspruchsvoller, gebildeter und mobiler, während ihre Loyalität gegenüber einem Kreditunternehmen abnimmt, auch weil sich die Markttransparenz durch multimediale Kommunikationsmöglichkeiten stetig erhöht, etwa eben durch Vergleichsplattformen. Wie sollen Banken darauf reagieren?**



ACRON

REAL ESTATE INVESTMENTS  
SINCE 1981

## ATTRAKTIVES IMMOBILIEN INVESTMENT IN ST. GALLEN

Werden Sie jetzt Vorzugsaktionär der ACRON HELVETIA XIV Immobilien AG und profitieren Sie von einer attraktiven Möglichkeit zur Beteiligung an zwei prominenten Renditeliegenschaften in St. Gallen.

- **Halbjährliche Ausschüttungen von 5,0% p.a. (prognostiziert)**
- **Ziel-IRR ca. 6,4% p.a. (prognostiziert)**
- **Mittelfristige Laufzeit geplant bis 2025**

Investieren Sie in das mittlerweile 14. Immobilien-Investment der HELVETIA-Reihe für qualifizierte Anleger und überzeugen Sie sich von den Vorteilen dieses einzigartigen und erfolgreichen Anlagekonzepts. Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann rufen Sie uns einfach an. Wir freuen uns auf Ihre unverbindliche Kontaktaufnahme.

André N. Lagler  
Mitglied des Verwaltungsrats  
T +41 (0)44 804 34 08  
M +41 (0)78 754 91 61  
andre.lagler@acron.ch  
acron-helvetia 14.ch  
info@acron-helvetia 14.ch

Nur für  
qualifizierte  
Anleger nach  
KAG in Verbindung  
mit FIDLEG. Mindest-  
zeichnungssumme  
CHF 500 000.

Grundsätzlich sind diese Vergleichsmöglichkeiten vorteilhaft für die Kunden. Das Problem ist, dass nicht alles wirklich gut verglichen werden kann und wir immer noch Menschen mit Emotionen sind. Insofern wird der persönliche Kontakt zum eigenen Kundenbetreuer weiterhin eine Relevanz haben. Das bedeutet, dass die Banken versuchen müssen, den Kunden richtig kennenzulernen, zu verstehen und ihm gezielt Unterstützung anzubieten. In diesem Bereich sind die meisten Banken in der Region sehr stark. Wir sehen dies im Rahmen von lokalen Veranstaltungen, aber auch in der Werbung und im Engagement der Mitarbeiter. Das Ganze geht aber über das Tagesgeschäft hinaus und muss auch die strategischen Stossrichtungen umfassen. Die St.Galler Kantonalbank beispielsweise bindet ihre Kunden aktiv in den Entwicklungsprozess neuer (digitaler) Produkte ein. Trotz Kostendruck wäre es also definitiv verkehrt, in diesem Bereich zu sparen.

**Wird es also eine Zweiklassenbankenlandschaft geben – die digitalisierten Banken für die Bevölkerung mit bescheidenen Ansprüchen und die Premiumbanken für Vermögende?**

In einem gewissen Mass gibt und gab es dies schon lange. Vermögendere Kunden erhalten schon lange eine spezifischere und nähere Kundenbetreuung. Das ist auch nachvollziehbar: Einerseits kann es sein, dass diese Portfolios eine höhere Komplexität aufweisen. Andererseits ist dies aber auch einfach den ökonomischen Prinzipien geschuldet. Die Bank verdient mehr an diesem Kunden und verwendet deshalb auch mehr Ressourcen für ihn – jedes andere Unternehmen würde es ähnlich machen. Positiv ist, dass wir auf dem Ostschweizer Bankenplatz momentan eher eine Verstärkung der Beratungskapazitäten beobachten.

*«Die Ostschweizer Banken sind sehr digitalisierungsaffin und verfügen über gute Onlineportale, -services und -apps.»*

**Ein bankfreier Zahlungsverkehr lässt sich auch mit Kryptowährungen wie etwa dem Bitcoin bewerkstelligen. Wie schätzen Sie deren zukünftiges Potenzial ein?**

Ernesto Turnes und ich vom Kompetenzzentrum für Banking und Finance der FHS St.Gallen haben kürzlich zum Thema Blockchain, Kryptowährungen & Co. ein umfassendes Buch veröffentlicht («Blockchain für die Praxis»). Grundsätzlich muss festgehalten werden, dass Kryptowährungen nur eine von einer Vielzahl von Anwendungsmöglichkeiten der Blockchain-Technologie ist. Aktuell erfüllt keine der Kryptowährungen bzw. Tokens die theoretischen Anforderungen an eine Währung. Die Thematik wird aber trotz einer zwischenzeitlichen Abkühlung wieder aktueller. Insbesondere die Tokenisierung von Aktien oder anderen Assets ist höchst interessant und könnte die Finanzierungslandschaft mittel- bis langfristig verändern. Wir sind deshalb hier sehr aktiv in der angewandten Forschung und möchten unseren Teil für die Ostschweizer Banken- und KMU-Landschaft beitragen.

**Text:** Stephan Ziegler  
**Bild:** Thomas Hary

## Gemeinden stärken

**Es gehört zum Wahlkampf, dass Kandidaten versuchen, mit Versprechungen zu punkten. Das wird erst zum Problem, wenn SP-Kandidatinnen bei Regierungsratswahlen etwa mit der Zusage antreten, keine Spitäler zu schliessen. In der Vergangenheit haben linke Wahlversprechen nicht nur die Entwicklung unseres Gesundheitswesens blockiert, sondern zu Fehlinvestitionen in Millionenhöhe geführt.**



Weit weniger folgenreich ist der kurz vor den Wahlen von Beat Tinner als Leserbriefvorlage präsentierte Vorschlag, die kantonale Verwaltung zu dezentralisieren. Dies nicht nur, weil jede Konkretisierung fehlt. Wichtiger ist, dass der Vorschlag Entscheidendes übersieht: Das Problem der kantonalen Verwaltung liegt nicht in den Standorten, sondern in der zunehmenden Machtkonzentration auf kantonaler Ebene.

In der Schweiz sind es die Gemeinden, die dafür sorgen, dass die Verwaltung bürgernah, effizient und pragmatisch arbeitet. Die Gemeindeautonomie ist eine der grossen Qualitäten unseres politischen Systems. Gemeindebehörden kennen ihre Bürger, können dem Einzelfall gerecht werden und arbeiten ohne grosse Bürokratie. Hier gibt es noch den gesunden Menschenverstand.

Aber machen wir uns nichts vor: In der jüngeren Vergangenheit verabschiedeten wir viele Gesetze, die unsere Gemeinden zu reinen Vollzugsorganen machen. Bürokraten haben uns Vorlagen präsentiert, die nur von Spezialisten umgesetzt werden können. Der Masstab ist nicht mehr ein möglichst einfacher Vollzug, sondern die gesetzgeberische Perfektion. Das muss korrigiert werden.

Nicht die kantonale Verwaltung, sondern die politischen Kompetenzen müssen also dezentralisiert, unsere Gemeinden und ihre Autonomie gestärkt werden. Es gilt das Subsidiaritätsprinzip. Dabei kann man selbstverständlich auch über Standorte diskutieren. SVP-Regierungsrat Stefan Kölliker hat es vorgemacht, als er das Rektorat der Fachhochschule Ostschweiz gegen viel Widerstand nach Rapperswil-Jona verlegte.

Michael Götte  
Fraktionspräsident SVP St.Gallen  
Gemeindepräsident Tübach

# Privatbankiers mit Güterwaggons

Das inhabergeführte Familienunternehmen Reichmuth & Co gehört zu den fünf einzigen «echten» Privatbanken der Schweiz. Die Gesellschafter haften unbeschränkt mit ihrem privaten Vermögen. Werner Krüsi, Partner und Leiter der St.Galler Niederlassung, über Verantwortung, Beständigkeit und Herausforderungen im Private Banking.

## Werner Krüsi, schlafen Sie noch gut angesichts von Coronavirus, hohen Volatilitäten und Unsicherheiten auf dem Weltmarkt?

Das Coronavirus hält die Welt aktuell in Atem. Die Unsicherheiten sind enorm. Niemand kann sagen, wie es weitergeht. Für den Schutz des Vermögens unserer Kunden arbeiten wir in dieser aussergewöhnlichen Situation mit drei Szenarien, wie wir wann welche Massnahmen umsetzen. Zwei Faktoren sind für den Kunden entscheidend: Zum einen seine messbare Risikofähigkeit. Die ist momentan zum grossen Teil unverändert. Zum anderen die Risikobereitschaft. Diese mentale Verfassung ist heute geprägt von Verunsicherung. Wir diskutieren mit unseren Kunden intensiv die Risiken, Chancen und mögliche Szenarien der weiteren Entwicklung.

## Was erwarten Ihre Kunden denn zurzeit am meisten?

Ich bin überzeugt, dass die Corona-Krise eine vorübergehende Krise sein wird. Wie lange sie dauert, wissen wir nicht. Unabhängig von der aktuellen Krise spüren wir, dass immer mehr Kunden eine gesamtheitliche Betrachtung ihrer Vermögenswerte wünschen. Sie möchten, dass Vorsorge, Finanzvermögen, Direktbeteiligungen oder Immobilien optimal aufeinander abgestimmt werden. Die Zeiten von einfachen Anlagetipps sind vorbei; die Ansprüche sind heute etwas komplexer. Wir haben etwa sehr viele Unternehmer und Führungskräfte, die das Zepter in der 2. Säule des BVG selber in die Hand nehmen und die Vorzüge der individualisierten Vorsorge im Überobligatorium nutzen möchten.

## Unterscheidet sich das Private Banking in der Ostschweiz von dem auf ausgesprochenen Finanzplätzen wie z.B. Zürich?

Das Handwerk der Vermögensverwaltung an sich ist dasselbe; aber die Werthaltung unterscheidet sich wohl etwas. Es

ist ja kein Zufall, dass unser Hauptsitz in Luzern ist. Womöglich stehen sich die Inner- und Ostschweizer kulturell nahe: Hier steht prinzipiell bodenständiges Schaffertum im Vordergrund, ohne grosses Tamtam. Unsere Ostschweizer Kunden schätzen die Stärke der leisen Töne. Das ist aus meiner Sicht auch ein klarer Vorteil für den Finanzplatz in unserer Region.

## Auch Unabhängigkeit ist neben Bodenständigkeit für Reichmuth & Co ein zentraler Wert. Was bedeutet das konkret?

Abhängigkeiten sind für jeden Unternehmer gefährlich. Die Unabhängigkeit ist in unserem inhabergeführten Familienunternehmen tief verwurzelt. Sie ermöglicht es, unkompliziert innovative Lösungen zu entwickeln, die unseren Kunden helfen, ihre eigene finanzielle Unabhängigkeit zu erreichen beziehungsweise zu erhalten. Unabhängigkeit ist also nicht nur für uns als Firma ein unbezahlbarer Wert, sondern auch für unsere Kunden.

## Im heutigen Marktumfeld müssen Unternehmen kreativ und dynamisch sein – dies verbindet man in der Regel nicht als erstes mit einer Bank.

Wir sind sehr schlank organisiert und dadurch nahe an unseren Kunden. Wir lernen oft von unseren Kunden, und im Gespräch entwickelt sich eine Kreativität und Dynamik. An dieser Schnittstelle entstehen immer wieder Ideen für kreative Lösungen, die auch schon mal in wegweisenden Innovationen resultieren.

## Zum Beispiel ...

Wir sind wohl die einzigen Privatbankiers mit Güterwaggons: Ein Familienunternehmer aus dem Bereich Wagenmaterial erzählte uns, dass er wachsen wolle. Da wir Kunden haben, die bereit sind, ihr Kapital in sinnvolle Ideen zu investieren,

Werner Krüsi, Reichmuth & Co:

**Bodenständiges  
Schaffertum ohne  
grosses Tamtam.**



Frühbucher-  
Preis bis  
31. März 2020  
[www.personaltag.ch](http://www.personaltag.ch)

ostschweizer  
**personaltag**

**16. Ostschweizer Personaltag**  
Donnerstag, 11. Juni 2020, St.Gallen  
Olma Halle 2.1, 13.30 Uhr

## HR 4.0

Menschen und Maschinen - intelligent und digital



René Fitterer



Byörn Mattle



Stefan Stahl &  
Marco Zbinden



Sunnie J. Groeneveld



Frank Rechsteiner

Patronat



Hauptsponsoren



Medienpartner



freicom.

Continuum zum Thema Coaching & Konfliktlösung:

# Max - Querschläger oder Querdenker?

Der gesamte Nachfolgeprozess berührt vielfach emotional. Spielen Sie nicht den «starken Max». Mit unserer langjährigen Erfahrung begleiten wir die involvierten Parteien und Partner ganzheitlich:

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

Continuum AG | St. Gallen | Staufeu b. Lenzburg | Zürich  
Nachfolgeprozess | Unternehmensentwicklung | Familienvermögen

 **CONTINUUM**  
Zukunft sichern.



gründete unsere Bank eine Gesellschaft, die Güterwagen besitzt und diese an Bahnbetreiber weitervermietet. Die Erträge aus der Vermietung werden an die Kunden ausgeschüttet. Eine viel breiter abgestützte Innovation ist uns aber im Bereich der Vorsorge zur Jahrtausendwende gelungen.

#### Welche?

Wir gehören zu den Pionieren für die individualisierte Vermögensanlage im Rahmen der überobligatorischen Pensionskasse. Heute nutzen zahlreiche Führungskräfte und Firmeneigner diese eigenverantwortliche Lösungen und unsere integrale Beratung als «privater Finanzchef» durch uns.

#### Man wird sich aber einen solchen «privaten Finanzchef» erst ab einem gewissen Vermögen leisten können?

Bei uns gibt es kein Minimum. Entscheidend ist das Potenzial des Kunden. Wir müssen also nach vorne schauen, wohin sich ein potenzieller Kunde und sein Vermögen entwickeln könnten. Aber ein gewisses Volumen sollte man schon haben, damit es sinnvoll ist, zum Beispiel in Aktien zu investieren.

#### Wenn ich dieses Volumen habe: Wie finde ich das Bankhaus, das am besten zu mir passt?

Das Wichtigste ist der Mensch. Ein Bankier muss die Fähigkeit haben, sich mit dem Kunden identifizieren zu können. Entscheidend ist aber auch die Unabhängigkeit, denn ein guter Bankier versucht immer, dem Kunden einen Mehrwert zu bieten. Ein eigenständiger Investmentansatz ohne jegliche Verkaufsziele ist für eine langfristig erfolgreiche Kundenbeziehung elementar. Das verbindende Element mit unserer stetig wachsenden Kundschaft ist wohl, dass sie die Welt

ähnlich sehen wie wir. Das heisst, dass sie unsere liberalen Werte teilen, eigenständig denken und eigenverantwortliche Lösungen schätzen.

#### Zum Schluss: Die Wertschöpfungskette von klassischen Banken werden wegen der Digitalisierung vermehrt durch neue Marktteilnehmer wie Technologiefirmen und Plattformen durchbrochen. Spüren Sie das auch als Privatbank?

Tatsächlich sind starke technologische Fortschritte im Gange, welche wir insbesondere bei der Optimierung unserer internen Prozesse nutzen. Auch in der Kommunikation ergeben sich hier Vorteile, das persönliche Gespräch bleibt aber unersetzlich. Die Digitalisierung hilft uns allerdings, im Hintergrund Prozesse zu optimieren, und unsere Kundenverantwortlichen können flexibler und schneller kommunizieren. Vermögensverwaltung ist etwas sehr Persönliches, deshalb bleibt auch die persönliche Beratung wichtig. Zuhören und Empathie sind Eigenschaften, die durch die Digitalisierung nicht ersetzt werden können.

#### Zur Person

Werner Krüsi wohnt in Speicher und leitet als Partner die Niederlassung von Privatbankiers Reichmuth & Co im St.Galler Klostersviertel. Das inhabergeführte Bankhaus beschäftigt in Luzern, Zürich und St.Gallen rund 100 Mitarbeiter und verwaltet Vermögen von gut zehn Milliarden Franken.

Text: Tanja Millius  
Bilder: Thomas Hary

Bereichsleiter Private Banking Sandro Schibli:

## Trend zu nachhaltigem Anlegen.



# Weniger Glamour, mehr Kundennähe

Sandro Schibli ist Bereichsleiter Private Banking bei der Acrevis-Bank in St.Gallen. Er verrät, ab welcher Vermögenshöhe Private Banking Sinn macht, unterstreicht, dass auch regional tätige Banken erfolgreiches Private Banking betreiben können, und definiert dessen Erfolgsfaktoren.

**Sandro Schibli, darf man angesichts von tiefen Zinsen, tiefen Volatilitäten und hohen Unsicherheiten auf dem Weltmarkt sagen: Richtig Geld verdient eine Bank nur noch im Private Banking?**

Für uns gilt dies keineswegs. Wir sind für unsere Kunden Partner für unterschiedlichste finanzielle Themen wie Eigenheimfinanzierung, Unternehmenskredite oder Vorsorge – und selbstverständlich auch für vielfältige Anlagebedürfnisse.

**Private Banking hat Zukunft, wächst doch die Summe der erarbeiteten Vermögen in der ersten Welt jährlich. Ein Pferd also, auf das Sie in Zukunft noch verstärkt setzen?**

Selbstverständlich, denn das Private Banking ist Teil unserer DNA. Wir wissen, was unsere Kunden in Anlagefragen bewegt. Dafür bieten wir Lösungen und begleiten sie durch all ihre Lebensphasen hindurch.

**Private Banking sind Finanzdienstleistungen, die Banken ihren vermögenden Privatkunden anbieten. Ab wann gilt man bei Ihnen als vermögend?**

Grundsätzlich beginnt bei uns das Anlagegeschäft ab 20'000 Franken. Unsere Dienstleistungen passen sich den Erwartungen und Bedürfnissen der Kunden an. Bei der Vermögensplanung sind Weitblick und persönliche Anlagestrategie entscheidend. Hinsichtlich Vorsorge für den dritten Lebensabschnitt, den Ruhestand, ist aber jeder betroffen.

**Und ab welcher Vermögensgrenze macht ein Private Banking Sinn?**

Erweiterte Bedürfnisse und Erwartungen machen es erforderlich, unterschiedlichste zusätzliche Aspekte in der Vermögensanlage zu berücksichtigen. Beispielsweise ist eine sinnvolle Diversifikation ausserhalb eines Fonds nur möglich und bezüglich Kosten optimal, wenn über alle Anlageklassen hinweg ein Vermögen von rund 300'000 Franken zur Anlage steht.

**Verwalten Sie ausschliesslich Vermögen von Personen in der Schweiz oder auch von Kunden aus dem Ausland, die ihr Vermögen in der Schweiz anlegen?**

Überwiegend bedienen wir Schweizer Privatpersonen. Aufgrund unserer geografischen Lage zählen wir jedoch auch

Kunden aus Österreich und Deutschland zu unseren Private-Banking-Kunden.

**Wie unterscheiden sich die Leistungen, die PB-Kunden erhalten, von denen des Massenkundengeschäfts?**

Die Kundenbeziehung im Private Banking definiert sich in einer erhöhten Erwartungshaltung und spezifischen Bedürfnissen. Diese vielfältigeren Anforderungen sind der Hauptunterschied zum breiten Anlagegeschäft und erfordern auch eine erhöhte Fachausbildung der Kundenberater.

*«Die Bankbranche war gezwungen, fitter zu werden.»*

**Ein Banker hat mir gesagt, das Massenkundengeschäft wolle er gar nicht mehr, er fokussiere sich lieber auf das PB-Spektrum – finanziell interessanter und mit nachhaltigeren Kundenbeziehungen. Sind wir auf dem Weg in die Zweiklassen-Bankgesellschaft?**

Wer sich etwa unsere Acrevis-Invest-Anlagelösungen anschaut, wird schnell erkennen, dass diese Anlagelösungen auf unterschiedlichste Kundenbedürfnisse ausgerichtet sind. Eine Zweiklassen-Gesellschaft ist für uns kein Thema.

**Typischerweise wird Private Banking von Privatbanken angeboten, die sich ausschliesslich darauf fokussieren. Kann da eine Regionalbank überhaupt mithalten?**

Selbstverständlich, denn Kunden wägen heute differenzierter ab. Glanz und Glamour werden nicht mehr mit Kompetenz und Kundennähe gleichgestellt. Meine Erfahrung ist, dass unser Kundenzuspruch mit Kundennähe, Anlagekompetenz, Vertrauen und Kontinuität begründet werden kann: also mit gelebter Partnerschaft.

**Sie verfügen also über die entsprechenden Finanzprodukte und das fachliche Know-how?**

Durch unsere Unabhängigkeit sind wir frei von Interessenkonflikten und investieren genau dort, wo sich das Anlagebedürfnis der Kunden bestmöglich mit einem Anlageins-

Die richtige Perspektive  
für Ihre Vermögensstrategie.



Machen Sie den richtigen Schachzug  
für Ihre Zukunft mit uns. [acrevis.ch/anlagewelt](https://www.acrevis.ch/anlagewelt)

St.Gallen • Gossau SG • Wil SG • Wiesendangen • Bütschwil  
Rapperswil-Jona • Pfäffikon SZ • Lachen SZ

**acrevis**  
Ihre Bank, näher bei Ihnen

trument befriedigen lässt. Am Deutlichsten lässt sich dies anhand der Anlagefonds erklären: Da wir über keine eigenen Finanzmarktprodukte verfügen, selektieren wir mit Blick auf den Kundennutzen im Sinne eines Best-in-Class-Ansatzes die besten Fonds der jeweiligen Anlagemärkte.

**Ein Kernthema im PB ist die Vermögensberatung. Wie stellt eine Bank sicher, dass unabhängig, neutral und kundenorientiert beraten wird?**

Wir stellen dies etwa mit unserem Anlage- und Beratungsmodell «Acrevis Spektrum» sicher. Ausgehend von der Persönlichkeit eines Kunden ermöglicht die Hinzunahme unserer dreidimensionalen Analyse der Finanzmärkte eine passgenaue individuelle Anlagestrategie. Wir sind überzeugt, dass dieses Verschmelzen der Persönlichkeit des Anlegers mit unserer Beratungs- und Finanzmarktcompetenz dem Kunden einen Mehrwert bietet. Da wir eben keine eigenen solcher Produkte unterhalten, ist unsere Beratung wirklich frei von Interessenkonflikten.

**Ein weiteres Kernthema ist die Vermögensverwaltung. Wie verwaltet ein guter Bankier die ihm anvertrauten Vermögen im Sinne seines Kunden? Und macht er das überhaupt noch selbst oder erledigen das heute Algorithmen?**

Eine Vermögensverwaltung sollte immer auf einem Anlagemodell basieren, welches das Vorgehen strukturiert und verständlich darstellen lässt. Ein erfolgreiches Anlagemodell beinhaltet unterschiedlichste Elemente der Analyse und des Anlageprozesses. Wir setzen grundsätzlich nicht auf Algorithmen, sondern auf das dreidimensionale Acrevis Spektrum, das wir selbst entwickelt haben, und auf bestens qualifizierte Experten des Portfoliomanagements.

*«Verantwortungsbewusstes Handeln dürfte kein kurzfristiges Phänomen sein.»*

**Wie sehr haben die Preisgabe des Bankgeheimnisses 2008/2009 und der automatische Informationsaustausch 2014 dem PB-Geschäft geschadet?**

Die Bankbranche war gezwungen, fitter zu werden. Der Wettbewerb intensiviert sich. Andere Branchen kennen das seit Jahrzehnten. Im Endeffekt profitieren Kunden durch eine erhöhte Leistungsbereitschaft der Banken und eine stärkere Differenzierung zwischen den Banken. Im Besonderen die Innovation in Kombination mit Kundennutzen wird im Banking nach wie vor durch Kundentreue honoriert.

**Die neuen Informationstechnologien lassen die Kunden heute viel besser informiert sein als noch vor zehn oder zwanzig Jahren. Wie halten Sie Ihren Informationsvorsprung und damit schlussendlich auch Ihre Daseinsberechtigung, wenn man so sagen darf?**

Das geschieht durch verständliche, bedürfnisorientierte Innovationen und Kompetenzerweiterungen. Hervorragend ausgebildete langjährige Mitarbeiter mit einer grossen Leistungsbereitschaft für unsere Kunden unterstützen dieses Vorgehen, Kundennähe und Vertrauen bleiben dabei die höchsten Güter.

**Und wie ethisch oder nachhaltig ist der PB-Kunde heute? Will er etwa bestimmte Branchen ausgeschlossen haben aus seinem Portfolio (Kohle, Waffen ...) oder zählt schlussendlich doch die Rendite?**

Das Verhalten ändert sich tatsächlich. Oftmals wird dieser Wunsch noch nicht direkt geäussert, aber die Erwartungshaltung geht klar in diese Richtung. Verantwortungsbewusstes Handeln dürfte kein kurzfristiges Phänomen sein.

*«Vertrauen ähnelt einer verletzlichen Pflanze.»*

**Sehen Sie also einen Trend zum nachhaltigen Anlegen?**

Der Trend hat im Ausland längst begonnen und verstärkt sich nun auch in der Schweiz. Während beispielsweise institutionelle Anleger im Ausland bereits Vorschriften in dieser Hinsicht beachten müssen, ist die Schweiz noch liberaler unterwegs. Doch auch in der Schweiz möchten Privatkunden mit ihren Anlagen zunehmend einen positiven persönlichen Fussabdruck hinterlassen.

**Die Wertschöpfungskette von klassischen Banken wird wegen der Digitalisierung vermehrt durch neue Marktteilnehmer wie Technologiefirmen und Plattformen durchbrochen. Spüren Sie das auch im Private Banking?**

Die Digitalisierung ist im Zusammenhang mit dem Erneuerungsprozess in der Bankbranche durchaus willkommen. Kunde und Bank richten sich neu aufeinander aus. Hat die Bank oder der Finanzdienstleister tatsächlich digitale Nutzen für das Kundenbedürfnis vorzuweisen, ist die Digitalisierung aus meiner Sicht überhaupt nichts Bedrohliches. Digitalisierung findet seit Jahrzehnten statt. In meiner Banklehre vor Jahrzehnten war es der Wechsel von der Kugelkopfschreibmaschine auf den Personal Computer.

**Das beratungsintensive PB-Geschäft schafft allerdings auch Vertrauen und Kundenbindung, man wechselt hier sicher nicht so schnell die Bank, als wenn es nur um ein Lohnkonto geht. Stimmt dieser Eindruck?**

Wenn die Beziehung zwischen Kunde und Bank auf gemeinsamen Werten, Identifikation und Vertrauen basiert, dann stimmt dies sicherlich. Dem gilt es durch Kundennähe und Leistungsbereitschaft Sorge zu halten, denn Vertrauen ähnelt einer verletzlichen Pflanze.

**Und wie persönlichkeitsabhängig ist das PB-Geschäft? Fokussiert der Kunde auf die Bank oder «seinen» Berater?**

Ich bin überzeugt, dass Bank und Berater nur als Einheit überzeugen können. Unsere Private-Banking-Kundschaft erwartet überzeugende Antworten auf unterschiedlichste Kundenbedürfnisse. Nur Berater mit einer hohen Übereinstimmung ihrer eigenen Werte mit jenen der Bank können mit Überzeugung und Leidenschaft auf diese Bedürfnisse eingehen. Diese Leidenschaft spüre ich tagtäglich.

**Text:** Stephan Ziegler  
**Bild:** Thomas Hary

# Fundamentale Veränderungen am Horizont

Der Begriff Blockchain wurde im Zusammenhang mit Kryptowährungen bekannt. Die Technologie bietet aber auch für Unternehmen ein enormes Potenzial. Professor Ernesto Turnes, Leiter Zentrum Banking and Finance an der FHS St.Gallen, erklärt die Funktionsweise und Anwendungsmöglichkeiten von Blockchain, betont, wie wichtig ihr Verständnis gerade für KMU ist, und verrät, welche Anwendungen er selbst bereits verwendet.

Ernesto Turnes, Leiter des Kompetenzzentrums Banking und Finance IFU-FHS.



Prof. **Ernesto Turnes** war Gastreferent an den diesjährigen «Horizonte»-Veranstaltungen zu Konjunktur und Trends der St.Galler Kantonalbank an sechs Veranstaltungsorten in der Ostschweiz. Dieses Interview mit Turnes wurde zuerst im «KMU-Fokus» der St.Galler Kantonalbank publiziert. Er kann hier abonniert werden: [sgkb.ch/kmu-fokus](https://sgkb.ch/kmu-fokus).

### **Ernesto Turnes, warum ist Blockchain mehr als nur Bitcoins?**

Der Bitcoin wird als weltweit erster Anwendungsfall der Blockchain in die Geschichtsbücher eingehen. Als er im Jahr 2009 ins Leben gerufen wurde, übernahm er gleichzeitig die Rolle des Geburtshelfers der Blockchain-Technologie. Bei der Blockchain handelt es sich vereinfacht gesagt um eine Liste oder ein Register, bei welchem alle Transaktionen zwischen den Netzwerk-Teilnehmenden laufend in Blöcke verpackt und in chronologischer Reihenfolge der Blockchain hinzugefügt werden. Im Unterschied zu den bis anhin üblichen zentralen Transaktionssystemen ist bei der Blockchain keine zentrale Instanz notwendig. Die Liste mit den Transaktionen wird in der Blockchain nicht mehr vom Mittelsmann geführt, sondern von den Teilnehmenden des dezentralen Netzwerkes. Neben dem Verzicht auf die zentrale Instanz liegen die Stärken der Blockchain auch in der Transparenz und der Fälschungssicherheit der gespeicherten Datensätze.

### **Warum tun sich immer noch viele Unternehmen schwer mit der Blockchain-Technologie?**

Jede technologische Entwicklung stösst zuerst auf eine gewisse Skepsis. Dies war beispielsweise auch bei der Erfindung des Internets zu beobachten. Nach einer anfänglichen Hype-Phase beruhigen sich die Gemüter meist wieder, was den Nährboden für den potenziellen Durchbruch schaffen kann. Die Blockchain-Technologie hat mittlerweile die medial aufgebauchte Hype-Phase hinter sich gebracht, steckt aber immer noch in den Kinderschuhen. Es wird noch ein paar Jahre dauern, bis die Blockchain-Technologie ihr gesamtes Potenzial entfalten und sich als Massenadaption etablieren kann.

### **Welche neuen Geschäftsmodelle ermöglicht die Blockchain-Technologie?**

In den letzten Jahren sind Blockchain-Startups wie Pilze aus dem Boden geschossen, um die Gunst der Stunde zu nutzen. Mittlerweile sind einige dieser Startups bereits wieder von der Bildfläche verschwunden. Nichtsdestotrotz bietet die Blockchain-Technologie das Potenzial, diverse Bereiche der Wirtschaft und der Gesellschaft fundamental zu verändern. In Zukunft könnte die Blockchain beispielsweise Auswirkungen auf den Zahlungsverkehr, die Handelsfinanzierungen, die Geldanlagen oder die Finanzierung von Unternehmen haben. Ausserhalb der Finanzwelt könnte die Blockchain eingesetzt werden, um digitale Identitäten zu erschaffen, einen eindeutigen Herkunfts- oder Echtheitsnachweis von Produkten zu erbringen sowie Wahlen und Abstimmungen fälschungssicher durchzuführen.

### **Welche Chancen und Risiken bietet die Technologie?**

Die Blockchain-Technologie überzeugt grundsätzlich durch hohe Transparenz und Sicherheit und macht die zentrale Instanz auch dann überflüssig, wenn sich die beteiligten Parteien im Ökosystem gegenseitig nicht vertrauen. Meines Erachtens braucht es jedoch noch weitere Vereinfachungen und Standardisierungen, bevor sich die Blockchain-Technologie in der Masse durchzusetzen vermag.

### **Können Sie exemplarisch zwei Praxisbeispiele erläutern, wie KMU erfolgreich die Blockchain nutzen?**

Ein Praxisbeispiel, das für mehrere KMU relevant sein könnte, ist der Herkunfts- oder Echtheitsnachweis. Ein Markenartikel-Hersteller könnte sich mithilfe der Blockchain beispielsweise vor billigen Kopien schützen und den Konsumenten

die Möglichkeit geben, die Echtheit mehrerer Markenprodukte auf einfache Weise mit dem Smartphone zu überprüfen. Ein weiteres Praxisbeispiel sind Finanzierungen von Unternehmen und Projekten über die Blockchain. Wertpapiere wie Aktien und Obligationen könnten grundsätzlich als digitale Tokens dargestellt und über die Blockchain emittiert und gehandelt werden. Die Schweizer Börse SIX entwickelt derzeit mit der SIX Digital Exchange (SDX) eine eigene Plattform für den Handel von solchen tokenisierten Vermögenswerten.

*«Wertpapiere könnten als digitale Tokens dargestellt und über die Blockchain gehandelt werden.»*

### **An welchen Projekten forschen Sie an der FHS St.Gallen im Moment zu diesem Thema?**

Im Februar 2019 haben mein Mitarbeiter Pascal Egloff und ich das Fachbuch «Blockchain für die Praxis» veröffentlicht. Dieses Buch bildet die Grundlage für unsere Beratungsprojekte bei KMU sowie zahlreiche Referate und interne Schulungen bei Unternehmen, Banken und Institutionen. Im Bereich angewandte Forschung befassen wir uns aktuell mit einem Projekt mit dem Titel «Independent Evaluation Framework for Security Tokens». Gemeinsam mit namhaften Praxispartnern werden wir in den nächsten Monaten einen Standard im Bereich tokenisierter Wertpapiere entwickeln. Dieser Standard soll beispielsweise die Geschäftstätigkeit von Banken und institutionellen Anlegern wie Pensionskassen vereinfachen und dazu beitragen, dass die Tokenisierung von Vermögenswerten in der Schweiz weiter vorangetrieben wird.

### **Was empfehlen Sie KMU jetzt ganz konkret, um den Anschluss nicht zu verpassen?**

Als KMU ist es aus meiner Sicht nicht zwingend erforderlich, sich bei allen technologischen Entwicklungen an vorderster Front zu positionieren. Ich würde es den KMU jedoch empfehlen, sich laufend mit neuen Technologien auseinanderzusetzen und gewisse Erfahrungswerte zu sammeln, um bei Bedarf rechtzeitig auf den Zug aufspringen zu können. Die Blockchain-Technologie befindet sich immer noch in einem Anfangsstadium, weshalb es noch nicht zu spät ist, sich mit dem Potenzial und den Anwendungsmöglichkeiten dieser Technologie zu befassen. Jedes KMU sollte die grundlegende Funktionsweise der Blockchain verstehen und sich überlegen, wie das eigene Geschäftsmodell von dieser Technologie positiv oder negativ tangiert werden könnte.

### **Welche Blockchain-Anwendungen nutzen Sie schon?**

Als Privatperson habe ich bereits mehrere Tokens gehandelt sowie an der Emission von neuen Tokens teilgenommen. Zudem betreiben wir an der FHS einen Blockchain-Knoten der Ostschweizer Firma Blockchain Trust Solutions AG. In diesem Zusammenhang nutzten wir die Blockchain bisher für Echtheitsnachweise sowie für das Speichern von Teilnahmebescheinigungen an unserem letztjährigen Forum «Blockchain for Business».

**Text:** Stefan Grob

**Bild:** St. Galler Kantonalbank

# Sie brauchen nicht viele **Experten. Nur die richtigen.**

Je komplexer das Bankgeschäft, umso höher schätzen die Kunden unsere klare und direkte Art. Wir sorgen dafür, dass für Sie alles schnell und einfach geht.

Mit sehr kurzen Reaktionszeiten und direktem Kontakt zu den wichtigen Entscheidungsträgern. So entstehen schnelle und verbindliche Kommunikationswege. Auch das nennen wir Performance.





## «Der Kundenberater wird noch wichtiger»

Die VP Bank ist als Privat- und Intermediärbank international tätig und gehört zu den grössten Banken Liechtensteins. Im Geschäftsjahr 2019 konnte die Bank aus Vaduz ihren Konzerngewinn um über 34 Prozent auf rund 73,5 Millionen Franken steigern. Im Gespräch definiert Martin Engler, Leiter Private Banking/Institutionelle Kunden Liechtenstein, die Eckpfeiler für erfolgreiches Private Banking.

### **Martin Engler, die VP Bank ist 2019 weiter gewachsen; die betreuten Kundenvermögen haben sich um fast 15 Prozent erhöht. Worauf ist dieser Erfolg zurückzuführen?**

Das Gruppenergebnis ist auf mehrere Faktoren zurückzuführen und alle internationalen Standorte haben zu diesem erfreulichen Ergebnis beigetragen: Einerseits haben wir 2017 eine Rekrutierungsoffensive gestartet. Dank neuen Kundenberatern konnten wir das Nettoneugeld merklich steigern. Dann konnten wir die Übernahme der Private-Banking-Aktivitäten der Luxemburger Catella-Bank abschliessen, und schliesslich hatte auch die erfreuliche Marktpformance ihren Anteil an diesem positiven Resultat.

### **Die VP Bank hat über 60 Jahre Erfahrung im Private Banking. Was ist das Fundament für ein erfolgreiches Geschäft in diesem Bereich?**

Dafür sind zwei Faktoren unerlässlich: Vertrauen und Erfolg. Das Erstere gehört zu unserem Selbstverständnis und zur DNA der VP Bank. Gleichzeitig überzeugen wir über die

Jahrzehnte mit konstantem und organischem Wachstum. So sind wir von einer Kleinbank zu einer mittelgrossen, international tätigen Privat- und Intermediärbank mit internationalen Standorten gewachsen. Zusammen mit unserer eigenen Fondsgesellschaft sind wir für eine Bank dieser Grössenordnung aussergewöhnlich positioniert.

### **Wie haben sich die Ansprüche der Kunden an die Private-Banking-Beratung verändert?**

Die Kundenberatung steht vor neuen Herausforderungen: die alternde Gesellschaft, die digitale Transformation, das Bedürfnis nach mehr Individualität und vertrauensvollen Ansprechpartnern. Für das Private Banking hat gerade der Umstand, dass die Bevölkerung älter wird, einen grossen Einfluss. Weil gleichzeitig das Vermögen weiter zunimmt, wird damit gerechnet, dass in der Schweiz jährlich bis zu 70 Milliarden Franken vererbt werden. Das sind nicht nur Anlagevermögen und Immobilien, bei KMU geht es beispielsweise auch um die Nachfolgeplanung. Damit hängen viele Fragen zusammen,

# TOP-ZINSEN UND ECHTE WERTE

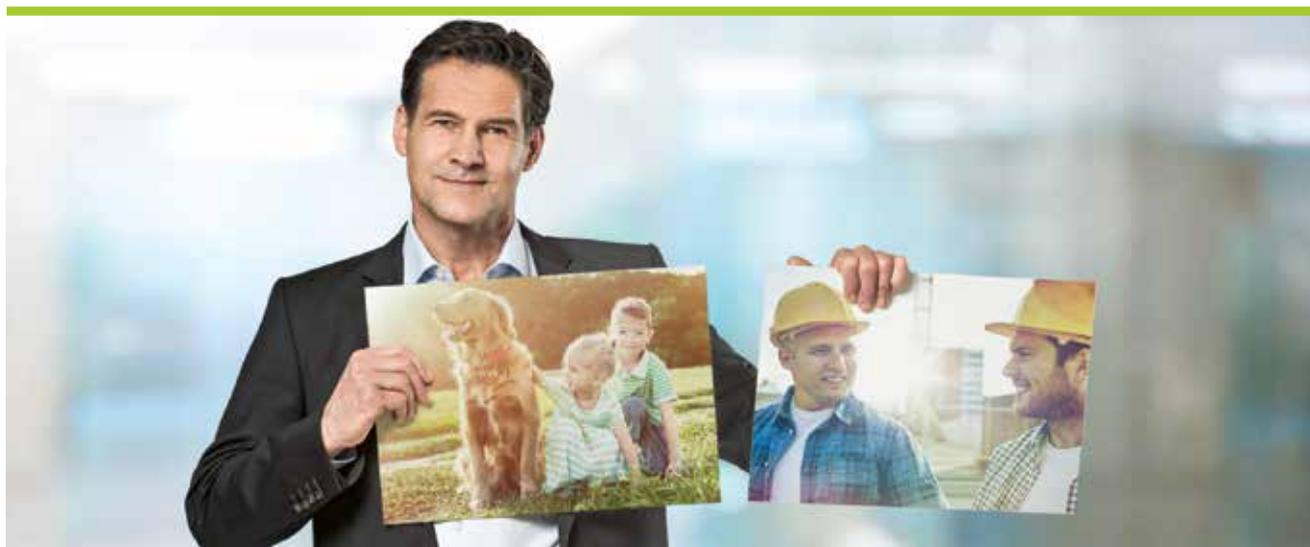
*Ich will eine Bank, bei der die Werte stimmen. Und die Zinsen auch – bis zu 0,7% auf dem CHF-Bonussparkonto ohne Kontoführungsgebühren.*



Gemeinschaft.  
Mehrwert. Bank.



Jetzt  
Konto eröffnen  
[wir.ch/bonuszins](http://wir.ch/bonuszins)



## PRIVATE FINANZEN IM EINKLANG MIT IHREM UNTERNEHMEN.

Als Unternehmerin oder Unternehmer wissen Sie, wie wichtig es ist, Privates und Geschäftliches im Einklang zu halten. Wir helfen Ihnen deshalb dabei, Ihre privaten Finanzen zu optimieren, wobei wir speziell auch die Abhängigkeiten zu Ihrem Unternehmen berücksichtigen.

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



**Thurgauer  
Kantonalbank**  
FÜRS GANZE LEBEN

LEADER | digital

DAS OSTSCHWEIZER WIRTSCHAFTSPORTAL

die seitens der Bank ganzheitliche Angebote erfordern, die auf individuelle Bedürfnisse eingehen. Für unser Geschäft bieten sich dadurch Chancen, die wir ergreifen wollen.

**Wenn es um das Thema Banking geht, wird aktuell oft über Chatbots, Robo-Advisory und weitere technologische Lösungen gesprochen. Wird es den Kundenberater demnächst nicht mehr geben?**

Meiner Ansicht nach wird der Kundenberater sogar noch wichtiger. Viele einfache Dienstleistungen können mittlerweile problemlos per App oder am Computer mit Künstlicher Intelligenz und Algorithmen abgewickelt werden. Steigen jedoch die Ansprüche und werden die Finanz- und Vermögensfragen komplexer, dann stossen auch technische Lösungen an Grenzen. Und noch fast wichtiger: Private Banking ist ein «People's Business». Menschen mit ihren Emotionen und Sympathien sind ein sehr wichtiger Pfeiler unseres Services. Deshalb bin ich überzeugt, dass es den Kundenberater weiterhin braucht, unterstützt von innovativen technologischen Lösungen.

**Was heisst das konkret?**

Wir verknüpfen professionelle persönliche Beratung mit den neusten Technologien. Dank einer hybriden Beratung profitieren unsere Kunden von innovativen Tools und haben stets ihren Ansprechpartner zur Seite.

*«Private Banking ist People's Business.»*



**Ab welcher Vermögensgrenze fängt für Sie das Private Banking an?**

Wir verfolgen den Ansatz, dass bei unserem Service für den Kunden ein attraktiver Preis in einem vernünftigen und tragbaren Verhältnis steht. Das geht von Fondsprodukten für Kleinsparer bis hin zu umfassenden Beratungspaketen und Vermögensverwaltungsmandate von Vermögenden. Beispielsweise hat eine Vorsorge- bzw. Nachfolgeberatung ihren Preis – und seine Bezahlung kann unabhängig von der aktuellen Vermögensgrösse durchaus Sinn machen. Wenn später durch Erbschaften oder Pensionskassenauszahlungen ein grösseres Anlagevermögen besteht, dann rechnet sich auch eine umfassende Beratung und die Kosten, die damit verbunden sind.

**Text:** Tanja Millius  
**Bilder:** zVg

## Kühlen Kopf bewahren

**Die aktuelle unsichere Situation an den Geld- und Kapitalmärkten – ausgelöst durch das Coronavirus – zeigt auf, wie schnell und drastisch sich die gesamtwirtschaftliche Lage verändern kann.**



Es spielt keine Rolle, ob die gesundheitlichen Risiken des Coronavirus nun medial übertrieben werden oder nicht. Die wirtschaftlichen Auswirkungen der Pandemie sind real. So hat die KOF seine Konjunkturaussichten anfangs März nach unten revidiert.

Nicht nur Grosskonzerne müssen sich auf schwierigere Zeiten einstellen: Verringerter Konsum, Unterbrüche in der Lieferkette und Produktionsausfälle werden auch Familienunternehmen stark treffen.

Neben den absehbaren Liquiditätsengpässen kommen bei inhabergeführten Betrieben weitere Problemfelder dazu. Für die meisten Unternehmerfamilien ist das Unternehmen der Hauptbeitrag zum Familienvermögen. Wenn dieses nun durch eine Krise bedroht zu sein scheint, so kann dies zu unterschiedlichen Reaktionen in der Familie führen. Wo zuvor Einigkeit herrschte, können nun die Sorgen der Familienmitglieder um das Unternehmen zu Konflikten oder gar Zerwürfnissen führen.

Für die operativ tätigen Familienmitglieder stellen sich zwei Herausforderungen: Sie müssen als gewissenhafte «Patrons» das Unternehmen durch die Krise führen, währenddessen sie mit den Sorgen und Fragen der Familie konfrontiert werden. Manch einer wird in dieser Zwickmühle fast aufgegeben und in seiner Führungstätigkeit beeinträchtigt.

Unser Rat: Beginnen Sie die Gespräche in der Familie über die «weniger rosigen Zeiten» frühzeitig und nehmen Sie die Sorgen ernst. Wenn die Konflikte zu gross werden, kann mediatorischer Beistand dazu beitragen, eine rationale Lösung zu erarbeiten. Die Mediation sollte aber unbedingt sowohl die betriebswirtschaftlichen Aspekte des Unternehmens als auch die emotionale Seite der Familie berücksichtigen.

Dr. Stefan Schneider  
Senior Manager der Continuum AG, St.Gallen  
Für weitere starke Worte: [www.continuum.ch](http://www.continuum.ch)

# Den Experience-Faktor nicht unterschätzen

Warum nehmen Menschen an Veranstaltungen teil? Dieser Frage ist Stephan Ziegler auf den Grund gegangen. Ziegler ist LEADER-Chefredaktor sowie Mitorganisator der «Nacht des Ostschweizer Fussballs», des «LEADER Digital Awards» und der «east#digital conference».



Der erste LEADER Digital Award 2019  
im Einstein Congress.

Veranstaltungen, die begeistern, beruhen nicht auf Zufall. Die «Future Meeting Space»-Untersuchung hat sechs Haupterfolgskriterien identifiziert:

### 1. Networking

Warum nehmen Menschen an Veranstaltungen teil? Mit anderen in Kontakt zu treten und sich auszutauschen, sind die Hauptgründe. Daher müssen Veranstaltungsplaner diesen Bereich ganz besonders im Auge haben, damit alle eine gleichwertige Chance haben, ihren nächsten Geschäftspartner, Arbeitgeber oder Investor zu treffen.

Strategisch platzierte «Icebreaker» sind eine Möglichkeit, Interaktion und Kommunikation zu Beginn einer Veranstaltung in Gang zu bringen. Auch im Veranstaltungsverlauf sollten spezielle Networking-Elemente immer wieder aufpoppen.

**Wer etwas Neues lernt und positiv überrascht wurde, ist zufrieden.**

### 2. Disruption

Disruption ist ein komplett neuer, hochinteressanter Erfolgsfaktor. Befragungen zeigen, dass Disruption im positiven Sinne den Erfolg von Events entscheidend beeinflussen kann. Veranstaltungen, die bei Teilnehmern Veränderungen auslösen, Lebensläufe in neue Richtungen drehen oder ein besonderes Gemeinschaftsgefühl hervorrufen, bleiben nachhaltig in Erinnerung.

Wenn es um Disruption geht, kann man kreativ werden. Dabei ist es wichtig, veranstaltungs- und teilnehmerspezifisch vorzugehen. In diesem Rahmen ist dann alles erlaubt, solange es nicht inhaltsleerer Gimmick ist. Auch Redner können ein guter Startpunkt sein: Warum nicht jemanden integrieren, der mit der jeweiligen Industrie gar nichts zu tun hat und gerade deshalb eine unerwartete Perspektive bieten kann? Genauso können Locations für positive Disruption sorgen.

### 3. Digitalisierung

Viele Teilnehmer erwarten inzwischen ein bestimmtes Mass an Technologie-Tools bei Events. Diese werden als Ausdruck von Innovation wahrgenommen, was sich positiv auf den Veranstaltungserfolg auswirkt. Bei der Planung sollte genau überlegt werden, wo welche digitalen Instrumente eingesetzt werden. Dazu gehören Technologien, die Interaktion fördern, Visualisierungstools, Virtual Reality oder Event-Apps. All das immer unter der Vorgabe der Sinnhaftigkeit – Technologie um der Technologie Willen macht keinen Sinn.

### 4. Wissenstransfer

Ohne erfolgreichen Wissenstransfer keine erfolgreichen Veranstaltungen: Eine einfache Formel, die vor komplexe Herausforderungen stellen kann. Teilnehmer sind nur dann wirklich zufrieden, wenn sie bei einer Veranstaltung Neues und Relevantes gelernt haben, das nach der Rückkehr ins Büro direkt Anwendung finden kann.

Inspirierende und interaktive Formate fördern den Wissenstransfer. Die Forschung zeigt zudem, dass die gemeinsame, praktische Arbeit an einem Thema Wissen langfristiger im Kopf verankert. Und auch hier kommen die Redner wie-

der entscheidend ins Spiel. Die jeweiligen Themen sollten von Experten, die mit den Teilnehmern spontan interagieren können, aus unterschiedlichen Blickwinkeln umfassend abgedeckt werden. Gute Visualisierung hilft auch hier immer.

### 5. Interaktion

Interaktion ist nicht nur entscheidend für den Wissenstransfer, sondern spielte auch eine wichtige Rolle bei der Disruption. Untersuchungen haben gezeigt, dass sich Interaktion sowohl zwischen den Teilnehmern als auch im Hinblick auf die Redner positiv auf den Disruptionsfaktor auswirkt. Beim Event-Design ist es hier wichtig, jede Session darauf zu überprüfen, wie Interaktion möglich gemacht werden kann. Ein guter Mix aus digitalen Optionen zur Interaktion und Face-to-Face-Momenten gehört genauso dazu wie die Beachtung der verschiedenen Persönlichkeitstypen, sprich: extrovertierten und introvertierten Menschen.

### 6. Zufriedenheit

Zufriedenheit ist eine Art «Meta-Erfolgsfaktor», der insbesondere vom Wissenstransfer und Disruptionsfaktor beeinflusst wird. Wer auf der einen Seite etwas Neues lernt und auf der anderen positiv überrascht wurde, ist zufrieden. Was auch bedeutet: Der Experience-Faktor darf nicht unterschätzt werden. Ob innovative Formate, die ganz neue Arten von Wissenstransfer ermöglichen, eine ungewöhnliche Location oder Aktivitäten, die auf emotionaler Ebene ansprechen – Menschen wissen es zu schätzen, wenn sich jemand wirklich Gedanken gemacht hat und besonderes Engagement in eine Sache steckt. Und sind umso zufriedener mit Veranstaltungen, wenn das spürbar wird.

**Ohne erfolgreichen Wissenstransfer keine erfolgreichen Veranstaltungen**

Unsere MICE-Partner in diesem Magazin:



Quelle: Verband der Veranstaltungsorganisations  
Bild: Marlies Thurnheer



**E**  
**EINSTEIN**  
ST. GALLEN



**Erfolgreich tagen. Kulinarisch geniessen.  
Individuell erleben.**

**Einstein St.Gallen**

Berneggstrasse 2 | 9000 St.Gallen, Switzerland  
+41 71 227 55 55 | info@einstein.ch | einstein.ch

# «Das ist genetisch verankert»

Anja Sachse und Bettina Güntensperger leiten gemeinsam das Convention Bureau St.Gallen-Bodensee, wobei Sachse Kongresse und Sales verantwortet und Güntensperger für Seminare, Marketing und Organisation zuständig ist. Im Interview verorten die beiden Spezialistinnen unsere Region auf der MICE-Erfolgskarte, fassen ihre USPs zusammen und lassen auch Nachholbedarf nicht aus.



Anja Sachse und Bettina Güntensperger.

## **Anja Sachse, sind Sie zufrieden mit der aktuellen Positionierung von St.Gallen im Wettbewerb mit andern Kongressstädten in der Schweiz?**

Grundsätzlich ja, aber Stillstand ist Rückschritt. Daher sind unsere Ambitionen für die nächsten Jahre hoch: Wir haben uns im Kongresstourismus zum Ziel gesetzt, den Top 7 der Schweizer Kongressstandorte anzugehören. St.Gallen reiht sich somit hinter den grösseren Städten wie Zürich, Basel, Bern, Luzern, Genf und Lausanne ein und ist demzufolge in

direktem Wettbewerb mit Kongressstandorten wie Lugano, Interlaken, Davos oder Montreux-Vevey.

## **Und wie sieht die Positionierung der Ostschweiz im Vergleich zu anderen Schweizer Regionen aus, Bettina Güntensperger?**

Die Ostschweiz mit St.Gallen als Zentrumsfunktion verfügt über eine kompetitive Infrastruktur mit einem attraktiven Preis-Leistungsangebot. Die Region mit Berg, Stadt, See



WÜRTH HAUS RORSCHACH



# FÜR VISIONÄRE

SEMINARE, TAGUNGEN, EVENTS

Würth Haus Rorschach | Churerstrasse 10 | CH-9400 Rorschach  
[www.wuerth-haus-rorschach.ch](http://www.wuerth-haus-rorschach.ch)





bietet alle Voraussetzungen für erlebnisreiche Rahmenprogramme. Die Ostschweiz wird in MICE-Umfragen immer wieder authentisch und schweizweit als sympathisch und freundlich angesehen. Die Geschichte, die Traditionen, aber auch die Kraft der regional ansässigen Organisationen und Unternehmen bieten eine breite Grundlage für eine glaubwürdige Kompetenz als Gastgeber im Seminar- und Kongressgeschäft. Aber da sind wir nicht die Einzigen.

#### **Wir sind also attraktiv, aber vielleicht etwas austauschbar?**

**Sachse:** Ja. Eine Top-Infrastruktur, umgeben von Seen, Bergen und schönen Landschaften können andere auch bieten. Wir hören immer wieder, dass unsere Region zwar als attraktiv, flexibel und preislich interessant, aber nicht differenzierend wahrgenommen wird. Hinzu kommen Standortnachteile für Anlässe mit Einzugsgebieten westlich von Zürich. Hier gilt es, an der Wahrnehmung der Ostschweiz zu arbeiten und mit innovativer Angebotsgestaltung und Vermarktung zu kontern.

**Güntensperger:** Ebenso beobachten wir, dass der Markt im Semingeschäft von zwei Vermarktungsorganisationen bearbeitet werden, die lediglich ein paar Kilometer voneinander entfernt domiziliert sind. Solche Strukturen sind nicht zeitgemäss. Daher möchten wir diesen Zustand korrigieren und haben einen gemeinsamen Strategieprozess mit diesem Mitbewerber angeschoben.

#### **Die Stadt St.Gallen sieht sich gerne als Business- und Meeting-, ja gar als Messe-Stadt. Kann sie sich da in Konkurrenz zu andern Kongressstädten in der Schweiz gut behaupten?**

**Sachse:** Absolut! Insbesondere, wenn wir künftig unsere Stärken noch besser in Szene setzen. Die Region St.Gallen ist mit ihren weltweit führenden Unternehmen, der renommierten Universität und dem Unesco-Weltkulturerbe Stiftsbezirk der Schweizer Schmelztiegel der Wirtschaftsgeschichte. Die malerische St.Galler Altstadt – eingebettet zwischen Säntis, Appenzellerland und Bodensee – ist der perfekte Hub für Kongresse rund 45 Minuten vom Flughafen Zürich entfernt. Mit der flexiblen Kongressinfrastruktur, dem schweizweit attraktivsten Preis-Leistungs-Verhältnis sowie der Ostschweizer Dienstleistungsbereitschaft wird jeder Kongress ein Erfolg.

#### **Und gegen die – günstigere – ausländische Konkurrenz?**

**Güntensperger:** Ja, wir überzeugen durch Mehrwert: Alle Partner gehen eine Extrameile – und bei uns bekommt der Veranstalter mehr Service fürs Geld. Der Veranstalter profitiert auch von weitreichenden Unterstützungsleistungen und kurzen Entscheidungswegen zu Stadt, Kanton, Tourismusorganisation und Wirtschaftsvertretern. Entwicklungsprojekte wie das Olma-Neuland sowie zukunftsweisende Investitionen in die Beherbergungsinfrastruktur helfen mit, unsere Wettbewerbsfähigkeit weiter auszubauen.

#### **Wenn wir nach Grösse aufschlüsseln: Was ist die Bandbreite von MICE-Veranstaltungen, die in der Ostschweiz durchgeführt werden können?**

**Sachse:** Bei Kongressen liegt die ideale Grösse im Moment bei 1500 Teilnehmern, auch 2'000 Personen sind noch gut handlebar. Wichtig im Kongressgeschäft sind genügend Hotelzimmer, Betten alleine reichen nicht aus, denn der Kongressgast reist in der Regel alleine an. Im mittleren Preissegment wären also mehr Hotelzimmer wünschenswert, gerade zu den MICE-Spitzenzeiten im Frühling und im Herbst. Je nach Veranstaltung besteht zwar die Möglichkeit, ins Vierländereck auszuweichen. Und bei internationalen Veranstaltungen sind auch Hotelzimmer im Raum Zürich Flughafen eine Option.

**Güntensperger:** Für Meetings und Seminare gibt es vom Bodensee bis zum Alpstein viele tolle Locations. Je nach Veranstaltungsgrösse kann der Veranstalter in fast privatem Rahmen etwas buchen, für grössere Meetings finden sich sowohl in der Stadt als auch auf dem Land auf Tagungen spezialisierte

Anzeige

**Das Pentorama ist ein faszinierender Raum für 25 bis 2500 Personen. Durch seine besondere Architektur eignet es sich für die verschiedensten Veranstaltungen – Konzerte genauso wie Vorträge oder Seminare.**

Erkundigen Sie sich unverbindlich bei der Stadtkanzlei Amriswil:  
**Telefon 071 414 12 32**  
**pentorama@amriswil.ch**  
**www.pentorama.ch**

**Fünf Ecken für einen runden Anlass.**

**pentorama**  
amriswil



Ihr Event in der Ostschweiz – wir unterstützen Sie dabei.

Meeting Trophy – Tavolata in der Zeughausgasse

St.Gallen-Bodensee Tourismus, Convention Bureau  
Bankgasse 9, CH-9001 St.Gallen, +41 71 227 37 32, congress@st.gallen-bodensee.ch

#tagenmitmehrwert

### UNSERE KOSTENLOSEN DIENSTLEISTUNGEN:

- Grosses Netzwerk mit über 200 Anbietern von Event-Dienstleistungen in der Ostschweiz
- Individuelle Beratung bei der Suche von Event-Lokalitäten und Hotels
- Ausarbeitung von Ideen für Rahmenprogramme
- Organisation von Rekognoszierungen
- Unterkunftsorganisation für Ihre Teilnehmerinnen und Teilnehmer, Terminkoordination u.v.m.



WORK & ACTIVEWEAR

# CORNELLA

KLEIDET EIN *shop*

**Berufs- und Freizeitmode**

Leimatweg 3 · 8580 Amriswil · Tel. 071 411 53 77  
Gontenstrasse 8 · 9050 Appenzell · Tel. 071 780 15 67  
info@cornella-ag.ch · www.cornella-ag.ch



## LEADER ist eine Marke – und davon profitieren auch Sie!

Der LEADER ist zum Label für ein starkes Unternehmertum mit Visionen geworden. Ob Firma, Verband oder Organisator einer Veranstaltung: Wir sind Ihr Partner und realisieren mit Ihnen ein Magazin, das vollumfänglich oder teilweise anzeigenfinanziert ist, professionell umgesetzt wird und direkt von der exklusiven Zielgruppe der Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Politik in der Ostschweiz profitiert. Bei Fragen stehen wir Ihnen per Telefon unter 071 272 80 50 oder via Email unter leader@metrocomm.ch gerne zur Verfügung. [www.leaderdigital.ch](http://www.leaderdigital.ch)



Locations. In diesem Bereich sind wir in der Ostschweiz sehr gut aufgestellt und haben einige MICE-Perlen zu bieten. Auch bei den Rahmenprogrammen punktet die Ostschweiz mit vielseitigen Möglichkeiten.

**Blicken wir auf den Hotelmix: Offenbar geht der Trend bei Kongressgästen hin zu weniger Sternen, dafür günstigeren Preisen, da Teilnahmen immer öfter selbst berappt werden müssen.**

**Sachse:** Die Nachfrage nach Hotelzimmer im mittleren Preissegment ist schon länger auch aufgrund der Compliance-Regelungen in diversen Branchen vorhanden. Wir stellen auch fest, dass die Teilnehmer auch auf Ferienwohnungen und AirBnB ausweichen. Wir sind eng im Austausch mit der Beherbergungsbranche. Positive Entwicklungen sind schon im Gange – wie etwa das neue Hotel Ibis Styles, das im September in St.Gallen St.Fiden eröffnet wird.

**Jetzt macht die Digitalisierung auch vor Konferenzen nicht Halt, vieles wird per Videochat oder Virtual Reality erlebbar. Spüren Sie das bei St.Gallen-Bodensee Convention auch?**

**Sachse:** Ja. Deshalb haben wir im September 2019 einen Kundenanlass zum Thema «Digital?! – versuch's doch mal!» organisiert und unsere Kunden über verschiedene digitale Tools in der Veranstaltungswelt informiert. Ausserdem forschen wir im Projekt micelab:bodensee seit Jahren zu diesem Thema und kommen immer wieder zu diesem einen Punkt: Digitalisierung findet statt, Digitalisierung wird Arbeitsabläufe erleichtern – aber der Mensch tauscht sich immer gerne mit dem Menschen aus. Das ist genetisch verankert, das wird sich nie ändern.

**Bleiben wir bei der Digitalisierung: Chatbots können Kunden online betreuen, Eventteilnehmer mittels Gesichtserkennung einchecken und KI-Matchmaking Kunden mit Unternehmen aufgrund gemeinsamer Interessen verbinden. Sind wir hier genügend digital unterwegs?**

**Güntensperger:** Wir geben unser Bestes, an der digitalen Entwicklung dran zu bleiben und unseren Standort diesbezüglich weiter zu entwickeln. Wir haben erkannt, dass wir in der Marktbearbeitung vermehrt auf digitale Tools setzen müssen, um einem Marktbedürfnis zu entsprechen.

**Zeichnen sich im Tagungs- und Kongresstourismus künftig neue Tendenzen ab, die man als Veranstalter nicht verpassen sollte?**

**Güntensperger:** Einerseits ist ein Trend zu individualisierten Programmen für Kongressteilnehmer zu beobachten und die Nachfrage nach Kongresslocations mit separaten kleineren Räumlichkeiten für Breakout-Sessions steigt. Andererseits ist die Nachhaltigkeit ein Thema, und auch Veranstaltungen im Bereich Corporate Social Responsibility liegen im Trend.

**Wo sehen Sie also das Veranstaltungsformat der Zukunft?**

**Sachse:** Im Projekt micelab:bodensee beschäftigen wir uns genau mit dieser Frage: Was macht eine gute Veranstaltung aus? Was einen guten Gastgeber? Wie werden Kongresse lebendiger? Das micelab:bodensee möchte, dass Menschen mit Freude an Kongressen, Tagungen und Seminaren teilnehmen, mit Begeisterung lernen und persönlich wie beruflich davon profitieren. Wie das geht, wird von Fachleuten aus verschiedenen Disziplinen erforscht. Dabei geht es um

Menschen, Haltungen, Werte, verschiedene Lernmethoden und lebendige Begegnungskultur.

**Zum Schluss: Welche Tipps geben Sie einem Veranstalter für einen erfolgreichen Event in der St.Gallen-Bodensee-Region mit auf den Weg?**

**Sachse:** Nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir beraten kostenlos hinsichtlich Eventlokalitäten und Hotels, arbeiten Ideen für Rahmenprogramme aus, organisieren Rekognoszierungen und bringen Anfrager mit den richtigen Kontakten zusammen.

**Güntensperger:** Nutzen Sie auch unsere Expertise aus dem Projekt micelab:bodensee. Anja Sachse ist Botschafterin und im Vorstand tätig und verfügt über grosse Beratungskompetenz bei Veranstaltungsformaten.



Vor über 25 Jahren beschlossen Veranstaltungshäuser und Convention Bureaus rund um den Bodensee, bei der Vermarktung von Veranstaltungen und Kongressen zusammenzuarbeiten. Mittlerweile ist aus der Marketingkooperation ein starkes Netzwerk mit einem intensiven inhaltlichen Austausch entstanden, das sich seit 2011 mit der Zukunft von Kongressen und Veranstaltungen auseinandersetzt: das heutige **micelab:bodensee**, der ersten interdisziplinären Forschungs- und Weiterbildungsplattform für Veranstalter im deutschsprachigen Raum. Sie erforscht Faktoren für das Gelingen von Veranstaltungen, dokumentiert und vermittelt die Erkenntnisse in der Branche und bietet Weiterbildung für die Mitarbeiter an. [micelab-bodensee.com](http://micelab-bodensee.com)

**säntispärk**  
Makes you® stay.

Wir sind  
Gewinner der  
FOCUSwahl 2017,  
2018 & 2019  
und des  
Swiss MICE Award  
2018.

## Unser Seminar-Tool



für Pragmatische



für Auffallende



für Feingeistige

**Entdecken Sie ein Hotel, das perfekte Vorbereitung neu definiert.**

Hotel Säntispark Wiesenbachstrasse 5 | 9030 Abtwil SG | 071 313 11 11 | [www.hotel-saentispark.ch](http://www.hotel-saentispark.ch)

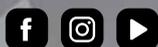


## UNSERE LOCATION. IHR EVENT.

Die über 100-jährigen Hallen der autobau erlebniswelt mit der faszinierenden Ausstellung im Inneren sorgen für eine ganz besondere Atmosphäre bei Ihrem Event. Vom Stehlunch bis zum Galadinner, vom Seminar bis zur Geburtstagsfeier bis zu ganztägigen Mitarbeitererevents – für alles ist.

autobau AG · Egnacherweg 7 · 8590 Romanshorn  
+41 71 466 00 66 · [info@autobau.ch](mailto:info@autobau.ch)  
[autobau.ch](http://autobau.ch)

Event.  
Erlebnis.  
Faszination.



**autobau** erlebniswelt  
events.museum.emotionen.

# Die wohl aussergewöhnlichste MICE-Location der Schweiz

Die vier Worte «Meetings, Incentives, Congresses und Events» bedeuten eine riesige Bandbreite an Tagungsaktivitäten, Feierlichkeiten und Vergnügen. Es gibt nur ganz wenige Unternehmen, die alles anbieten können – eine davon liegt in Romanshorn: die autobau erlebniswelt.



Inmitten der Autosammlung des Unternehmers Fredy Lienhard lässt es sich gut tagen.

In der einzigartigen Eventlocation, die von der unglaublichen Autosammlung des Unternehmers Fredy Lienhard (Lista) geprägt wird, bieten sich aussergewöhnliche Möglichkeiten, «MICE» vollständig anzubieten. Hier können Meetings, Kongresse und Events mit Incentives derart inszeniert werden, dass sie jedem Teilnehmer als einmaliges Erlebnis in Erinnerung bleiben.

## Alles ausser gewöhnlich

«Wer MICE anbieten möchte, muss viel bieten – und das bietet die autobau erlebniswelt: besondere Ansprüche an die Location, Incentives mit Erlebnischarakter, die professionelle Organisation von A bis Z und einen fairen Preis», fasst Geschäftsführerin Yvonne Stütz das autobau-erlebniswelt-Angebot zusammen.

Für die Wahl der autobau erlebniswelt sprechen neben ihrer Einzigartigkeit auch praktische Argumente, nicht zuletzt ihre gute Erreichbarkeit dank bester Anbindungen an den Auto-, Bahn-, Schiffs- und Flugverkehr. Hinzu kommen die variablen Kapazitäten der Eventhallen und -flächen (bis 400 Personen) sowie die Sicherheit der Durchführbarkeit. Gleiches gilt für ihre Incentive-Möglichkeiten: sie sind indoor und outdoor zahlreich und aussergewöhnlich. Hinzu kommen vielfältige Freizeitmöglichkeiten ausserhalb der Anlage am Bodensee, der eine der beliebtesten Tourismusregionen in Europa ist.

## Unverwechselbarer Erlebnischarakter zum fairen Preis

Alle Räumlichkeiten lassen sich flexibel gestalten, um jedem Anlass Drive zu geben. Die Möglichkeiten der autobau erlebniswelt gehen dabei weit über die von traditionellen Kongress- und Tagungszentren hinaus: Das Areal, eine geschichtsträchtige ehemalige Industrieanlage beim Hafen Romanshorn, bietet etwa eine eigene Rundstrecke für Fahrvents und überrascht mit verschiedenen Erlebniszonen.

«Inszenieren Sie Ihre Räumlichkeiten dazu beispielsweise mit exotischen Autos und füllen Sie kreative Pausen mit sensorischen Aktivitäten. Nutzen Sie unsere Flexibilität für Ihre speziellen Anforderungen an Planung und Gestaltung. Bieten Sie für Ihre Workshops und Konferenzen viel mehr, als einen Beamer, heissen Kaffee und zimmertemperiertes Wasser», resümiert Geschäftsführerin Yvonne Stütz.

## Die autobau erlebniswelt auf einen Blick

- ideal für Veranstaltungen von 2 bis 250 Personen
- fünf Ausstellungshallen
- acht Ausstellungsflächen
- zentrale Eventhalle
- zwei in die Autoausstellung integrierte Eventflächen und ein Seminarraum
- Tagungsraum und Seminarräume im Verwaltungsgebäude
- separate Smokers Lounge
- grosser Aussenbereich mit eigenem Rundkurs
- professionelle Catering-Küche mit Catererempfehlung
- Renntaxifahrten und -simulatoren
- Geschicklichkeitsfahrten auf dem Rollen- oder Schüsselfahrzeug

## Kontakt

autobau erlebniswelt  
Egnacherweg 7  
CH-8590 Romanshorn  
071 466 0066  
info@autobau.ch  
www.autobau.ch



Vertrauen kann man sich nicht kaufen... aber erarbeiten!



seit 1981 **messeprofis.ch**



**ri.nova**

Ihre Business-Eventlocation  
im St.Galler Rheintal

Der grosse ri.nova Eventsaal für 240 Personen und grossem Foyer ist mit allerneuester Technik ausgestattet:

- | Regieraum mit professioneller Ausstattung
- | Projektionsystem für Präsentation, Bild und Film
- | Licht- / Farbstimmungssteuerung über Tablet
- | Erstklassiges Soundsystem
- | Einfache Übertragung über das drahtlose Präsentationssystem ClickShare

Erfahren Sie mehr über Ihre Möglichkeiten unter [www.rinova.ch](http://www.rinova.ch) oder vereinbaren Sie einen unverbindlichen Besichtigungstermin.

[www.rinova.ch](http://www.rinova.ch) [info@rinova.ch](mailto:info@rinova.ch) 071 777 60 30

Event Location | Seminarräume | Impulszentrum

# Oberwaid - Seminare & betriebliches Gesundheitsmanagement

Wer den passenden Ort für Tagungen, Seminare oder Workshops sucht, sollte die Oberwaid ganz oben auf die Liste setzen. Umgeben von Natur und fernab der Alltagshektik können Sie hier konzentriert arbeiten und nachhaltig die Gesundheit der Teilnehmer fördern. Dies alles bei exzellentem Catering, erstklassiger Hotellerie und einem beeindruckenden Wellness-Angebot.



## Ein Gewinn für jedes Unternehmen.

Ob Strategie-Meeting, Teambildung oder Burnout-Prävention – für Betriebe gibt es gute Gründe, wichtige Veranstaltungen mit einem «Tapetenwechsel» zu verbinden. Weit weg vom Daily Business können Sie in der traumhaft gelegenen Oberwaid neue Impulse setzen und die Gesundheit und Leistungsfähigkeit Ihrer Mitarbeitenden stärken. Das Team um Dr. med. Doris Straus hat sich auf präventive Beratung, Coaching zur Stressbewältigung und betriebliches Gesundheitsmanagement spezialisiert und zudem das Konzept der Oberwaid Kur zur Vorbeugung von Stressfolgeerkrankungen entwickelt. Die interdisziplinär und evidenzbasiert arbeitenden Fachpersonen können als Referenten bedarfs- und themengerecht zugebucht werden.

## Grosse Ideen brauchen Raum und Kulinarik.

Die Oberwaid bietet die idealen Rahmenbedingungen für erfolgreiche Veranstaltungen. Das komfortable und mit diversen Tagungsräumen versehene Hotel liegt in einem drei Hektar grossen Park zwischen Alpstein und Bodensee. Alle Seminarräume verfügen über modernste Tagungstechnik und schöne Ausblicke in die weite Natur. In den Kreativpausen zaubert der Maître de Cuisine im Restaurant Seeblick frische Speisen auf den Tisch und sorgt auch bei der Zwischenverpflegung für gesunde Highlights mit viel Finesse.

*«Dreissig Prozent der berufstätigen Bevölkerung gelten als Burnout-gefährdet»*

Dr. med. Doris Straus, CEO und Medizinische Direktorin der Oberwaid

## Die Oberwaid – der ideale Ort für Ihre Business-Events

Schweizer Gastlichkeit mit höchstem Komfort, technisch und kulinarisch perfekt betreut.

## Oberwaid – Das Hotel. Die Klinik.

Rorschacher Strasse 311  
CH-9016 St.Gallen  
T +41 71 282 0000  
[www.oberwaid.ch](http://www.oberwaid.ch)

# erfolgreicher Mein Säntis

25 bis  
180 Sitzplätze  
mit Aussicht

.....  
Seminarräume

.....  
Jetzt buchen

## Seminare und Tagungen mit Weitblick

### Auf dem Gipfel gemeinsam Lösungen finden

Verleihen Sie Tagungen und Seminaren ein ganz besonderes Hochgefühl. Am besten auf dem Säntisgipfel im neuen, modernen Tagungsraum mit Panoramablick oder auf der Schwägalp im «Säntis – das Hotel»\*\*\*s.

Schwägalp und Säntis bieten für jeden Anlass den passenden Rahmen.

Das Säntis Event Team unterstützt Sie bei der Planung Ihres Events und gestaltet ihn zusammen mit Ihnen zum eindrucklichen und bleibenden Erlebnis.

### Säntis-Schwebebahn

# Seminare mit Weitblick auf Schwägalp und Säntis

In der mystischen Bergwelt von Säntis und Schwägalp hoch über der Bodenseeregion reicht der Blick über sechs Länder – ideal für Veranstaltungen und Events mit Weitblick.

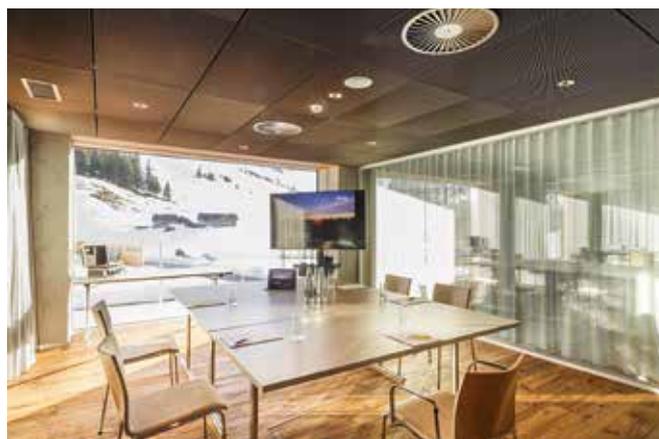


Veranstaltungsorte gibt es viele. Nur wenige können aber mit einer derart beeindruckenden Kulisse aufwarten wie Säntis und Schwägalp. Die grosszügigen hellen Seminar- und Banketträume im «Säntis - das Hotel» \*\*\*\*S auf der Schwägalp bieten neben der Top-Infrastruktur und einem speziellen Ausblick die nötige Ruhe und Inspiration für Anlässe jeder Art.

Ob Seminar, Tagung, Produktpräsentation, Bankett, Hochzeit, Betriebs- oder Vereinsausflug: Die Gäste können jederzeit auf die professionelle Unterstützung des Säntis Event Teams zählen – von der Planung bis zum Anlass. Dass der Aufenthalt zu einem nachhaltigen Erlebnis wird, dafür sorgen auch eine moderne Gastronomie sowie erstklassige Unterkunftsmöglichkeiten mit Wellnessbereich.

Die Möglichkeiten für Rahmenprogramme sind fast grenzenlos: Aperitifahrten in der DrehBar in der Panorama-Kabine, Exkursionen im NaturErlebnispark, Wanderungen auf den Themenwegen und viele weitere spannende Outdooraktivitäten warten auf die Besucher in einem der schönsten Naturgebiete Europas.

Für alle Fragen rund um Events und Anlässe steht das Säntis Event Team als professionelle und kompetente Beratungsstelle gerne zur Verfügung.



## Säntis Event Team

Säntis-Schwebebahn AG  
Hotel, Gastronomie, Events  
CH-9107 Schwägalp Säntis

T +41 71 365 65 45  
[www.saentisbahn.ch](http://www.saentisbahn.ch)  
[event@saentisbahn.ch](mailto:event@saentisbahn.ch)



«Konzentration im Seminarraum. Entspannung im Park. Die perfekte Kombination für Erfolg.»



Verkehrsgünstig und dennoch ruhig in der Natur gelegen, können Sie hier Ihre Gedanken austauschen und konzentriert arbeiten. Fernab des Trubels und der Hektik erhalten Kreativität und Inspiration neue Impulse. Fünf Räume stehen Ihnen für Seminare, Tagungen, Workshops oder Feierlichkeiten zur Verfügung. Alle Seminarräume bieten modernste Tagungstechnik und schöne Ausblicke in die Natur.

Der besondere Vorteil: Rund um Ihre Veranstaltung sind bei uns gesundheitsfördernde Rahmenprogramme zubuchbar. Gerne stellen wir Ihnen ein individuelles und auf Ihre Wünsche zugeschnittenes Angebot zusammen.



Upgrade yourself.

OBERWAID · RORSCHACHER STR. 311 · 9016 ST. GALLEN  
T +41 71 282 0466 · [SEMINARE@OBERWAID.CH](mailto:SEMINARE@OBERWAID.CH) · [OBERWAID.CH](http://OBERWAID.CH)

**Wir liefern ganzheitlich durchdachte  
Lösungen und Inszenierungen  
in Licht, Ton und Bild.**

Moving Light and Sound GmbH und Moving Conference GmbH | Oberstrasse 149 | 9000 St. Gallen | +41 (0)71 311 60 11



# Durchdachte Lösungen aus einer Hand

Damit ein Event zum Erlebnis wird, ist nicht nur die Location entscheidend. Wichtig sind auch Technik und Beratung. Die Moving Light and Sound GmbH aus St.Gallen hat mit ihrer Schwesterfirma Moving Conference GmbH ihr Angebot im Bereich Konferenztechnik ausgebaut – und bietet die richtige Technik für jede Veranstaltung an.

Seit 20 Jahren ist die Moving Light and Sound GmbH Expertin für Veranstaltungstechnik und hat ihr Know-how laufend erweitert. Vor sieben Jahren kam die Moving Conference GmbH als Spezialistin für Konferenztechnik dazu. An der Spitze der beiden Firmen stehen Thomas Gemperle, Martin Schöbi und Matthias König. «Wir liefern ganzheitlich durchdachte Lösungen und Inszenierungen in Licht, Ton und Bild für Anlässe jeder Art», fasst Martin Schöbi das Angebot zusammen.

## Alles aus einer Hand

Die Moving Light and Sound GmbH und die Moving Conference GmbH liefern alles aus einer Hand. Während erstere auf Veranstaltungstechnik mit Beleuchtung, Beschallung und Projektion spezialisiert ist, fokussiert letztere auf Konferenztechnik, Dolmetscher- und Personenführungsanlagen. «Die Technik wird überall immer komplexer. Hier braucht es Spezialisten, die für den Kunden Lösungen entwickeln und so die Arbeit des Veranstalters vereinfachen», sagt Thomas Gemperle. «Eine möglichst frühzeitige Planung mit allen Beteiligten lohnt sich, auch wenn die Vorlaufzeit tendenziell immer kürzer wird», ergänzt Martin Schöbi. Dank ihrer Grösse bieten die beiden Firmen hier die nötige Flexibilität – und die Spezialisten für jeden Anlass.

## Publikum im Fokus

Sehr wichtig ist die konzeptionelle und kreative Arbeit im Vorfeld eines Anlasses: «Was kann ich aus einem Raum, einer Location herausholen, um die Botschaft oder das Produkt des Kunden perfekt für sein Publikum in Szene zu setzen? Was ist das Ziel des Anlasses und welche Hilfsmittel sind geeignet, damit er unvergesslich wird?», sagt Matthias König. Hier verfügen die Teams von Moving Light and Sound und Moving Conference über langjährige Erfahrung und vernetztes Denken.

Technisch machbar sei fast alles, so König. So ist die Moving Conference GmbH beispielsweise die einzige Firma auf dem Platz St.Gallen, die über eigene Simultanübersetzungsanlagen für mehrsprachige Anlässe und Tourguide-Systeme für Gruppenführungen verfügt. «Entscheidend für einen erfolg-



Matthias König, Thomas Gemperle und Martin Schöbi.

reichen Anlass sind insbesondere das Vertrauen und die gute Zusammenarbeit mit den Kunden. Darauf legen wir grössten Wert», betont Thomas Gemperle.

Infos und Auskunft unter [www.moving.ch](http://www.moving.ch)

## Zu den Personen

**Thomas Gemperle** (\*1972), Geschäftsleiter und Inhaber der Moving Light and Sound GmbH sowie Mitgründer und Teilhaber der Moving Conference GmbH, gelernter Elektroniker, dipl. Betriebswirtschaftler HF

**Martin Schöbi** (\*1978), Geschäftsleitungsmitglied der Moving Light and Sound GmbH sowie Mitgründer und Teilhaber der Moving Conference GmbH, gelernter Elektromonteur, dipl. Marketing-Manager HF

**Matthias König** (\*1983), Geschäftsleitungsmitglied der Moving Light and Sound GmbH, gelernte Fachkraft für Veranstaltungstechnik, IHK Deutschland



Das Würth Haus Rorschach: Tagungen, Seminare und Events direkt am Bodenseeufer.

# Visionäre Spielwiese für jeden Anlass

Das Würth Haus Rorschach bietet den idealen Raum für Tagungen, Seminare und Anlässe mit dem besonderen Erlebnissfaktor. Die Begegnungen mit Kunst und Kulinarik verleihen Veranstaltungen direkt am Bodenseeufer ein einzigartiges Flair.

## Ort der Begegnung

Die Begegnung von Menschen gilt als zentraler Punkt der Philosophie des Würth Haus Rorschach. Diese einzigartige Verbindung schafft einen Platz in der Ostschweiz, an dem Tagungsteilnehmer ein Aufeinandertreffen von Kunstwerken, Bühnenluft und Kaffeepause mit direktem Blick auf den Bodensee erleben können.

Der Wandelbare – diese Bezeichnung gilt für das Herzstück des Gebäudes: den Carmen Würth Saal. Durch seine multifunktionale Ausstattung überrascht er Besucher von Kongressen, Galas und Konzerten immer wieder aufs Neue. So unverwechselbar jede Veranstaltung ist, so individuell wandelt sich der Saal.

Die 16 Meetingräume zeichnen sich durch klare Strukturen und eine lichtdurchflutete Architektur aus. Dank modernster Technik können Seminare in jeglicher Form durchgeführt werden. Die flexible Raumaufteilung erlaubt es, Seminaren von fünf bis 150 Personen Raum zu geben.

Der Aussenbereich mit direktem Bodenseezugang lädt zu verschiedenen Eventformaten im Freien ein, kann aber auch

gleichermassen für einen Willkommensapéro, aktive Pausen oder Ausklang nach der Veranstaltung genutzt werden.

## Ort der Kunst

Einer der wesentlichen Alleinstellungsmerkmale ist das Forum Würth Rorschach. Nach einer Tagung, einem Seminar oder als ideales Rahmenprogramm bietet das Museum durch Führungen oder Workshops eine hervorragende Möglichkeit, den Gedanken freien Lauf zu lassen, Inspiration zu sammeln oder sich ganz einfach mit dem Thema Kunst auseinanderzusetzen.

## Ort der Kulinarik

Für die passende Verpflegung während aller Anlässen sorgt der gastronomische Partner Panorama Catering. Mit einem breiten Kulinarikangebot werden Teilnehmer durch den Tag begleitet. Auf die Wünsche der Kunden wird jederzeit eingegangen. Als Culinarium-Mitglied legt Panorama Catering den Fokus bewusst auf regionale und saisonale Produkte und Spezialitäten.



Der Carmen Würth Saal passt sich optimal an jede Veranstaltung an.

*Die Begegnung von Menschen  
gilt als zentraler Punkt  
der Philosophie des Würth  
Haus Rorschach.*



Tagung mit Blick auf den Bodensee.

### **Weihnachten im Würth Haus Rorschach**

Mit zwei attraktiven und doch unterschiedlichen Konzepten zeigt sich das Würth Haus Rorschach in diesem Jahr für Weihnachts- oder Endjahresfeiern von seiner besonderen Seite. Dabei ist es dem Event-Team besonders wichtig, auf die Wünsche des Kunden einzugehen und je nach Firmengrösse das passende Konzept bereit zu stellen.

#### **«And the golden Star goes to...»**

Für grössere Gruppen ist der Carmen Würth Saal geradezu prädestiniert. Das damit verbundene zauberhafte Gestaltungskonzept sorgt für funkelnde Augenblicke und einen ganz eigenen goldenen Moment für eine auf den Kunden zugeschnittene Firmen-Weihnachtsfeier.

«And the golden Star goes to ...» schreibt die Geschichte von Szenen im Scheinwerferlicht der Zeit. Die goldene, stimmige Inszenierung bietet eine strahlende Bühne für das Rahmenprogramm, für perfekt passende Künstler und ein wunderbares Catering.

#### **«Cirque du Noël»**

Für kleinere Gruppen glänzt das Restaurant Weitblick für seine Kunden als wundervoller Weihnachtsschauplatz. Mit Schalk im Nacken überrascht das Würth Haus Rorschach unter dem Motto «Cirque du Noël» und kokettiert auf sympathische und ungewohnte Art und Weise mit dem Fest der Freude.

Die stimmige Inszenierung wird von einem Regen fantastischer Figuren und Fabelwesen getragen, die für einen visuellen Augenschmaus sorgen. Entsprungen aus einem winterlichen Sommernachtstraum, wird der Kunde in eine farbenfrohe Welt des Staunens entführt und geniesst einen entspannten Abend in verzauberter Atmosphäre.

Weitere Informationen: [www.wuerth-haus-rorschach.ch/weihnachten](http://www.wuerth-haus-rorschach.ch/weihnachten)

### **Würth Haus Rorschach**

Churerstr. 10, CH-9400 Rorschach, Tel. +41 71 225 10 40, Fax +41 71 225 10 97, [events@wuerth-management.com](mailto:events@wuerth-management.com)  
[www.wuerth-haus-rorschach.ch](http://www.wuerth-haus-rorschach.ch)

# Hier lässt es sich gut zusammenkommen

Ein Kongress, eine Tagung oder ein Seminar will gut geplant sein. Nicht nur der Inhalt ist entscheidend für einen reibungslosen Ablauf, auch das Ambiente und der Rahmen müssen stimmen. Der Ort, an dem der Event stattfindet, ist ein wichtiger Faktor, damit der Anlass zu einem Erfolg wird. Ein Überblick über die schönsten Seminar- und Kongressorte in der Ostschweiz.

Konferenzzentrum Lilienberg Ermatingen





## Grand Resort Bad Ragaz

### Hotel Walhalla St.Gallen SG

Das Wahrzeichen am St.Galler Bahnhofplatz wurde 2018/2019 komplett renoviert. Jetzt stehen neben über hundert Hotelzimmern auch flexible Tagungsräumlichkeiten für bis zu 170 Personen zur Verfügung.

### Radisson Blu Hotel St.Gallen SG

Es ist zentral gelegen, direkt neben dem Olma Gelände und doch nur ein paar Gehminuten von der St.Galler Altstadt entfernt. Diverse Seminarräumlichkeiten bieten Platz für 3 bis maximal 200 Personen.

### Olma Messen/Congress Events St.Gallen SG

Ob Tagung, Generalversammlung, Firmenjubiläum, Kongress oder Bankett: Die Olma Messen St.Gallen stellen die benötigte Infrastruktur für 200 bis 4000 Personen. Im Herzen der Stadt St.Gallen gelegen mit gutem Anschluss an den ÖV und ein grosses Parkplatzangebot sind ein zusätzliches Plus.

### Einstein St.Gallen – Hotel Congress Spa SG

Das stilvolle und elegante 4\* Superior Hotel Einstein liegt ruhig und doch zentral in der Altstadt von St.Gallen. Es bietet verschiedene Räumlichkeiten für Kongresse, Seminare und Events für 3 bis 300 Personen. Ein Plus sind der grosszügige Fitnesspark mit Wellnessbereich.

### Hotel Dom St.Gallen SG

Im Herzen der St.Galler Altstadt, in der Nähe des Klosters (Weltkulturerbe) gelegen, arbeiten im 3-Sterne-Hotel Dom auch Menschen mit Behinderungen. Der Tagungsraum im ersten Stock bietet Platz für 16 bis 50 Personen, das Besprechungszimmer für bis zu sechs Personen.

### Hotel Säntispark Abtwil SG

Wenige Autominuten von der Stadt St.Gallen entfernt mit guter Anbindung an Autobahn und ÖV bietet das stilvolle Hotel Säntispark Räumlichkeiten für Anlässe mit 15 bis 250 Personen. Ein weiteres Plus sind der hauseigene Spa & Wellnessbereich.

### Würth Haus Rorschach SG

Direkt am Bodensee gelegen bietet das Würth Haus grosszügige, lichtdurchflutete Eventräume für verschiedenste Anlässe mit bis zu 700 Personen. Ein Plus sind das hauseigene Museum und zahlreiche wechselnde Kunstausstellungen.

### Obewaid Hotel und Spa St.Gallen SG

Die elegante Oberwaid liegt in einem wunderschönen Park nur wenige Minuten mit ÖV und Auto von der Stadt St.Gallen entfernt mit Blick auf Bodensee und Berge. Fünf Seminarräume, die bei Bedarf teilweise zusammengelegt werden können, bieten Möglichkeiten für verschiedenste stilvolle Anlässe für 3 bis 140 Personen. Die Oberwaid ist auch ein Kurhaus und verfügt über einen hochstehenden Spa & Wellnessbereich.

### Hotel Uzwil SG

Das stilvolle Hotel im Besitz der Uzwiler Unternehmerfamilie Bühler nur wenige Autominuten von der nächsten grösseren Stadt Will entfernt und wenige Gehminuten vom Bahnhof, bietet ideale Räumlichkeiten für verschiedenste Anlässe wie Seminare, Tagungen und Geschäftsveranstaltungen von 4 bis 30 Personen.

### Grand Resort Bad Ragaz SG

Das führende Wellbeing & Medical Health Resort Europas ist eingebettet in die voralpine Landschaft der Ostschweiz mit wunderbarem Ausblick auf die Berge. Es bietet stilvolle Räumlichkeiten für Firmenanlässe, Seminare und Tagungen für 3 bis 280 Personen. Pluspunkte sind die 5-Sterne-Gastronomie, zwei Golfplätze sowie das öffentliche Thermalheilbad.

### Flumserei Flums SG

Die Top-Location in Flums im Sarganserland mit guter Anbindung an Bahn und Autobahn in der ehemaligen Spinnerei Spoerry bietet ein spezielles und originelles Ambiente mit Räumlichkeiten für diverse grössere Firmenevents von 100 bis 480 Personen.



Einstein St.Gallen – Hotel Congress Spa

**Bächlihof Jona SG**

Die rustikale Eventlocation mitten im Grünen bietet einen schönen Blick auf See und Berge. Der Erlebnisbauernhof von Jucker Farm wurde stilvoll ausgebaut und bietet Räumlichkeiten für verschiedenste Geschäftsereignisse für 60 bis 1500 Personen inklusive Catering aus der eigenen HofChuchi.

**Schloss Wartegg Rorschacherberg SG**

Das stilvolle, malerische Bio-Schlosshotel mit Blick auf den Bodensee bietet diverse Räumlichkeiten in einmaliger Umgebung für 6 bis 140 Personen. Pluspunkte sind der erholsame Park, das Bio-Restaurant sowie der 2500m<sup>2</sup> grosse biodynamische Schloss- und ProSpecieRara-Sortengarten, wo Kräuter, Blumen, Beeren und Gemüse angebaut werden.

**Hangar B2 Flughafen Altenrhein St.Gallen SG**

Der alte Holzhangar auf dem Flughafen Altenrhein bietet eine spezielle Atmosphäre und Räumlichkeiten für diverse Firmenanlässe, Seminare und Tagungen für 100 bis 350 Personen.

**Gasthaus Rössli Mogelsberg SG**

Das Gasthaus und Seminarhotel Rössli steht mitten in Mogelsberg im malerischen Neckertal. In dem über 300 Jahre alten, urchig-charmanten Toggenburger Strickbau finden Gäste einen kreativen Rahmen. Der Saal bietet Platz für Seminare und Tagungen bis 40 Personen, Bankette bis 90 sowie Theater und Konzerte bis 100 Personen. Weitere kleinere Räume bieten Platz für bis zu 14 Personen.

Anzeige



Schweizerisches Institut  
für Klein- und Mittelunternehmen

Universität St.Gallen

## Weiterbildungen für unternehmerische Persönlichkeiten aus KMU.

Geschäftsführung **übernommen.**  
Neue Organisationsform **eingeführt.**  
Produktionstechnologie **erneuert.**

Informieren Sie sich jetzt unter: [kmu.unisg.ch](http://kmu.unisg.ch)



Inova Solutions AG  
Stefan Rätz, CEO  
Absolvent Intensivstudium KMU

## Wissen ist Macht

**Bereits 1991 hat der amerikanische Ökonom und spätere Nobelpreisträger Paul Krugmann in seiner neuen Wachstumstheorie darauf hingewiesen, dass der technologische Fortschritt und die Inwertsetzung von Wissen verantwortlich sind für den wirtschaftlichen Erfolg eines Landes oder einer Region. So auch für den Wirtschaftsraum Ostschweiz.**



Es sind die hochinnovativen und technologieorientierten Unternehmen, die in erheblichem Umfang zur wirtschaftlichen Entwicklung beitragen: Stadler, Leica, SFS oder Bühler sind von zentraler Bedeutung für den Wirtschaftsstandort. Exemplarisch sei hier auf das Forschungszentrum der Hilti AG verwiesen, wo heute über 450 Mitarbeiter aus über 100 Ländern an Innovationen für die Zukunft arbeiten.

Wissen ist immer und überall verfügbar, Unternehmen kooperieren heute mit Wissensträgern weltweit, der Austausch wird «enträumlicht». Braucht es also überhaupt noch ein regionales Wissenssystem? Wir sind davon überzeugt und sehen grossen Bedarf, das Wissenssystem Ostschweiz auszubauen. Neben Massnahmen zur Schaffung von neuem Wissen wie dem Aufbau der School of Computer Science an der HSG braucht es weitere Anstrengungen, um leichten Zugang zu Wissen zu erhalten und dieses in der Region schnell zu verbreiten. Dazu braucht es gerade in der Ostschweiz den Blick über die (Kantons-)Grenzen hinweg: Direkt vor der Haustüre verfügt etwa der Kanton Zürich über ein enormes Forschungspotenzial oder gehört die Universität Konstanz zu einer der 13 Exzellenzuniversitäten Deutschlands.

Doch auch innerhalb der Ostschweiz braucht es eine zukunftsfähige Weiterentwicklung der Forschungskapazitäten. Der geplante Innovationspark in St.Gallen kann ein wichtiger Nukleus für die weitere Entwicklung sein. Um die Wissens- und Wirtschaftsregion Ostschweiz zukunftsfit zu machen, braucht es aber weitere gemeinsame Anstrengungen von Wirtschaft und Wissenschaft. Und dabei sollte man ruhig auch einmal grösser denken und neue Wege beschreiten.

Dr. Roland Scherer von der HSG ist wissenschaftlicher Leiter von DenkRaumBodensee, einem wissenschaftlichen Think Tank, der sich mit wichtigen Zukunftsthemen für die Ostschweiz und die Bodenseeregion beschäftigt.



### Hotel Säntispark Abtwil

#### Hotel Hirschen Wildhaus SG

Wildhaus ist ein idealer Ort für ein Seminar mit Weitblick, eine traumhafte Hochzeit, ein rauschendes Fest mit Familie und Freunden oder andere Events. Alles mit Blick auf die spektakulären sieben Churfürsten und zusätzlichem Wellnessbereich. Gruppen von fünf bis 140 Personen können im Hotel Hirschen in Wildhaus in angenehmer Atmosphäre arbeiten und tagen.

#### Seminarhotel Arenenberg Salenstein TG

Gastlichkeit hat auf dem Arenenberg mit herrlichem Blick auf den Bodensee seit Napoleons Zeiten Tradition. Die Location gilt als Kraftort und ist beliebt für Seminare und Tagungen und bietet stilvolle Räumlichkeiten für verschiedenste Anlässe für 50 bis 450 Personen. Pluspunkte sind die Gartenwelt, der Gutsbetrieb, das Napoleonmuseum sowie Weindegustationen im historischen Keller.

#### Park Hotel Inseli Romanshorn TG

Direkt am Seepark und in unmittelbarer Nähe zum grössten Hafen des Bodesees bietet das Park Hotel Insel nebst einem besonderen Ambiente auch Räumlichkeiten für Firmenanlässe, Seminare und Tagungen für 10 bis 150 Personen. Pluspunkte sind der Wellness & Beautybereich sowohl das Schloss Romanshorn in unmittelbarer Nähe.

#### Konferenzzentrum Lilienberg Ermatingen TG

Lilienberg liegt in Ermatingen mit Aussicht auf den Untersee und ist bekannt für verschiedenste Firmenanlässe wie Tagungen, Seminare oder Konferenzen. Diverse Räumlichkeiten bieten Platz bis zu 180 Personen. Pluspunkte sind das Restaurant mit Blick über den Untersee auf die Klosterinsel Reichenau und der Freizeitbereich mit Hallenbad, Whirlpool und Sauna.



## Würth Haus Rorschach

### **Pentorama Amriswil TG**

Das thurgauer Eventzentrum mit den fünf Ecken in Amriswil nur wenige Autominuten vom Bodensee entfernt, bietet zahlreiche Möglichkeiten für diverse Firmenevents. Intime Atmosphäre auf den Galerien, grosse Fläche im Saal (830 m<sup>2</sup>), variable Bestuhlung für bis 1217 Personen. Pluspunkte sind das einladende Foyer, die originelle Architektur und die stimmungsvolle Atmosphäre im Innen- und Aussenbereich.

### **Seeparksaal Arbon TG**

Der moderne Seeparksaal in Arbon direkt am Bodensee zeichnet sich durch seine zweckmässige Infrastruktur aus und eignet sich für Firmenevents aller Art. Der Saal bietet Platz für 1200 Personen bei Konzertbestuhlung und 1000 Plätze bei Bankettbestuhlung. Kleinere Veranstaltungen sind ebenfalls problemlos möglich.

### **Hotel Bad Horn TG**

Das Hotel liegt an schönster Lage direkt am Bodensee und besticht durch Eleganz, Komfort und Wohnlichkeit. Diverse Räumlichkeiten, darunter ein Bankettsaal, bieten Möglichkeiten für Firmenanlässe wie Tagungen, Meetings und Kongresse für 10 bis 200 Personen.

### **Kartause Ittingen Warth TG**

Das ehemalige Kartäuser-Kloster ist eingebettet in die Natur, umgeben von Rebbergen und Obstbäumen und der lieblichen Thurlandschaft. Es gehört mit 25 Seminar- und Tagungsräumen für zwei bis 450 Personen zu den bekanntesten Seminarhotels der Ostschweiz. Zusätzlich verfügt die Kartause über einen Hotel- und Gastwirtschaftsbetrieb mit vielseitigen Bankett- und Eventlokalen für 24 bis 350 Personen und ein vielfältiges Rahmenprogramm.

### **Autobau-Erlebniswelt Romanshorn TG**

Im aussergewöhnlichen Automuseum und der Eventlocation „autobau erlebniswelt“ erleben die Besucher das Flair eines ehemaligen Industrieareals in Romanshorn am Bodensee. Auf vier Etagen präsentieren sich über 90 legendäre Strassensportwagen und Rennwagen sowie weltberühmte Klassiker und Oldtimer. Mit Event- und Ausstellungshallen, Lounges und Seminarräumen ist die Anlage für sämtliche Firmenanlässe geeignet ab einer Grösse von zwei bis 380 Personen.

### **Hotel Hof Weissbad AI**

Das renommierte Hotel am Fusse des Alpsteins in Appenzell Innerrhoden steht im Dienste der Gesundheit und des Wohlbefindens und knüpft damit an die Tradition des Appenzellerlandes an. Es verfügt über Seminarräume für bis zu 20 Personen und einen Bankettsaal für Anlässe mit bis zu 80 Personen. Pluspunkte sind der elegante Wellnessbereich und die Gourmetküche mit 16 Gault Millau Punkten.

### **Säntis – das Hotel AR**

Das Drei-Sterne-Superior-Hotel ist eingebettet in eine der schönsten Bergkulissen Europas und steht direkt am Fusse des Säntis auf der Schwägalp. Es verfügt über Seminar- und Banketträume für vielfältige Firmenevents für bis zu 150 Personen.

### **Panorama-Restaurant Säntisgipfel AR**

Es befindet sich auf dem Gipfel des Säntis auf 2502m und bietet eine fantastische Aussicht über den Alpstein. In dem Panorama-Restaurant mit 180 Sitzplätzen, dem Terrassen-Restaurant mit 170, dem Seminarraum «Churfürstenblick» mit 100, dem Panorama-Säli mit 30 Sitzplätzen und der Panora-



### Autobau-Erlebniswelt Romanshorn

mahalle für bis zu 250 Personen lassen sich verschiedenste Anlässe hoch auf dem Berg erleben.

### Kinderdorf Pestalozzi Trogen AR

Als Ort der Bildung und Völkerverständigung ist das Kinderdorf Pestalozzi ideal für Meetings, Tagungen, Seminare und Veranstaltungen für bis zu 200 Personen sowie Bankette für bis zu 110 Personen. Pluspunkte sind Besucherzentrum und Appenzellerhäuser aus der Gründungszeit des Kinderdorfes.

### Hotel Heiden AR

An schönster Lage hoch über dem Bodensee bietet das Hotel Heiden Räumlichkeiten für 10 bis 360 Personen für die verschiedensten Firmenanlässe wie Tagungen, Seminare, Bankette oder Betriebsfeiern. Pluspunkt sind der Wellness & Spa Bereich.

### Hotel Bären Gonten AI

Im historischen Bären erwartet Sie ein unaufgeregtes Ambiente mit appenzellischer Gemütlichkeit. Während eines Aufenthalts in Gonten wird man mit Herzlichkeit und heimischen, aber auch internationalen Köstlichkeiten verwöhnt. Verschiedene «Stoben» für acht bis 48 Personen.

### SAL Saal am Lindaplatz Schaan FL

Das SAL Veranstaltungszentrum versteht sich als Ort der Begegnung und der Kultur. Mit seiner markanten Architektur und zentralen Lage ist es ein Wahrzeichen von Schaan. Es verfügt über verschieden grosse Innen- und teils überdachte Aussenräume sowie Sitzungszimmer für Firmenanlässe wie Seminare, Events, Bankette, Kongresse, Tagungen, Konzerte und kulturelle Veranstaltungen für 12 bis 1467 Personen.

Anzeige



Kongress, Event, Feier, Tagung?  
Wir lösen Ihr Parkplatzproblem  
mit unseren Kleinbussen.

Herold Taxi AG | 071 2222 777 | info@heroldtaxi.ch



## Tagen inmitten der Natur

Im Appenzellerland gibt es noch Orte, die erfüllt sind von anregender Ruhe. Ideal, um Gedanken zu sammeln, neue Perspektiven auszuloten und Lösungen zu diskutieren. Ein solcher Ort ist das Hotel Hof Weissbad – ein Ort, um neue Eindrücke aufzunehmen, engagiert Gedanken auszutauschen oder sich zu entspannen und die gastfreundliche Atmosphäre zu geniessen.

Für besondere Ideen benötigt es besondere Orte. In der Natur gelegen und gut mit dem öffentlichen Verkehr erreichbar, liegt das Hotel Hof Weissbad inmitten der Appenzeller Hügellandschaft. Ein idealer Ort, für Seminare, Workshops oder Referate, der keine Wünsche offen lässt.

Für Anlässe stehen vier unterschiedliche Seminar- und Gruppenräume für bis zu 20 Personen zur Verfügung. Die Seminarräume sind alle lichtdurchflutet und modern eingerichtet. Die Räume können ganz-, halbtägig oder individuell belegt werden.

### Perfekt umsorgt

Den Seminarteilnehmenden wird von der mit 16-Gault-Millau-Punkten ausgezeichneten Köchin Käthi Fässler, «Köchin des Jahres 2009/2010», eine exquisite, leichte und gesunde Küche angeboten. Die Teilnehmenden werden mit kreativen Gerichten oder mit einem herzhaften Apéro ver-

wöhnt. Alle 87 Zimmer wurden im Jahr 2018 komplett renoviert und erstrahlen heute im modernen, hellen Kleid.

### Rahmenprogramm für Körper, Geist und Seele

Gönnen Sie Ihren Seminarteilnehmenden eine Auszeit. Das Hotel Hof Weissbad steht ganz in den Diensten der Gesundheit, des Wohlbefindens und der Appenzeller Traditionen. Es bietet abwechslungsreiche Aktivitäten. Für Entspannungsmomente gibt es ein vielfältiges SPA-Angebot: Innen- und Aussenbad mit eigenem Quellwasser (33 Grad), Saunalandschaft, Fitnessbereich, diverse Massagen und Kosmetikbehandlungen. Es besteht die Option, die Öffnungszeiten des Wellnessbereichs (morgens und abends) zu verlängern. Jede Veranstaltung können Sie mit unseren Angeboten aus dem Medical-Wellness erweitern. Gerne stellt unser Team für Ihren Anlass ein individuelles Angebot auf Ihr Gesundheitsmanagement zugeschnittenes Rahmenprogramm zusammen.



Das Hotel Hof Weissbad bietet alles, was es für ein erstklassiges Seminar braucht.

**Hof Weissbad – der perfekte Ort inmitten der Natur**

**Raumübersicht**

**Seminarraum Parterre**

bis 20 Teilnehmer, Nutzfläche 80 m<sup>2</sup>

**Seminarraum Pavillon**

bis 18 Teilnehmer, Nutzfläche 70 m<sup>2</sup>

**2 Gruppenräume**

bis je 6 Teilnehmer, Nutzfläche 20 m<sup>2</sup>

**Infrastruktur**

Beamer, PC, DVD-CD-Player, Visualizer  
 WLAN im ganzen Haus kostenlos  
 2 Flipcharts, 4 Pinnwände und 1 Moderatorenkoffer

**Distanzen**

Zürich – Weissbad 98 km, Fahrzeit 1 ¼ Std.  
 St.Gallen – Weissbad 25 km, Fahrzeit ½ Std.

**Kontakt**

**Hotel Hof Weissbad**

Hermann Knoblauch, Leiter Seminare  
 Im Park 1, 9057 Weissbad  
 Telefon +41 71 798 80 80,  
 h.knoblauch@hofweissbad.ch  
 hofweissbad.ch

# Mehr Eigenverantwortung

Die Expo Norm AG ist der Platzhirsch in der Region St.Gallen, was individuellen Messebau und mobile Präsentationsmedien angeht. Normalerweise brummt der Laden im März und April. Normalerweise. Denn jetzt hat das Coronavirus die ganze Messebranche durchgeschüttelt. CEO Karin Zimmermann will nicht dramatisieren, beschreibt die Situation aber dennoch als «katastrophal».

## Karin Zimmermann, wie geht es Ihnen?

Durchzogen. Ich bin noch die Einzige bei uns im Betrieb, alle anderen Mitarbeiter sind zuhause. Nicht freiwillig, sondern weil es für sie momentan nichts zu tun gibt.

## Sie haben Kurzarbeit eingeführt?

Ja, seit Anfang März. Bei uns treffen fast stündlich Absagen oder Verschiebungsdaten ein, und nicht nur für grössere Events: Jetzt sind auch die Kleinen betroffen, wie etwa Ärztetagen mit unter hundert Teilnehmern. Die ganze Branche scheint in einer Art Schockstarre zu sein, niemand weiss, wie's weitergeht, und niemand wagt zu planen. Man steht auf der Bremse. Das setzt uns sehr zu. Dank der Kurzarbeit müssen wir aktuell keine Kündigungen aussprechen.

## Dann ist die Situation existenzbedrohend?

Noch nicht, da wir neben dem Messebau mit den mobilen Präsentationsmedien noch ein zweites Standbein haben. Aber auf die Branche bezogen kann die Situation nur mit «katastrophal» umschrieben werden. Wir hoffen jetzt, dass nach der Immobilienmesse nicht auch noch die Offa abgesagt oder verschoben wird.

## Gehen Sie davon aus?

Ich hoffe nicht. Die Monate März und April sind für uns Messebauer die wichtigsten, wenn da viele Veranstaltungen abgesagt werden, kann man sich den Schaden für die Branche kaum vorstellen. Nehmen Sie als Beispiel die Immomesse: Ich weiss nicht, wie viele Immobilienspezialisten sich im August noch präsentieren wollen.

## Hätten Sie denn anders entschieden als der Bundesrat, der Veranstaltungen von über 1000 Personen verboten hat?

Diese Frage ist schwierig zu beantworten, da mir längst nicht alle Fakten bekannt sind, mit denen der Bundesrat seine Beschlüsse fasst. Auch wir nehmen die Lage ernst, dennoch sehe ich auch andere Situationen, bei denen noch kein Verbot ausgesprochen wurde: Im öV z. B. sind die Personen enger zusammengepfertcht als an einer Messe ... Ich hätte wohl mehr auf Eigenverantwortung der Veranstalter und Besucher gesetzt.

## Die Massnahmen nehmen auf die Bedürfnisse der Wirtschaft keine Rücksicht ...

... und die sensationsorientierten Medienberichte legen den Finger ebenfalls in die offene Wunde, richtig. Ich habe diese Woche fünf Termine abgesagt bekommen, und zwar nicht, weil die Firmen keinen Messestand brauchen, sondern weil

sie die Weisung rausgegeben haben, dass keine Externen mehr in den Betrieb dürfen – und das Personal fährt abends mit dem Zug nach Hause.

## Und wie reagieren Sie nun auf die Situation?

Gut geplant ist halb gewonnen! Auch wir müssen beweglich bleiben und uns jetzt schnell umorientieren. Statt den Kopf in den Sand zu stecken, nutzen wir die verlorene Messezeit als Chance, diese mit unseren Kunden in neue Ideen zu investieren. Wir tüfteln mit ihnen an neuen Konzepten und setzen den Fokus darauf, wozu uns im «normalen» Alltagsfieber oftmals die Zeit fehlt. Unternehmen, die diese Beweglichkeit annehmen, werden am Ende die Nase vorn haben. Die nächste Messe kommt bestimmt!



Expo-Norm-CEO Karin Zimmermann: Sich nicht von der Panik anstecken lassen.

**Karin Zimmermann** ist seit 2016 Geschäftsführerin und Inhaberin der St. Galler Expo Norm AG, die einen Komplettservice im Bereich Messebau und mobile Präsentationsmedien anbietet: Bei der Expo Norm arbeiten Spezialisten mit vielfältigstem Know-how wie Berater, Projektleiterinnen, Polydesigner, Messebauer, Logistiker oder Kauffrauen.

Flexibilität, Nachhaltigkeit und Leidenschaft der Expo Norm AG machen ihre Kunden erfolgreich.

## Expo Norm AG

Schachenstrasse 9, CH-9016 St.Gallen  
 info@exponorm.ch  
 T +41 71 282 38 00, F +41 71 282 38 10



# Digitale Elite offline vernetzen

Am Mittwoch, 3. Juni, findet im Startfeld in St.Gallen die 1. «east#digital conference» für Digital Shapers der Ostschweiz statt. Erwartet werden über 200 Teilnehmer. Die Vorbereitungen laufen auf Hochtouren.

Wie verändert die Digitalisierung unser Weltbild? Wie beeinflusst sie unseren Alltag? Wie unser Arbeitsleben? Und wie mein Geschäft? Das sind die Fragen, die bei der 1. «east#digital conference» im Zentrum stehen und mit Referenten aus dem In- und Ausland diskutiert werden.

Neben Referaten und Talks bietet die «east#- digital conference» mit praxisnahen Workshops rund um das Thema Digitalisierung (u. a. mit Thomas Hutter und Thomas Besmer) auch viel Potenzial, eigene Fragen im kleineren Kreis vertieft zu diskutieren. Zudem präsentiert Startfeld an der «east#digital conference» eine Auswahl an interessanten Ostschweizer Start-ups – und «IT rockt» organisiert ein Speed-Job-Dating.

*Graf war als eine der fünf Löwen in «Die Höhle der Löwen Schweiz» zu sehen.*

Keynote-Referentin **Anja Graf** gründete 1999 «Visionapartments» und vermietet seither Wohnungen mit Service und Stil. Das Unternehmen ist in kurzer Zeit vom Start-up zum Schweizer Marktführer avanciert und bietet heute in Berlin, Frankfurt, Lausanne, Vevey, Warschau, Wien, Zug und Zürich über 1800 eigene Apartments auf Zeit an. Aufgrund Grafs Unternehmmergeistes und ihrer nachgewiesenen Erfolgsbilanz war sie als eine der fünf Löwen in «Die Höhle der Löwen Schweiz», der Start-up-Show von TV24, zu sehen.

Der ETH-Alumnus und Neurowissenschaftler **Pascal Kaufmann**, Gründer von «Starmind», spricht über die «Zukunft menschlicher Intelligenz – die Symbiose von Mensch und Maschine». Kaufmann steht hinter dem Schweizer Mindfire-Programm, das darauf abzielt, menschenartige künstliche Intelligenz zu schaffen. Fasziniert von Robotern, Cyborgs, künstlicher Intelligenz und Gehirnforschung, erforschte der KI-Tech-Unternehmer die Schnittstelle zwischen Gehirnen und Robotern an der Chicago Medical School, wo er seine Vision «mit 1000 Gehirnen gleichzeitig denken» entwickelte.

**Prof. Dr. Maren** Urner studierte Kognitions- und Neurowissenschaften in Deutschland, Kanada und den Niederlanden und promovierte am University College in London. Die Keynote-Referentin ist Co-Founder von Perspective Daily, das erste werbefreie Online-Magazin für konstruktiven Journalismus. Seit April 2019 ist sie Dozentin für Medienpsychologie an der Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft in Köln. Im Juni 2019 erschien Urners viel beachtetes Buch «Schluss mit dem täglichen Weltuntergang», das sich wochenlang in der Spiegel-Bestsellerliste hielt.

**Roland Siegenthaler** fasst die Referate der «east#digital conference» in Bildform zusammen und präsentiert diese am Ende der Veranstaltung. Zudem bietet er einen Workshop an, in dem man lernen kann, wie man seine Ideen praktisch visualisiert.

Alle Informationen rund um die 1. «east#digital conference» finden Sie auf [www.eastdigital.ch](http://www.eastdigital.ch). Der Ticketverkauf startet Anfang April.



## 11. Unternehmensspiegel Ostschweiz

Der Unternehmensspiegel der FHS ist der Anlass für Gewerbebetriebe und KMU, um Neues aus der aktuellen Praxisforschung des Instituts für Unternehmensführung IFU-FHS zu erfahren und sich auszutauschen. Das Thema 2020 dreht sich um Kooperationen zwischen etablierten Unternehmen und jungen Start-ups. Fotografiert für den LEADER hat Gian Kaufmann; alle Bilder finden Sie unter [leaderdigital.ch/galerien](http://leaderdigital.ch/galerien).









## Regierungsratswahlfeier im Pfalz Keller 2020

Im ersten Anlauf schaffte die Wiler Stadtpräsidentin Susanne Hartmann den Sprung in die St.Galler Regierung. Auch die Bisherigen Marc Mächler, Bruno Damann, Stefan Kölliker und Fredy Fässler verbleiben im Regierungsrat. Gefeierte wurde im St.Galler Pfalz Keller. Fotografiert für den LEADER hat Gian Kaufmann; alle Bilder finden Sie unter [leaderdigital.ch/galerien](https://leaderdigital.ch/galerien)





## ICT-Konferenz 2020

Im Sinne von «Back to the Basics» wurden an der ICT-Konferenz der IHK St.Gallen–Appenzell und des Vereins IT St.Gallen am 19. Februar im Pfalz Keller Themen diskutiert, die KMU in ihrem Alltag beschäftigen. Im Vordergrund stand dabei die Frage nach der Eigenfertigung (make) oder dem Fremdbezug (buy) von ICT-Lösungen in Unternehmen. Fotografiert für den LEADER hat Thomas Hary; alle Bilder finden Sie unter [leaderdigital.ch/galerien](https://leaderdigital.ch/galerien)



# Blamabel

**34,43 Prozent: So tief war die Beteiligung an den St.Galler Regierungsratswahlen vom 8. März. Nur rund ein Drittel der Bevölkerung interessiert es also, wer den Kanton regiert. Steckt Resignation, Bequemlichkeit oder Wohlstandverwahrlosung hinter der tiefen Quote?**

Eine Wahlbeteiligung von rund einem Drittel ist eine Schande. Selbst wenn es nicht um so etwas Wichtiges gegangen wäre, wer uns die nächsten vier Jahre lang regieren soll, sondern «nur» um die Renovation eines Schulhauses oder die Anpassung der Hundesteuer: 34,43 Prozent sind einfach zu wenig.

Woran liegt's? Denkt die Stimmbevölkerung, dass ihr Votum ohnehin nichts ändere? Gut, das kann man nachvollziehen, wenn man sieht, wie Volksverdikte nicht oder nur verzerrt umgesetzt werden – die Masseinwanderungsinitiative lässt grüssen. Die Politikverdrossenheit nimmt sicher zu, wenn man sich die Mühe macht abzustimmen, dann aber feststellen muss, dass man von Politik und Verwaltung nachträglich hintergangen wird. Also bitte kein Betrug am Volk mehr!

*«Demokratie heisst:  
Die Probleme gemeinsam lösen.»*

Franz Schmidberger (\*1942), deutscher Publizist.

Oder ist es die schiere Bequemlichkeit, die uns vom Urnengang abhält? Sind die zehn Minuten, die man fürs Abschicken der Unterlagen braucht, schon zuviel in unserer Spass- und Freizeitgesellschaft? Die elektronische Stimmabgabe könnte helfen: Wir verschieben täglich Millionen von Franken per E-Banking, verschicken persönlichste Daten von Arzt zu Arzt und teilen Interna aus dem Geschäftsleben, ohne dass Dritte mitlesen. Und da soll elektronisches Wählen nicht sicher zu bewerkstelligen sein?

Oder ist es pure Wohlstandverwahrlosung? In anderen Teilen der Welt gehen sie für mehr Demokratie auf die Strasse; riskieren Kopf und Kragen dafür, dass sie mitentscheiden dürfen. Und wir zappen uns durchs TV-Programm oder wischen übers Tablet und nehmen die Wahlergebnisse schulterzuckend zur Kenntnis. Hier hilft nur ein mentaler Tritt in den Allerwertesten.

Egal, was einen davon abhält, seine Stimme in die Waagschale zu werfen: Es ist beschämend, wie wir mit unserer Demokratie umgehen. Wenn wir so weitermachen, brauchen wir uns nicht zu wundern, wenn das über Jahrhunderte Erarbeitete langsam, aber sicher den Bach runtergeht.

Stephan Ziegler  
LEADER-Chefredaktor



## LEADER

03/2020

Magazin LEADER  
MetroComm AG  
Bahnhofstrasse 8  
Postfach 1235  
9001 St. Gallen  
Telefon 071 272 80 50  
Fax 071 272 80 51  
leader@metrocomm.ch  
www.leaderdigital.ch

**Verleger:** Natal Schnetzer

**Chefredaktor:** Stephan Ziegler, Dr. phil. I  
sziegler@metrocomm.ch

**Autoren:** Philipp Landmark, Marion Loher,  
Tanja Millius, Patrick Stampfli,  
Stephan Ziegler, Stefan Grob,  
Roland Scherer, Sven Bradke,  
Walter Locher, Christof Reichmuth,  
Michael Götte, Christoph Lanter,  
Roland Rino Büchel,  
Stefan Schneider

**Fotografie:** Thomas Hary, Gian Kaufmann,  
Marlies Thurnheer, Jean-Luc Perret,  
SGKB, zVg

**Herausgeberin,  
Redaktion  
und Verlag:** MetroComm AG  
Bahnhofstrasse 8  
9001 St. Gallen  
Tel. 071 272 80 50  
Fax 071 272 80 51  
www.leaderdigital.ch  
www.metrocomm.ch  
leader@metrocomm.ch

**Geschäftsleitung:** Natal Schnetzer  
nschnetzer@metrocomm.ch

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

**Marketingservice/  
Aboverwaltung:** Fabienne Schnetzer  
info@metrocomm.ch

**Abopreis:** Fr. 60.- für 18 Ausgaben

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

**Gestaltung/Satz:** MetroComm AG

**Produktion:** Ostschweiz Druck AG,  
Wittenbach

Die mit «Profil» gekennzeichneten Beiträge gelten als  
Sponsored Content.

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

ISSN 1660-2757

metr  
comm

The logo for OFFFA is centered in the upper half of the page. It consists of the letters 'OFFFA' in a bold, white, sans-serif font. The letters are overlaid on a background of several large, overlapping circles in various colors: red, yellow, orange, blue, green, and purple. The circles are semi-transparent, creating a layered effect.

**OFFFA**

**Frühlings- und  
Trendmesse, St.Gallen  
15.-19. April 2020**

[offa.ch](http://offa.ch)  
SBB RailAway-Kombi: 20% Rabatt auf  
Eintritt bei An-/Rückreise mit ÖV

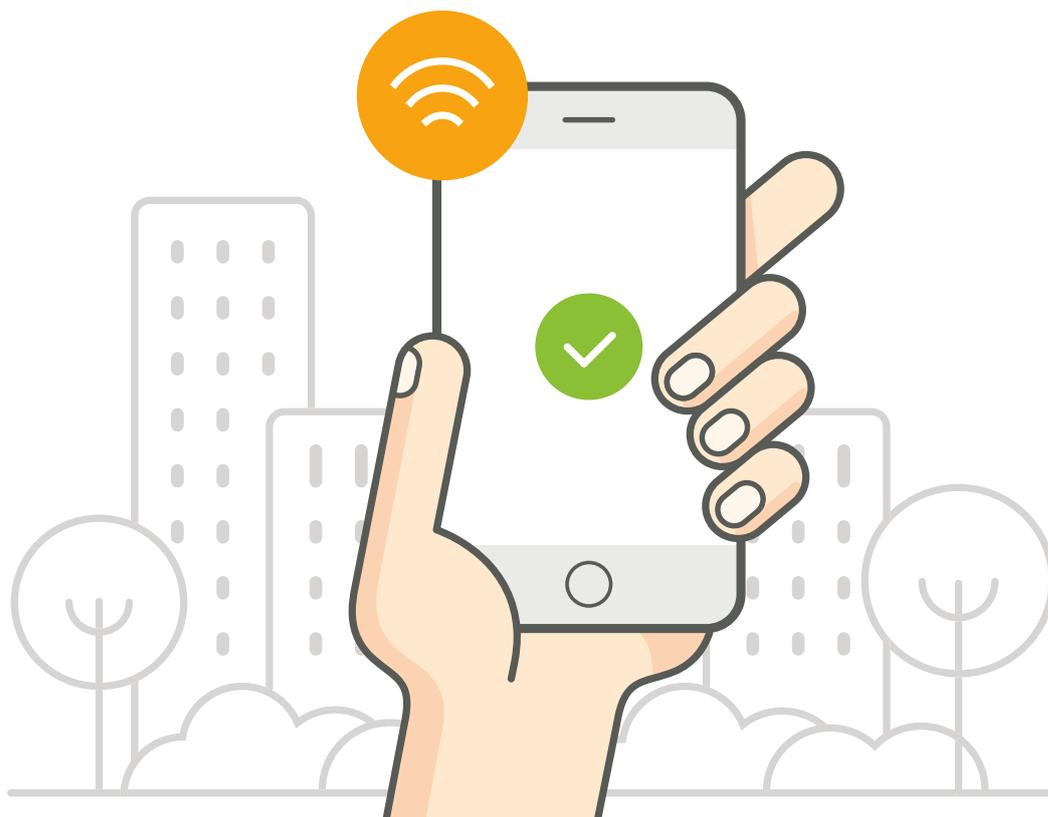
# Arbeitszeiten und Spesen mobil erfassen

## Abacus Forum – Arbeitszeiterfassung

25.03.2020 in Olten

22.04.2020 in Bern

Anmeldung [abacus.ch/forum](https://abacus.ch/forum)



**Beschleunigen Sie Ihre Arbeitsprozesse mit der Business-App AbaCliK und vermeiden Sie Mehrfacherfassungen dank der Synchronisation mit der Abacus Business Software:**

- Präsenz- oder Arbeitszeiten
- Leistungen, Spesen, Quittungen
- Persönliche Daten, Ferientage oder Absenzen (ESS)

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

Jetzt kostenlos bei App Store oder Google Play herunterladen

**ABACLIIK**  
by Abacus