

September / 07 2007

LEADER®

Das Unternehmensmagazin für die Ostschweiz und das Fürstentum Liechtenstein
www.leaderonline.ch

SONDERAUSGABE

LEADER Das Unternehmensmagazin für die Ostschweiz und Liechtenstein | www.leaderonline.ch | Einzelverkaufspreis Fr. 8.50



Die Thurgauer Wirtschaft etabliert sich als Marke

Initiative.



Offensive.

Wer Grosses bewegen will, muss die Initiative ergreifen. Wir haben dies getan – als Projektentwickler, Totalunternehmer und Koordinator sind wir für die neue AFG Arena in die Offensive gegangen. Und wie immer liegen wir im Plan. Damit im nächsten Jahr die Stürmer des FC St. Gallen offensiv werden können.

Weitere Projekte der sportlichen Art finden Sie unter www.hrs.ch



GENERALUNTERNEHMER

HRS

Hauser Rutishauser Suter

AG

Walzmühlestrasse 48 · 8501 Frauenfeld

Tel. +41 (0)52 728 80 80

Fax +41 (0)52 728 80 90

frauenfeld@hrs.ch · www.hrs.ch

Politik und Wirtschaft ziehen an einem Strang



Ein Kanton ist ein künstliches Gebilde. Die Grenzen folgen oft genug nicht den Regeln der Logik, sondern wurden von der Geschichte gezogen. Bekanntlich verblassen die Kantone auch immer mehr hinter Begriffen, die als moderner gelten: Wirtschaftsregionen oder Lebensräume beispielsweise.

Zugegeben: Kantons- und auch Gemeindegrenzen haben im Alltag viel von ihrer Bedeutung verloren. Ganz selbstverständlich überqueren wir sie tagtäglich, als Pendler oder in der Freizeit. Zu glauben, ein Kanton habe als Einheit heute keine Berechtigung mehr, wäre aber dennoch völlig falsch. Es gibt durchaus eine Thurgauer Lebensart, eine thurgauische Mentalität, es gibt Vereinendes und Verbindendes zwischen Rickenbach und Steckborn, zwischen Frauenfeld und Romanshorn – auch wenn sich diese oft fremd vorkommen mögen, weil der direkte, ausserkantonale Nachbar näher liegt.

Einige dieser verbindenden Elemente zeigen wir in dieser Spezialausgabe «Wirtschaftsstandort Thurgau» des Unternehmermagazins LEADER auf. Da sind zum einen die Verbände, von der IHK zum Gewerbeverband, die Wirtschaftsförderung, der Tourismus, aber auch die Thurgauer Kantonalbank. Sie alle stehen täglich vor der Herausforderung, höchst unterschiedliche Bedürfnisse in einem sehr heterogenen Kanton erfüllen zu müssen. Verbindend sind aber auch Probleme, die man teilt: Die Verkehrssituation im Thurgau beispielsweise, unter der jede Region in der einen oder anderen Weise leidet. Und schliesslich prosperiert vom Zentrum bis zur Peripherie jede Thurgauer Ecke vom gesunden Steuerkurs, den die Regierung derzeit fährt – auch das ein guter Beleg, dass der Kanton als Überbau durchaus heilsam wirken kann.

Das vorliegende Magazin präsentiert neben dem Genannten aber auch mehrere Thurgauer Unternehmen, die diesen Kanton prägen. Es ist nicht zu unterschätzen: Wer über die AFG, die HRS oder sia abrasives spricht, dem fällt früher oder später auf, für wie viele kerngesunde, innovative Firmen der Thurgau eine Heimat bietet. Solche Einsichten helfen auch, Klischees wie dasjenige vom reinen Mostproduzenten abzulegen – eine dringend nötige Wirkung in Zeiten des erbitterten Standortwettbewerbs.

Entscheidend ist: Wer sich mit der Lektüre auf eine Reise durch den Thurgau einlässt, erkennt, dass sich dieser Kanton bewegt. Lange Zeit einer der «Kummerbuben» im interkantonalen Vergleich, gehört der Thurgau längst in vielen Bereichen zur vorderen Hälfte oder gar in die Spitzengruppe. Gelungen ist das durch eine Kombination aus wirtschaftsfreundlicher Politik und Unternehmen, die etwas wagen. Das ist ein Team, das auch in Zukunft Bestand haben wird.

Natal Schnetzer

Verleger

tolle Aussichten

Als KMU haben
Sie mit WIR
mehr Kunden
mehr Umsatz
mehr Gewinn
Rufen Sie uns an:
0848 133 000

WIR Bank
seit 1934

www.wirbank.ch Basel • Bern • Luzern • St. Gallen • Zürich • Lausanne • Lugano

fischerUNDryserBASEL

Magazin LEADER
MetroComm AG
 Zürcherstrasse 170
 Postfach 349
 9014 St. Gallen
 Telefon 071 272 80 50
 Fax 071 272 80 51
 leader@metrocomm.ch
 www.leaderonline.ch

Verleger: Natal Schnetzer

Redaktion: Marcel Baumgartner (Leitung)
 Stefan Millius (Stv.)
 Martina Niklaus
 Sara Burkhard
 Andrea Brülisauer
 Dr. Stephan Ziegler
 Martin Sinzig

Bildredaktion: Stefan Millius (Leitung)
 Bodo Rüedi
 Peter Ruggli

Titelbil: Martin Sinzig

Redaktionsanschrift: wortwerk medien GmbH
 Neugasse 20
 9000 St. Gallen
 Tel. 071 226 11 77
 Fax 071 226 11 79
 info@wortwerkmedien.ch
 www.wortwerkmedien.ch

Herausgeberin und Verlag: MetroComm AG
 Zürcherstrasse 170
 9014 St. Gallen
 Tel. 071 272 80 50
 Fax 071 272 80 51
 www.leaderonline.ch
 www.metrocomm.ch
 info@leadermagazin.ch

Geschäftsleitung: Natal Schnetzer

Verlags- und Anzeigenleitung: Walter Böni

Marketingervice/ Aboverwaltung: Irene Hauser

Abopreis: Fr. 60.– für 14 Ausgaben

Erscheinung: Der LEADER erscheint 9x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni, August, September, Oktober, November/Dezember zusätzlich 5 Special-Ausgaben

Layout/Satz: Nina Germann
 satz@metrocomm.ch

Druck: Zollikofer AG
 9014 St. Gallen

Diese Sonderausgabe wurde in Zusammenarbeit mit folgenden Institutionen realisiert



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

Standort Thurgau

«Der Thurgau macht stetig vorwärts»

Im Gespräch mit Volkswirtschaftsdirektor Kaspar Schläpfer 4

Industrie

«Die Chance Thurgau ist intakt»

IHK-Präsident Peter Schifferle über Forderungen und Engagement 8

Wie sich KMU behaupten

«Das Gewerbe ist in Aufbruchstimmung»

Peter Schütz, Präsident des Gewerbeverbandes, über Marktdruck und Überregulierung 12

Chance Wachstum Thurgau

Die Wirtschaftsverbände machen Druck

Mit «Chance Thurgau Wachstum» zeigen die Thurgauer Wirtschaftsverbände erneut Flagge 19

Wirtschaftsförderung

«Man wartet auf die nächste Kampagne»

Edgar Georg Sidamgrotzki über die verschiedenen Kampagnen im Thurgau 20

Ansiedlung: Thurgau ist top

Mehr Firmen und Arbeitsplätze – der Thurgau ist ein attraktiver Wirtschaftsstandort 22

Bildung

Ein vielfältiges Bildungsangebot

Neun Bildungszentren und eine Fachhochschule ermöglichen eine optimale Ausbildung 26

Landwirtschaft

Einer der wichtigsten Agrarkantone

Die Agrarproduktion bringt dem Thurgau jährlich 655 Millionen Franken 29

Bankenplatz Thurgau

«Die Staatsgarantie ist nicht in Stein gemeisselt»

Theo Prinz über zehn Jahr an der Spitze der Thurgauer Kantonalbank 30

Individuelle und umfassende Beratung

Die Credit Suisse bietet eine breite Angebotspalette 40

Thurgauer Marken und Unternehmen

Damit die Ware nicht auf der Strecke bleibt

Das Familienunternehmen Beck Transport AG bleibt seinem Motto treu 46

«Wir machen nichts Aussergewöhnliches»

Edgar Oehler über das Erfolgsrezept der AFG 54

Schnell, kreativ und erfahren

Die HRS ist Garant für innovatives und wirtschaftliches Bauen 58

«Der Thurgau macht stetig vorwärts»

Im Gespräch mit Kaspar Schläpfer, Volkswirtschaftsdirektor des Kantons Thurgau

In der Steuer-, Verkehrs- und Bildungspolitik habe der Kanton in den letzten Jahren gute Fortschritte erzielt, meint Kaspar Schläpfer, Vorsteher des Volkswirtschaftsdepartementes. Er lobt die Zusammenarbeit mit den Wirtschaftsverbänden und betont die langfristig angelegte Strategie zur Verbesserung des Standorts Thurgau.



INTERVIEW: MARTIN SINZIG

BILDER: SIN/SM

Herr Schläpfer, welche Fortschritte hat der Thurgau in jüngster Zeit gemacht?

Kaspar Schläpfer: Der Kanton Thurgau hat in den letzten Jahren Vieles zur Verbesserung der Rahmenbedingungen getan. In erster Linie sind da die Finanzen zu nennen. Wir haben einen ausgeglichenen Staatshaushalt geschaffen und trotzdem spürbare Steuersenkungen und Erleichterungen für Unternehmen wie für Privatpersonen vorgenommen.

Zweitens wurde in Sachen Verkehrserschliessung vor allem im öffentlichen Verkehr das Angebot massiv ausgebaut. Dieses konnte innerhalb von zehn Jahren um 65 Prozent gesteigert werden. Auch im Strassenverkehr gab es Verbesserungen, obwohl die T14 und die Südumfahrung Kreuzlingen in der Volksabstimmung 2005 gescheitert waren.

Der dritte Schwerpunkt ist das Bildungswesen. Es wurde stark modernisiert und verbessert. Auch hier gehören wir zu den besten Kantonen der Schweiz. Das sind unsere drei Schwerpunkte. Darüberhinaus wurde die Sicherheit im Kanton durch die Verstärkung des Polizeikorps erhöht und das Standortmarketing hat dazu beigetragen, den Thurgau als aufgeschlossenen und modernen Kanton zu positionieren.

Wie ist das Problem der fehlenden Schnellstrasse auf der Thurtalachse T14 lösbar?

Die Ablehnung der T14-Schnellstrasse und

Der Wirtschaftsstandort Thurgau hat nach Meinung von Regierungsrat Kaspar Schläpfer gute Fortschritte gemacht und ist schon bald ein Paradies.

der Südumfahrung Kreuzlingen war tatsächlich ein Rückschlag. Wir prüfen die Möglichkeiten, wie die Situation im Strassenverkehr verbessert werden kann. Permanent werden punktuelle Verbesserungen angestrebt. Für das Hauptproblem T14 wollen wir möglichst bald eine Lösung finden. Wie diese aussehen wird, kann ich aber noch nicht sagen. Wir arbeiten weiter daran, wir geben nicht auf.

Jährlich veröffentlicht der Kanton die Statistik der neuangesiedelten Unternehmen. Wie ist dieser Erfolgsausweis im Vergleich zur Bestandespflege zu werten?

Die Hauptsache in der Wirtschaftsförderung sind die guten Rahmenbedingungen. Das ist meine Grundüberzeugung. Mit der Bestandespflege versuchen wir, die bereits ansässigen Unternehmen möglichst gut zu betreuen, ihnen ein angenehmes Umfeld und vor allem rasche Bewilligungsverfahren zu bieten. Wir wollen alles unternehmen, damit Unternehmerinnen und Unternehmer spüren, dass sie im Kanton Thurgau willkommen sind.

Im Neuansiedlungsgeschäft bemühen wir uns, neue Firmen in den Kanton zu bringen. Hier sind wir trotz beschränkter Mittel erfolgreich. Die mit Hilfe unserer Wirtschaftsförderung angesiedelten Firmen haben wertvolle Arbeitsplätze geschaffen. Wir konnten auch feststellen, dass die vom Kanton begleiteten Neuansiedlungen eine überdurchschnittliche Lebenserwartung haben. Das ist ein Qualitätszeichen dafür, dass sich die kantonale Wirtschaftsförderung auf die richtigen Unternehmen ausrichtet.

Welche Steuererleichterungen gewährt der Kanton Thurgau bei Neuansiedlungen?

Steuererleichterungen gibt es für einzelne Neuansiedlungen und für Firmenvergrößerungen auch im Thurgau. Dabei wird eine strenge Praxis angewandt. Solche Erleichte-



rungen müssen vom Regierungsrat bewilligt werden. Dabei ist die Anzahl der neuen Arbeitsplätze ein wichtiges Kriterium. Auch dürfen nicht bestehende Unternehmen konkurriert werden.

Die Thurgauer Regierung liegt wirtschaftspolitisch mit den Wirtschaftsverbänden auf einer ähnlichen Linie. Ist dieser Eindruck richtig?

Ja, ich kann das bestätigen. Es ist eine der grossen Stärken des Kantons, dass ein gutes Einvernehmen zwischen den Verbänden und der Regierung und der Verwaltung bestehen. Ich führe das nicht zuletzt darauf zurück, dass unsere Unternehmerinnen und Unternehmer bereit sind, in der Politik mitzuarbeiten und sich darin zu engagieren. Das ist lange nicht mehr in allen Kantonen so.

Bei uns macht die Elite der Unternehmerschaft in der Politik mit und das erleichtert das gegenseitige Verständnis und die Zusammenarbeit. Auch mit den Gewerkschaften funktioniert die Zusammenarbeit gut. Wir haben generell mit den Verbänden und Organisationen ein gutes Einvernehmen, und nicht zuletzt das hat bei den letzten Steuergesetzesrevisionen die Zustimmung im Grossen Rat und ohne Referendum ermöglicht, weil man einen Konsens findet. Man spürt es: Im Thurgau ziehen alle am gleichen Strick, um den Kanton vorwärtszubringen.

Aber die Regierung muss auch ausgleichend wirken, sie kann nicht einfach Forderungen der Verbände unterschreiben.

Sicher, die Regierung muss sich klar von den Verbänden abgrenzen. Trotz vieler gemeinsamer Ziele gibt es auch Differenzen, die man diskutieren muss. Die Regierung hat ein Legislaturprogramm, das sie verfolgt. Doch die Übereinstimmung mit den Zielen der Wirtschaftsverbände ist recht gross.

Das zeigt sich sicher auch bei strittigen Fragen wie der Ansiedlung von Aldi in Wigoltingen oder dergleichen.

Im Fall Aldi sprach sich der Bauernverband zum Ärger der IHK und des Gewerbeverbandes gegen die Ansiedlung aus. Die Regierung muss die Sache prüfen. Es ist aber klar, dass wir Freude haben, wenn eine Ansiedlung möglich ist und Arbeitsplätze geschaffen werden. Die gesetzlichen Vorgaben müssen jedoch eingehalten werden. Den Spielraum, den wir in der Regierung haben, legen wir im Thurgau aber in der Regel wirtschaftsfreundlich aus. Daraus machen wir kein Geheimnis.

Es gibt Stimmen, die befürchten, dass der grüne Kanton Thurgau durch die enorme Bautätigkeit an Qualität verlieren könnte. Hat die Regierung auch solche Bedenken?

Wir sind stolz auf unsere schöne Landschaft, ebenso auf die überdurchschnittlich gute Landwirtschaft. Wir hatten bisher das Privileg, nicht einfach im Siedlungsraum zwischen Grossstädten unterzugehen. Wir verfügen nach wie vor über intakte Landschaften und wir sind überzeugt, dass wir diese aufgrund unserer Raumplanung erhalten können.

So haben wir Räume für die wirtschaftliche Entwicklung ausgeschieden, genauso wie Räume, die für die Erholung und für die Landwirtschaft da sein sollen. Auch wenn zur Zeit

NET(T)WORKING

Im Thurgau lässt es sich ganz angenehm wirtschaften. Zum Beispiel dank dem KMU-Service der Wirtschaftsförderung des AWA, der einheimischen Unternehmen mit zahlreichen Dienstleistungen, wertvollen Informationen und hilfreichen Kontakten zur Seite steht. Apropos Kontakt: hotline.wirtschaft@tg.ch, www.awa.tg.ch

Thurgau 
SWITZERLAND

BMW EfficientDynamics. Weniger Verbrauch. Mehr Leistung. 5,9 l/100 km. Dank Bremsenergie-Rückgewinnung.

BMW 520d: CO₂-Emission kombiniert: 158 g/km (204 g/km: Durchschnitt aller Neuwagen-Modelle), Energieeffizienzklasse: A, Treibstoffverbrauch gesamt: 5,9 l/100 km. Fahrzeug enthält Sonderausstattungen.



Bickel Auto AG
Zürcherstrasse 306
8501 Frauenfeld
Tel.: 052 728 91 91
www.BickelAutoAG.ch

Der BMW 520d

www.bmw.ch



Freude am Fahren



sehr viel gebaut wird, erfolgt dies kontrolliert in Bauzonen und diese sind massvoll dimensioniert. Auch die Industrie wächst dort, wo ihr von der Raumplanung Platz zugewiesen wurde.

Drei Gebiete sind für grossflächige Ansiedlungen vorgesehen, neben dem Gebiet in Müllheim-Wigoltingen sind dies Flächen im Oberthurgau und in Frauenfeld. Aber wir müssen im Thurgau nicht befürchten, dass wir zubetoniert werden. Auch in 20 oder in 50 Jahren wird es hier immer noch sehr viele Grünflächen geben.

Es gibt Studien, die den Thurgau zu einem reinen Erholungsraum machen wollen. Ist das aus Ihrer Sicht denkbar?

Es wird tatsächlich das Szenario diskutiert, der Thurgau solle Erholungsraum bleiben und möglichst keine wirtschaftliche Entwicklung anstreben. Dagegen wehren wir uns, wir wollen nicht einfach nur der Naherholungsraum für Städter sein. Wir wollen nicht nur ein Wohnkanton sein, sondern auch Arbeitsplätze bieten. Die Betriebsstatistik für 2001 bis 2005 zeigt denn auch, dass wir eine überdurchschnittliche Zunahme an Arbeitsplätzen verzeichnen dürfen. Ich möchte, dass meine Kinder eine faire Chance haben, auch im Thurgau einen Arbeitsplatz zu finden.

Als andere Idee wird die Schaffung eines Grossprojekts für Wohnen und Erholung in der Seegegend genannt. Da muss man realistisch sein, dass dieses Gebiet sehr empfindlich ist, dass man landschaftlich und kulturell nicht einfach eingreifen kann und grössere Veränderungen sofort auf energischen Widerstand treffen würden. Mit grossen Kellen wird man da nicht anrichten können, sondern man muss in vernünftigen Grössenordnungen denken.

Die Wirtschaftsverbände wollen ein höheres Einkommensniveau anstreben. Ist der Thurgau einkommenschwach?

Der Thurgau liegt beim Volkseinkommen circa zehn Prozent unter dem schweizerischen Schnitt. Letzteren möchte auch der Regierungsrat erreichen. Das gegenwärtige Niveau hat verschiedene Gründe. Die Landwirtschaft drückt das Niveau, wir haben eine überdurchschnittlich junge Bevölkerung, Grossindustrien fehlen und die Dienstleistungsbranche ist weniger stark vertreten als in anderen Kantonen.

Es wird schwierig sein, den schweizerischen Durchschnitt zu erreichen. Wir müssen uns realistischerweise noch längere Zeit gedulden. Aber man kann ins Feld führen, dass bei uns die Wohn- und Lebenskosten tiefer sind

als in Agglomerationen. Auch die mässigen Steuern und Gebühren sowie die günstigen Strompreise und die tieferen Krankenkassenprämien führen dazu, dass das verfügbare Einkommen der Thurgauer Bevölkerung mindestens gleich hoch ist wie im schweizerischen Durchschnitt.

Steuerlich hat der Kanton Thurgau in jüngster Zeit verschiedene Fortschritte gemacht. Wohin geht die Reise?

Seit 1999 hat der Thurgau praktisch jedes Jahr Entlastungen erzielt durch Steuerfussenkungen oder strukturelle Verbesserungen. 2006 wurden die Unternehmen bei der Dividendenbesteuerung entlastet. Davon versprechen wir uns trotzdem zusätzliche Einnahmen. Mit der Steuergesetzrevision 2007 wollen wir die Vermögenssteuern reduzieren.

Tiefere Steuern sollen die Investitions- und Konsumneigung fördern. Sind da Effekte schon spürbar?

Vermögensberater, Wirtschaftsanwälte und Treuhänder beobachten uns und reagieren positiv. Der Thurgau wird von ihnen viel stärker als bisher beachtet, insbesondere bei der Evaluation von Ansiedlungen. Dort verzeichnen wir Zunahmen. Wegen des wirtschaftlichen Aufschwungs ist es schwierig abzuschätzen, was die Steuerpolitik gebracht hat und was die Konjunktur.

Ich bin überzeugt, dass es eine gewisse Zeit braucht, bis wir ernten können. Der Kanton Zug hatte bereits nach dem Zweiten Weltkrieg mit einer konsequenten Steuerpolitik begonnen, und es brauchte 20 Jahre, bis man dieser Politik vertraute. Auch im Thurgau wird es eine gewisse Zeit dauern, bis man weiss und darauf vertraut, dass der Kanton steuergünstig ist und über eine kulantesteuerverwaltung verfügt.

Unsere Strategie ist langfristig angelegt, wir wollen jedes Jahr ein Stück weiterkommen. Wir sind auch überzeugt, dass diese Politik aufgeht und weiter aufgehen wird.

«Die Chance Thurgau ist intakt»

Viele Thurgauer Industrieunternehmen nutzen ihre Chancen und sind technologisch an der Spitze, freut sich Peter A. Schifferle, Präsident der Industrie- und Handelskammer Thurgau. Politisch gehe es darum, die Forderungen der Industrie und des Gewerbes weiterhin klar zu formulieren und noch engagierter zu verfolgen.



Peter A. Schifferle ist Präsident der IHK Thurgau.

Im Gespräch mit Peter A. Schifferle, Präsident der Industrie- und Handelskammer Thurgau

INTERVIEW: Martin Sinzig

BILD: MBA

Wo steht die Thurgauer Industrie heute?

Peter A. Schifferle: Die industrielle Tätigkeit konzentriert sich im Thurgau stark auf den Maschinen-, Fahrzeug- und Apparatebau auf die Bau- und Bauzulieferbranche. Zahlreiche kleine und mittlere Betriebe verfügen als Zulieferer über ein grosses Know-how. Sie sind sehr beweglich und auch international konkurrenzfähig. Wir haben einen Trend zur Spitzenindustrie, die sich weltweit zeigen darf und das kommt zuwenig zum Ausdruck.

Die Industrie hat also eine starke Ausprägung, sie ist im Kanton Thurgau aber oft hochanonym. Es gibt hervorragende Unternehmen, die kaum bekannt sind und nach traditioneller Art und Weise leben, aber gegen Aussen nie viel sagen.

Wie lange das tragbar ist und wie lange man so erfolgreich sein kann, stelle ich in Frage. Die Globalisierung verlangt eine Oeffnung und ein klares Bekenntnis zur unternehmerischen Tätigkeit. Gleichzeitig wird man von

der Corporate Governance gezwungen, Transparenz zu schaffen.

Sind die Thurgauer Industrieunternehmen zu bescheiden, welches sind die Risiken und Chancen der vielen patronal geführten Betriebe?

Viele dieser Unternehmen sind entstanden aus der Kraft von Pionieren, von Unternehmern mit Visionen, die gute Produkte entwickelt und Abnehmer gefunden haben. Ich erkenne zwei Gefahren. Wenn diese Unternehmen grösser werden, geraten sie unter Umständen ins Konkurrenzfeld der Grossen und werden erdrückt.

Zweitens zeichnet sich deutlich das Problem des fehlenden unternehmerischen Nachwuchses der Nachfolge ab. Immer häufiger können Familienbetriebe von den Familien nicht mehr gehalten werden. Eine der wichtigsten Herausforderungen besteht deshalb darin, die nachhaltige Fortführung von Unternehmen durch eine gute Nachfolgeregelung zu sichern.

Wie geschieht das am Besten?

Zwei Wege stehen im Vordergrund: Entweder findet man Leute aus dem Unternehmen, die sich vielleicht sogar über ein Management Buyout beteiligen oder man schliesst sich mit Dritten zusammen. Das ist eine Bewegung, die gegenwärtig häufig stattfindet. Ich glaube, wir sind diesbezüglich in einer kritischen Phase und es wird nicht einfach sein, diese zu überwinden.

Diese Entwicklung kann die Konkurrenzfähigkeit und Dynamik von Unternehmen beeinträchtigen. Die Kultur nämlich, die hinter den Unternehmen steht, wird von den Mitarbeitenden geprägt, die sich einen patronalen Stil gewohnt sind. Es fragt sich, ob sich diese Mitarbeiter den neuen Formen unter- oder einordnen können. Das ist oft nicht einfach.

Der Druck der sich öffnenden Märkte auf die mittelständischen Betriebe nimmt zu. Droht ein Ausverkauf?

Nicht unbedingt. Viele deutsche Investoren sind beispielsweise an Zukäufen interes-

siert und kommen in die Schweiz, weil sie sich hier wohlfühlen und die höhere Flexibilität der Schweizer Unternehmen schätzen. In diesem Fall werden die angestammten Arbeitsplätze erhalten.

Aber ich muss festhalten: Solange sich das Gewerbe nur ums Haus herum bewegt und nicht die Chancen ennet der Grenzen erkennt, verpasst der unternehmerische Mittelstand ein grosses Potenzial. Hier existieren noch viele Vorbehalte.

Dennoch: Es gibt viele grössere Unternehmen, die den Eigentümerwechsel erfolgreich bewältigt haben, etwa die Abrisiva, die Arbonia-Forster Gruppe oder die Firma Stadler.

Sicher, das sind alles Unternehmen, die sich stark entwickelt haben, weil sie einerseits viel vom Know-how von Mitarbeitern profitiert und sich so entfaltet haben, dass sie global handeln können. Damit begegnen sie auch den Herausforderungen nicht mit Angst. Vielmehr nutzen sie die sich bietenden Chancen. Diese Unternehmen sind auf guten Wegen und werden aus heutiger Sicht ihre Spitzenpositionen halten.

Die Konjunktur brummt: Wie fit sind die Unternehmen?

Von Hochkonjunktur möchte ich nicht sprechen. Faktoren wie die Zinsen, die Wechselkurse und Wirrnisse in Expansionsmärkten mahnen zur Vorsicht. Viele Unternehmen haben restrukturiert und die richtigen Massnahmen getroffen, um auch einen leichten Abschwung zu verkraften. So gesehen blicke ich optimistisch in die nahe Zukunft.

Die Industrie- und Handelskammer und der Thurgauer Gewerbeverband arbeiten eng zusammen. Wie wirkt sich das aus?

Gewerbe und Industrie haben bewiesen, dass sie enger zusammenarbeiten können. Diese Verbindung kann, unter anderem im Zeichen des Outsourcings in der produzierenden Industrie, Vorteile bringen. Das Gewerbe ist allerdings noch zerrissen, wenn es um den

Blick über die Binnenmarktgrenzen hinaus geht. Dennoch: Gewerbe und Industrie haben eine verbindende Grösse, die in die Welt hinausgetragen und umgesetzt wird.

Im Rahmen des Projektes «Chance Thurgau» haben wir zusätzlich ein Zusammengehen mit dem Thurgauer Bauernverband erreicht - vor allem aus politischer Motivation. Dieses hat allerdings Risse bekommen. Gerade in Sachen Aldi-Ansiedlung in Wigoltingen ist das deutlich geworden. Ich glaube, dass der Bauernverband mit seiner Abwehrhaltung auch Chancen verpasst.

Mit dem Massnahmenpapier «Chance Thurgau» haben die Wirtschaftsverbände einen gemeinsamen Nenner gefunden und ihr politisches Gewicht gestärkt.

Das ist eindeutig. Bei früheren Vernehmlassungen konnten wir vielleicht mit einem Regierungsrat, dem zuständigen Departementsleiter, sprechen. Heute reden wir mit allen fünf. Da haben wir offene Türen. In gut zehn Jahren haben wir die «Chance Thurgau» - ein Projekt zur Verbesserung der Rahmenbedingungen im Kanton - aufgebaut. Jetzt erkennen wir Grenzen. Wir können keine faulen Kompromisse machen, sondern wir müssen uns selber treu bleiben und unsere Anliegen klar formulieren. Das ist die Lehre aus der langjährigen Zusammenarbeit der Wirtschaftsverbände und dem Erfolg mit der «Chance Thurgau».

Aber die Kernanliegen bleiben bestehen.

Jawohl, der gemeinsame Nenner ist klar. Wir wollen unseren Einfluss für die Errichtung der T14 geltend machen, uns für die Vermögenssteuerreform und für eine Steuerfussenkung einsetzen. Wir führen das Werk weiter. Wir müssen damit klar kundtun, dass Gewerbe und Industrie eine Einheit sind.

Der Einfluss hat zugenommen, die Kontakte sind besser geworden, aber viele Unternehmer können oder wollen sich nicht mehr in der Politik engagieren. Wie gehen Sie dieses Problem an?

Wir haben bei der IHK ein neues Organigramm geschaffen. Denn wir sind zur Ein-

Sie denken an
zwei Generationen.

**Wir auch an
Nachfolge-
regelung.**



Investment Banking • Private Banking • Asset Management

Seit 1856 machen wir es uns zur Aufgabe, unseren Kunden neue Perspektiven zu eröffnen. Perspektiven, die auf der Vergangenheit basieren und auf die Zukunft gerichtet sind. Erst mit dieser Sichtweise lassen sich die Chancen und Herausforderungen von morgen erkennen – denn die Zukunft passiert nicht einfach so. Sie will geplant sein.
www.credit-suisse.com

Neue Perspektiven. Für Sie.

CREDIT SUISSE 

Seit 1993 Hauptsponsor der Fussball-Nationalmannschaft.

sicht gekommen, dass wir sogenannte Kernkompetenzgremien bilden müssen, die sich mit Themen wie Energie, Wirtschaft und Steuern beschäftigen. Diese Gremien sollen selber initiativ werden und mit ihren Beiträgen eine fundierte Meinungsbildung innerhalb des IHK-Vorstandes ermöglichen. Für die regionalen Interessen beziehen wir auch die Regionalverbände stärker ein. So werden wir schlagkräftiger, wenn es um Vernehmlassungen oder auch um Wahlen geht.

An der Generalversammlung 2007 haben Sie sich vehement gegen eine Verringerung der Vorschriften und bürokratischen Lasten gewehrt. Worum geht es Ihnen?

Gerade bei der Mehrwertsteuer gibt es administrativ extreme Belastungen. Auch die Verbandsbeschwerde ist erschwerend, die

Einsprecher sollten zur Verantwortung gezogen werden. Da ist viel Luft drin. Und wenn ich an die Themenkreise Steuerfuss, Gemeinden und Ausbildung denke, gibt es gewaltige Unterschiede im Kanton. Das kann man nicht mit administrativen Auflagen gutmachen. Man sollte einen gewissen Ausgleich schaffen.

Welche Wünsche haben Sie für die Zukunft der Thurgauer Industrielandschaft?

Die Herausforderung ist die innovative Unternehmensführung. Sie kann nur stattfinden, wenn sie sich nicht in der Anonymität verliert, sondern die Nähe zur Belegschaft pflegt, aber auch akzeptiert, dass beispielsweise bei einem Führungswechsel eine andere Kultur entstehen muss. Eine gezielte Nachwuchsförderung ist nötig, sie muss institutionalisiert werden. Es muss

im Unternehmen eine Förderungsplanung für Unternehmer und Kader geben.

Bezüglich der Rahmenbedingungen müssen wir nachhaltig bleiben in der Pflege des Steuersystems. Weiter gilt es, den Bankrat der Thurgauer Kantonalbank von der Politik zu entkoppeln und das Institut in eine andere Gesellschaftsform zu überführen. Das ist notwendig, wenn wir die hervorragende Bank weiterhin sichern wollen.

Nicht zuletzt geht es aus der Sicht von Industrie und Gewerbe darum, die gemeinsamen Stärken zusammenzuführen und unsere Forderungen rascher durchzusetzen, auch wenn der Charakter der beiden Verbände respektiert werden soll.



Damit Sie sich beim Arbeiten nie die Finger verbrennen.



Grinotex Sinus®

Unsere Sonnenschutzsysteme, beispielsweise Lamellenstoren, funktionieren automatisch. Sie bieten optimalen Schutz vor Hitze, sind als Blendschutz sehr anpassungsfähig und können die Intensität des Tageslichts regulieren, selbstverständlich ohne Ihr Zutun. So vermag natürliches Licht Ihr Wohlbefinden zu steigern. Auf Wunsch sorgen zusätzliche Sicherheitssensoren für selbsttätiges Schliessen bei Annäherung und schlagen damit mögliche Einbrecher in die Flucht. Sie wollen bauen, renovieren oder ganz einfach Ihren Komfort steigern? Nehmen Sie unbedingt Kontakt mit uns auf!

Griesser Storen und Rolladen – automatisch gut.

Griesser AG. Schweizer Qualität seit 1882.
Tänikonstrasse 3, 8355 Aadorf
Infoline 0848 841 258, StorenService® 0848 888 111
www.griesser.ch

 **GRIESSER**
STOREN UND ROLLADEN

«Das Gewerbe ist in Aufbruchstimmung»

Im Gespräch mit Peter Schütz, Präsident des Thurgauer Gewerbeverbandes

Trotz Marktdrucks und Überregulierung hat das Thurgauer Gewerbe durchaus gute Chancen, betont Peter Schütz, Präsident des Thurgauer Gewerbeverbandes. Er wünscht sich gleichzeitig ein stärkeres politisches Engagement der Verbände sowie der Unternehmerinnen und Unternehmer.

INTERVIEW UND BILDER: MARTIN SINZIG

Herr Schütz, die Konjunktur läuft gut. In welcher Verfassung und Stimmung befindet sich das Thurgauer Gewerbe?

Peter Schütz: Das Thurgauer Gewerbe ist mehrheitlich in einer guten Verfassung. Die meisten Betriebe sind sehr gut oder überdurchschnittlich ausgelastet. Das ist eine positive Ausgangslage. Der Preisdruck bleibt allerdings unverändert hoch. Es herrscht nach wie vor ein grosser Margendruck und die Erträge entsprechen nicht ganz der konjunkturellen Entwicklung. Das wird sich wohl auch in Zukunft nicht ändern.

Welche Betriebe profitieren vom Aufschwung, welche nicht?

Sicher muss man differenzieren, aber es ist eine Tatsache, dass in Wachstumsphasen fast alle Betriebe von der Situation profitieren können. Die Abhängigkeit unter den Wirtschaftssubjekten ist enorm hoch. Wenn es den Dienstleistern, den Banken und Versicherungen, aber auch der Industrie gut geht, geht es auch dem Gewerbe gut.

Auch die positive Konsumentenstimmung wirkt sich auf die gewerblichen Unternehmen aus. Das Gewerbe hängt letztlich am Nabel von Dienstleistungen, Industrie und privaten Konsumenten. Eine positive Stimmung erzeugt Konsum.

Verspürt das Gewerbe jetzt so etwas wie eine Aufbruchstimmung?

Ganz eindeutig, das spürt man, wenn man Offerten einholt oder Aufträge vergibt. Es gibt sogar Unternehmen, deren Kapazitäten völlig ausgeschöpft sind. Den Preisdruck spürt man natürlich ebenso. Vielleicht muss man in einer solchen Situation auch einmal die Gnade haben, Nein zu sagen.

Peter Schütz



In den letzten 18 Monaten hat das Bauhaupt- und ausbaugewerbe enorm profitiert. Es wird soviel gebaut wie selten. Die Statistiken zeigen es ganz klar. Im vergangenen Jahr wurden 14 Prozent mehr Umsatzvolumen generiert, aber tragischerweise auch weniger Ertrag.

Dann ist das gewissermassen eine Problembranche?

Natürlich ist das ein Problem, aber deswegen ist das Baugewerbe keine Problembranche. Wir haben im Thurgau sehr gute Unternehmen, die die Situation erkannt haben und richtig nutzen. Es gibt allerdings Branchen, die weniger vom Aufschwung spüren. Gerade der Detailhandel steht unter einem enormen Druck. Es sind vor allem gesellschaftliche Veränderungen wie beispielsweise das Einkaufsverhalten, die hier Mühe machen. Daran ist nicht nur der Strukturwandel im Detailhandel schuld.

Sie haben sich als Befürworter der Aldiprojekts in Wigoltingen engagiert, sicher nicht zur Freude aller Detaillisten und Gewerbler?

Da ist richtig, ich habe mich als Einwohner von Wigoltingen für die Umzonung engagiert. Aus Sicht des Gewerbes habe ich Verständnis für gewisse Vorbehalte, die vor allem seitens des Detailhandels angebracht wurden. Beim Abwägen sehe ich jedoch ein grösseres Chancen- und Kundenpotenzial. Denken wir nur an die vielen Filialen, die jetzt gebaut werden. Das lokale Gewerbe erhält gute Aufträge und baut. Dann gibt es Spediteure, die neue Kundschaft finden. Das belebt die Wirtschaft und den Markt. Dieses Chancenpotenzial darf man unter keinen Umständen ausser Acht lassen.

Wie beurteilen Sie aus heutiger Sicht den Standort Thurgau?

Ich betrachte ihn als ausgezeichnet. Wir bewahren uns bestens als Wohnkanton, wie die Zuwanderungszahlen belegen. Aber wir haben auch einen sehr hohen Pendleranteil. Einerseits gelingt es uns, Menschen anzusiedeln. Wir müssen es aber auch schaffen, attraktive Arbeitsplätze in unserem Kanton anzubieten. Deshalb sind Ansiedlungen wie Lidl und Aldi positiv.

Nicht vergessen dürfen wir den hervorragenden Zugang zu den Flughäfen Kloten, Friedrichshafen und Altenrhein und wir verfügen über einen tollen Zugang zu Bildungsstätten in Zürich, Winterthur und St. Gallen.

Sind Sie zufrieden mit der Infrastruktur auf Schiene und Strasse?

Die Verkehrsanschliessung auf den Strassenachsen Zürich-Kreuzlingen-Konstanz und Zürich-St. Gallen darf sich sehen lassen. Nach wie vor ungelöst ist allerdings die T14-Achse durch den Mittel- in den Oberthurgau. Der öffentliche Verkehr wurde in den letzten Jahren massiv ausgebaut, somit sind wir sehr attraktiv und sehr vernetzt.

Dazu kommt, dass wir steuerliche Fortschritte gemacht haben. Mehrere Steuergesetzrevisionen haben uns auf den Platz fünf gebracht. Wir sind heute gut positioniert. Der Standort Thurgau hat also gute Voraussetzungen, um vom Aufschwung zu profitieren, er hat mehr Stärken als Schwächen.

Immer mehr gewerbliche Betriebe haben Nachfolgeprobleme, werden übernommen, und die Globalisierung setzt Wettbewerbsdruck auf. Wie sind diese Aspekte zu beurteilen?

Die Globalisierung findet statt, ob wir das gut finden oder nicht und sie wird über Grossunternehmen Auswirkungen auf das

Gewerbe haben. Im Gewerbe- und Industriesektor haben wir in den letzten Jahren Arbeitsplätze verloren, sei es durch den technischen Fortschritt, sei es durch den Druck des globalen Marktes auf die Produktivität.

Die Beschäftigungslage ist dennoch gegenwärtig sehr gut. Viele Betriebe haben zuwenig qualifizierte Leute, ebenso fehlt es an Hilfskräften.

Viele Betriebe können nicht mehr selbstständig bestehen. Woran liegt das? Ist es zuwenig attraktiv, selbstständig zu sein?

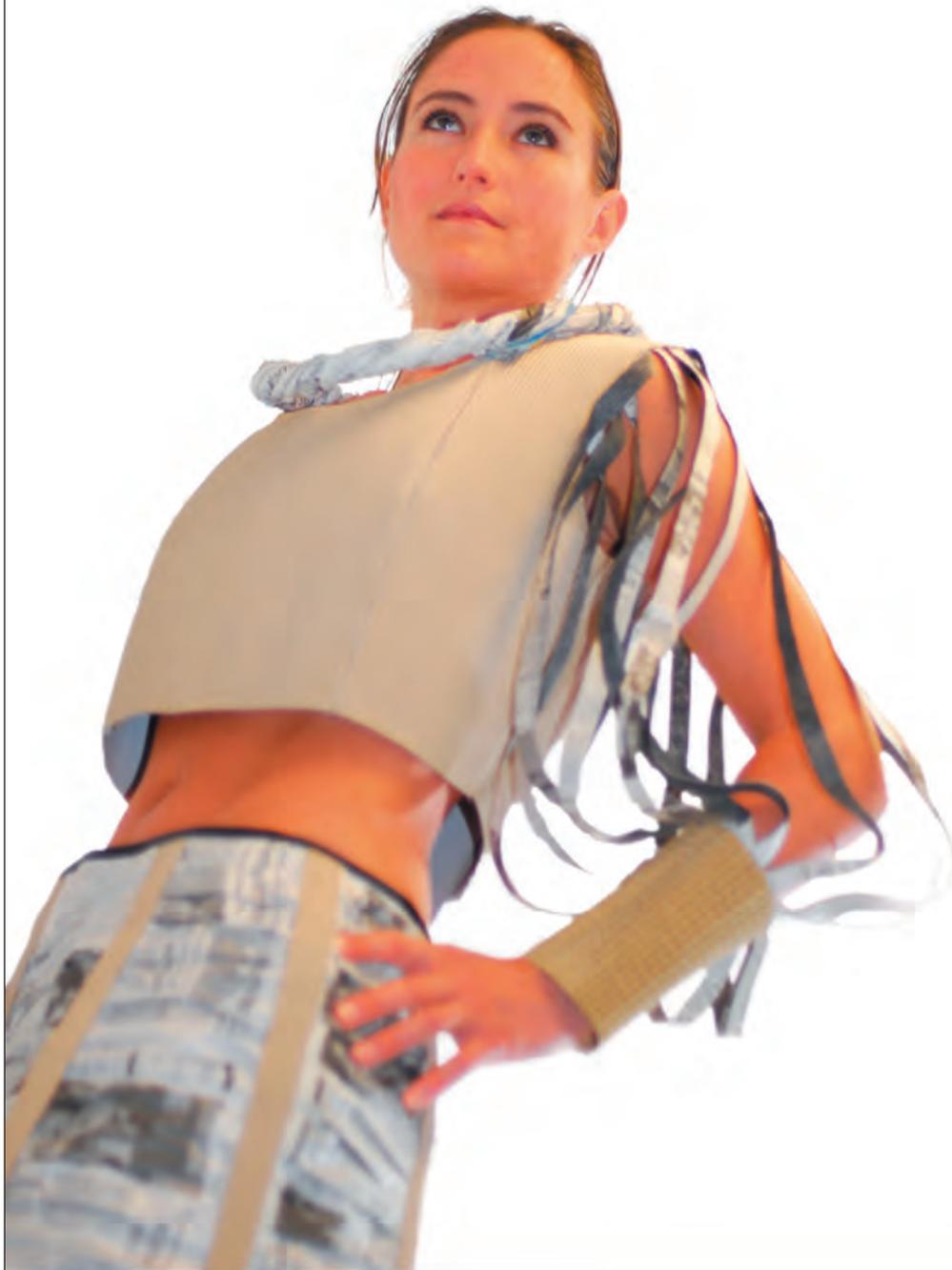
Ja, es ist ein enormer Krampf, mit einer kleinen oder kleinsten Unternehmung zu überleben. Es wird einem nichts in den Schoss gelegt. Man muss um Aufträge kämpfen, man muss bestehen mit Qualität. Darunter verstehe ich nicht nur Produkte und Dienstleistungsqualität, sondern auch unternehmerische Qualität. Das heisst, umdenken und die Ansprüche des Marktes erkennen.

Was heisst unternehmerische Qualität?

Das betrifft die Führung des Unternehmens. Man muss viel gezielter erkennen: Was ist mein Kerngeschäft, wie kann ich Geld verdienen? Welches ist mein Geschäftsmodell? Hier muss ein Umdenken in vielen gewerblichen Strukturen und Branchen stattfinden.

Ich bin überzeugt, dass das Wachstum der Jahre 2006 und 2007 sich nicht auf dem hohen Niveau fortsetzen wird. Es wird eine Abkühlung geben. Ich bin aber nach wie vor überzeugt, dass man weiterhin Wachstum generieren kann. Die europäischen und die Weltmärkte sind von grosser Bedeutung, und diese darf man nicht ausser Acht lassen, sondern man sollte die Chancen sehen.

Model verpackt nach Mass



www.modelgroup.com

Model PrimePac AG, Au
Model InoPac AG, Flamatt
Model Kramp GmbH, Hanau

Inoflex AG, Weinfeldern
Model AG, Weinfeldern
Thurpapier, Weinfeldern

Wo liegen für Sie die unternehmerischen Herausforderungen?

Unternehmerin oder Unternehmer sein ist eine sehr schöne Aufgabe. Frei zu sein in den Entscheidungen, aber auch die Verantwortung dafür zu tragen. Ich wünsche mir, dass das möglichst viele Leute so sehen und den Mut haben, etwas auszuprobieren und sich zu engagieren. Die Ausgangslage ist im Moment gut.

Administrative und gesetzliche Belastungen werden aber immer grösser. Was tun Sie dagegen?

Diese Belastungen sind viel zu gross. Zwar steigt durch die internationale Abhängigkeit der Druck auf die Unternehmen, andererseits wächst der administrative Aufwand. Das alles verringert die Margen. Deshalb müssen wir ganz klar Forderungen stellen, damit bürokratische Belastungen reduziert werden. Wir überregulieren, statt den Unternehmen mehr Freiraum zu geben.

Da braucht es das Gewerbe als politische Kraft.

Dringend. Und gerade der höhere Marktdruck und die administrativen Belastungen halten Gewerbetreibende und Gewerbetreibende davon ab, politisch tätig zu sein. Das müssen wir ändern. Die gewerblichen und wirtschaftlichen Interessen können nur von Leuten aus der Wirtschaft vertreten werden.

Wie hat sich der politische Einfluss des Gewerbes entwickelt?

Er hat leider abgenommen. Ich wünsche mir nichts anderes, als dass die Wirtschaft wieder mehr Einfluss hat in der Politik.

Was ist zu tun?

Angezeigt ist es, dass sich Unternehmerinnen und Unternehmer wieder mehr in der Öffentlichkeit engagieren, sei es auf Gemeinde- oder kantonaler Ebene. Ich weiss, dass es Zusatzaufwand bedeutet, aber es ist neben dem Aufwand auch eine Investition in die Zukunft. Wenn wir nicht mitbestimmen, werden wir fremdbestimmt. Wir müssen Einfluss nehmen. Andererseits müssen wir als Verbände resoluter auftreten.

ten. Nutzen wir doch den Spielraum, den wir haben, beispielsweise auch im öffentlichen Beschaffungswesen.

Der Thurgauer Gewerbeverband ist in den letzten Jahren gewachsen.

Jawohl, er ist gewachsen, und ich freue mich, dass per Anfang 2007 auch die Detailisten, der TGshop, von der Geschäftsstelle des Gewerbeverbandes betreut werden dürfte. Diese Entwicklung stärkt unsere Bestrebungen, für unsere Mitglieder um bessere Rahmenbedingungen zu kämpfen.

Wenn Sie drei Wünsche für die KMU anbringen könnten, was würden Sie wünschen?

Die Wirtschaft ist der Motor unserer Gesellschaft. Ich wünsche mir deshalb auch in Zukunft eine wachsende Wirtschaft. Nur eine funktionierende Wirtschaft kann Arbeitsplätze erhalten und nur eine wachsende wird neue Arbeitsplätze generieren.

Dann wünsche ich mir eine aktive und sachorientierte Politik, die von möglichst vielen Leuten aus der Wirtschaft gemacht wird. Das ist für eine nachhaltige positive Entwicklung wichtig. Nur dann gelingt es uns, die Überregulierung abzubauen.

Ich wünsche mir im Thurgau auch viele Unternehmen aus allen Branchen, die sich auf ein klar definiertes Kerngeschäft fokussieren, die sich fragen, wo sie nachhaltig bestehen können. Unternehmerinnen und Unternehmer sollen sich vermehrt Gedanken machen, wo ihre Stärken liegen, mit welchen Geschäftsmodellen sie erfolgreich sein und mit welchen Zusatzleistungen sie sich vom Mitbewerber differenzieren können. Es geht hier um Einzigartigkeit oder Preisführerschaft. Das Gewerbe muss sich positionieren und auch dann erfolgreich wirtschaften, wenn die Hochkonjunktur vorbei ist.



Zur Person

Peter Schütz, geboren 1959, ist Geschäftsführer der Letrona AG in Frittschen und der Mega Gossau AG in Gossau. Seit 2003 ist Schütz Präsident des Thurgauer Gewerbeverbandes, dem rund 6'300 Betriebe aus allen Branchen wie Handel, Detailhandel, Handwerk, Gastronomie, Dienstleistungen, Informatik, Industrien sowie über 40 Berufsverbände angehören. Peter Schütz ist gelernter Elektromonteur und hat Betriebswirtschaft studiert. Politisch engagiert er sich als FDP-Kantonsrat und in der Partei als Leiter der Arbeitsgruppe Wirtschaftsstandort Thurgau. Schütz lebt in Wigoltingen, ist verheiratet mit Monica und Vater von zwei Söhnen.

Kommunikation als Erfolgsfaktor

Die Thurgauer Wirtschaft ist im Wandel. Der Kanton ist auf dem Weg zur Dienstleistungsgesellschaft. In diesen strukturellen Veränderungen wird die Kommunikation mehr und mehr zu einem Erfolgsfaktor für Klein- und Mittelunternehmen.



TEXT: ROMAN SALZMANN

Die Entwicklung zur Dienstleistungs- und Kommunikationsgesellschaft zeigt sich in einigen wenigen Zahlen des Bundesamtes für Statistik: Zwischen den Betriebszählungen 1995 und 2005 hat sich die Anzahl der Beschäftigten im Dienstleistungssektor um durchschnittlich rund 15 Prozent erhöht. Diese Zahl liegt weiter über dem schweizerischen Durchschnitt. Das Wachstum in der Thurgauer Kommunikationsbranche verdeutlicht den Wandel.

Eine der wichtigsten Ressourcen in der schnelllebigen Wirtschaftswelt ist die Fähigkeit, effizient und zielgerichtet zu kommunizieren. Zielgruppen wünschen Informationen immer schneller und präziser. Klein- und Mittelunternehmen (KMU) bewegen sich damit in einem enormen Spannungsfeld zwischen den Ansprüchen von Mitarbeitenden, Aktionären, Kunden, Lieferanten und Partnern. Es wird immer entscheidender, dass die eigenen Botschaften nicht nur mitgeteilt, sondern auch entsprechend wahrgenommen werden. Wer zielgruppengerecht kommuniziert, ist erfolgreicher.

Viele Unternehmen im Thurgau haben sich deshalb in den vergangenen Jahren vermehrt den modernen Herausforderungen der Kommunikation gestellt. Ein Treiber für die Verän-

Thurgauer Unternehmerinnen und Unternehmer sehen sich vielfältigen Herausforderungen gegenüber – zielgerichtete Kommunikationsmassnahmen verhelfen zum Erfolg.

derungen auf diesem Gebiet war das Internet. Gaben sich KMU anfänglich noch mit einfachen Internetauftritten zufrieden, so sind mittlerweile die Anforderungen der Kunden immer mehr gestiegen. Das zeigt sich auch in den Unternehmensdokumentationen, Broschüren und Werbemitteln: Die Thurgauer Firmen sind bereit, mehr in die Kommunikation zu investieren. Viele Unternehmen stehen indes auch vor der Frage, wie viel Geld sie in Kommunikationsmassnahmen investieren und ob sie dafür selber Personal einstellen sollen.

Über 88 Prozent der Thurgauer Unternehmen sind Mikro-Unternehmen mit bis zu neun Beschäftigten, die mit wenigen Ausnahmen ihren Kommunikationsbedarf aus Kostengründen selber oder zusammen mit Kollegen abdecken. Die zweitgrösste Gruppe bilden im Thurgau mit zehn Prozent die Kleinbetriebe mit zehn bis 49 Beschäftigten. Unternehmen in dieser Gröszenordnung haben in den letzten Jahren den grössten Sprung bei den Ausgaben für die Kommunikation gemacht. In dieser Betriebsgrösze fallen oft kommunikative Herausforderungen an, die nicht immer selber gemeistert werden können, da dafür oft kaum Fachpersonal zur Verfügung steht. Schnell stösst man an Grenzen. Immer mehr Firmen sind deshalb darauf bedacht, intern gewisses Know-how aufzubauen. Da es die Struktur von Kleinunternehmen jedoch oft noch nicht zulässt, eigene Kommunikationsfachleute einzustellen, sind sie meist gut beraten, die Partnerschaft mit einer Kommunikationsagentur in Erwägung zu ziehen.

1,6 Prozent der Thurgauer Firmen beschäftigen zwischen 50 und 249 Mitarbeitende und gelten damit als mittelgrosse Unternehmen, die meist wenigstens eine Person für Kommunikations- und Marketingaufgaben einsetzen.

In dieser Gröszenordnung entscheiden sich viele Firmen zu einer intensiven Zusammenarbeit mit einer externen Kommunikationsagentur, weil auch die Anforderungen immer vielfältiger werden. Die wenigen Grossunternehmen im Thurgau mit mehr als 250 Beschäftigten verfügen meist über eine eigene kleinere oder grössere Kommunikationsabteilung und arbeiten intensiv mit Agenturen zusammen.

Wichtig ist für Unternehmen jeder Gröszenordnung, dass die Kommunikation strategische Bedeutung erhält: Der Kommunikationséat muss zielgerichtet und nicht nach dem Giesskannen- oder Zufallsprinzip eingesetzt werden. Für KMU lohnt es sich, ein kleines Kommunikationskonzept erarbeiten zu lassen. Es dient als Basis für integrierte, kontinuierliche und glaubwürdige Kommunikation – für motivierenden Mitarbeiterdialog, partnerschaftlichen Kundenkontakt, wirksame Medienarbeit, treffsicheres Marketing, originelle Werbung, phantasievolle elektronische Kommunikation, sinnvolle Events oder auch imageförderndes Sponsoring.



Der Autor Roman Salzmann war unter anderem langjähriger Redaktor der Thurgauer Zeitung und Kommunikationsleiter beim Technologiekonzern Bühler. Der Kommunikationsberater leitet den Bereich Public Relations bei koch marketing kommunikation ag in Frauenfeld (www.kochwerbung.ch).

Wirtschaftsverbände machen Druck

Mit der «Chance Thurgau Wachstum» zeigen die Thurgauer Wirtschaftsverbände erneut Flagge. Wichtigste Anliegen im bereits dritten Massnahmenprogramm sind die Vorlage einer neuen T14-Schnellstrassenlösung bis 2009 und die Teilprivatisierung der Thurgauer Kantonalbank.

TEXT UND BILD: MARTIN SINZIG

Der Forderungskatalog der Thurgauer Industrie- und Handelskammer (IHK), des Gewerbeverbandes und des Bauernverbandes mit dem Titel «Chance Thurgau Wachstum» umfasst 19 Massnahmen in verschiedensten Bereichen und lehnt sich an zwei Vorgängerpapiere an, die seit 1996 vorgelegt worden sind.

Damit sei eine Plattform für eine verbindliche Kommunikation der Wirtschaft mit dem Regierungsrat, den bürgerlichen Fraktionen im Grossen Rat sowie mit den nationalen Parlamentariern entstanden, erklärte IHK-Präsident Peter A. Schifferle Ende Februar vor den Medien.

Steuerklima verbessern . . .

Am Anfang des Forderungskatalogs stehen fünf Massnahmen im Bereich Finanzen und Steuern. Ein neu zu entwickelndes Instrumentarium zur Messung der kantonalen Staatsquote soll dazu beitragen, diese nachhaltig zu reduzieren. Ebenso gemessen werden soll die Zufriedenheit der Steuerpflichtigen zwecks Verbesserung des Steuerklimas.

Dauerhaft sichern soll der Thurgau seinen fünften Rang bei den Unternehmenssteuern. Geprüft werden sollen Investitionsanreize, zum Beispiel eine weitere Verbesserung der Abschreibungs- und Rückstellungspraxis, wie IHK-Vorstandsmitglied Peter Muri erläuterte.

. . . und TKB teilprivatisieren

Auch bei der Besteuerung von mittleren und hohen Einkommen sowie Vermögen soll der Thurgau zu den ersten fünf Kantonen aufrücken. Ein attraktives steuerliches Umfeld würde private Investitionen begünstigen und damit Wachstum schaffen. Schliesslich greift die «Chance Thurgau Wachstum» ein politisch heikles Thema bezüglich



Die Vertreter der drei Wirtschaftsverbände stehen für die «Chance Thurgau Wachstum» ein: Peter Schifferle, Peter Schütz und Andreas Binswanger (vorne v.l.), Peter Maag, Peter Muri, Hermine Hascher und Markus Berner (hinten v.l.).

der Organisation der Thurgauer Kantonalbank (TKB) auf. Sie soll mittelfristig in eine Aktiengesellschaft umgewandelt werden und bis zu einem Drittel in privaten Besitz übergehen; ein erster Anlauf in diese Richtung scheiterte vor fünf Jahren an der Urne. Gleichzeitig soll der Bankrat politischen Einflüssen entzogen werden.

Thurtalabstimmung bis 2009

Die Wirtschaftsverbände fordern weiter die Anbindung des Mittel- und Oberthurgaus an das übergeordnete Nationalstrassennetz. Bis 2009 sei dem Volk deshalb ein neues Schnellstrassenprojekt durch das Thurtal vorzulegen. Besonders im Mittelthurgau gelte es, den Verkehr zu verflüssigen, betonte Gewerbeverbands-Präsident Peter Schütz die Notwendig-

keit, auf der T14-Achse Entlastungen zu verwirklichen. Die im Herbst 2005 siegreichen Gegner der Schnellstrasse hätten bislang noch keine brauchbare Lösung vorgelegt.

Gegen Verzögerungen

Einige der Forderungen seien zwar bereits erfüllt. Doch der Wettbewerb werde härter und der Thurgau dürfe sich nicht ausruhen, sagte Schifferle. Die «Chance Thurgau Wachstum» soll dafür sorgen, dass die Bemühungen um die Standortattraktivität nachhaltig blieben. Das Wachstumspapier wolle die Position der Wirtschaftsverbände darstellen und vor allem Verzögerungstaktiken bekämpfen, doppelte Schütz nach. Zudem soll der Regierung der Rücken gestärkt werden, beispielsweise im Hinblick auf die bevorstehende Steuerreform.

«Man wartet auf die nächste Kampagne»

Interview mit Edgar Georg Sidamgrotzki, Chef Amt für Wirtschaft und Arbeit (AWA)

Der Kanton Thurgau hat sich in den vergangenen Jahren, in der Schweiz und im Ausland, eine Beachtung als Wirtschafts-, Arbeits- und Wohnraum verschafft. Ebenso führen die Thurgauer seit 1996 verschiedene Kampagnen durch, um auf sich aufmerksam zu machen.

INTERVIEW: MARCEL BAUMGARTNER

BILD: ZVG.

Herr Sidamgrotzki, wie hat sich die Marke Thurgau entwickelt?

Die Marke hat sich sehr gut etabliert und ist als prägnantes und sympathisches Element unseres Standortmarketings weit herum bekannt. Insbesondere das neckische Äpfelchen hat es den Leuten angetan. Die Marke als solches gibt es ja schon seit 1996. Sie wurde 2006 überarbeitet.

Welche Massnahmen wurden eingeleitet und welche zeigen am meisten Wirkung?

Wichtig ist, dass sich nicht nur der Kanton als Ganzes sondern auch wichtige Vermarktungspartner nun gemeinsam an der Vermarktung des Kantons beteiligen. Es sind dies der Tourismus und die Land- beziehungsweise Ernährungswirtschaft. Massnahmenbezogen haben wir fast die ganze Palette der klassischen Werbung genutzt. Insbesondere die Plakataktionen, das E-Board im Hauptbahnhof Zürich, die Werbung am Flughafen und die «giveaways» sind sehr erfolgreich.

Mit welchen Werbemethoden wird der Thurgau künftig auf sich aufmerksam machen?

Ich denke nicht, dass wir grundsätzliche Änderungen einführen werden, was die Massnahmen angeht. Wenn man wenig Mittel zur Verfügung hat, kann man keine grossen Experimente durchführen. Die effizientesten Werbemittel werden auch inskünftig eine grosse Rolle spielen.

Die Zusammenarbeit im neuen Haus des Marketings wird sicher nochmals einen Schub im Sinne des Multiplaktoreffektes bringen.



Edgar Georg Sidamgrotzki

Wer entwickelt diese Ideen?

Es besteht eine Marketingbegleitgruppe, die gemeinsam mit einer Agentur die Ideen entwickelt und umsetzt. Einige zentrale Ideen insbesondere, was die Gestaltung angeht, kommen von der Agentur, andere aus unserer eigenen Küche.

Als was will sich der Thurgau positionieren?

Das haben wir mit den Partnern gemeinsam im Markenkonzept festgelegt:

Der Thurgau ist....

- Spannend: Der Thurgau überrascht.
- Sicher: Auf den Thurgau ist Verlass.
- Vernetzt: Der Thurgau verbindet.
- Unkompliziert: Im Thurgau geht alles einfacher und schneller.
- Erholsam: Der Thurgau tut wohl.

Haben Sie schon Feedbacks aus der Bevölkerung, dem Ausland oder von anderen Kantonen erhalten?

Ja sicher. Wir werden viel darauf angesprochen. In Zürich fragen mich die Leute immer, wann denn die nächste Kampagne startet, weil man darauf schon gespannt ist und sich über die witzigen und sympathischen Sujets freut. Der Thurgau wird nun als offener und sehr fortschrittlicher und interessanter Kanton wahrgenommen, der seine Wurzeln und das Bodenständige nicht verleugnet. Diese Eigenschaften sind auch für die Wirtschaft sehr wichtig, weshalb sich immer mehr Unternehmen für den Standort Thurgau interessieren.

Erfolgreiche Kampagne

Die Thurgauer werben schon seit mehreren Jahren mit verschiedenen Kampagnen in Zürich.



2002 - Ich wohne im Thurgau

«Ich wohne im Thurgau» empfiehlt den Kanton Thurgau als Wohnort. Maler Sergi aus Arbon bekennt sich vor dem Hintergrund einer Loft zu «Lebensqualität, die überzeugt.»

2003 - Schöner wohnen in Thurgau

Bitte eintreten, Familie Zürcher: Blickfang des «Schöner Wohnen»-Plakatsujets ist ein Türvorleger, der die Betrachterinnen und Betrachter im Wohnkanton Thurgau willkommen heisst.



2004 - Vitamin T / Züri Ost / Big apple

Die Kampagne 2004 macht mit pointierten Schlagwörtern auf die Vorzüge des Thurgaus aufmerksam. Der geografische Fokus liegt in der Stadt und der Agglomeration Zürich. Die eingesetzten Sujets spielen mitunter ironisch auf den globalen Anspruch der Grossregion Zürich an und weisen die Menschen, die Naturerlebnis und Wohltuendes suchen, in den Thurgau.



2005 - I love TG / 20 Minuten / Zuhause

Aufgefrischt und mit neuen Sujets wirbt der Thurgau im Frühsommer 2005 vorwiegend im Grossraum Zürich für seine Vorzüge. Die neue Werbeoffensive erfolgt im Rahmen des Standortmarketings des Kantons Thurgau, welches im Jahr zuvor mit einer Aufmerksamkeitskampagne lanciert worden ist.



2006 - Thurgau.ch / Paradies / T-Budget

Passend zum neuen kantonalen Erscheinungsbild, kommt die Kampagne 2006 von Marketing «Thurgau» in aufgefrischter Gestaltung daher. Die Inhalte bleiben die bewährten: pointierte Schlagworte, die auf die Standortvorteile des Thurgaus aufmerksam machen. Wie gewohnt, sind die Plakate in und um Zürich zu sehen. Hinzu kommt ein inspirierender Spot auf den E-Boards des Zürcher Hauptbahnhofs.



2007 - Mostindien / Monopoly / Feng Shui

Im Thurgau gehen Bewährtes und Innovatives einher – auch im Standortmarketing. Die Plakate 2007 kommen im selben Look wie ihre Vorgänger daher, frischen den Auftritt jedoch mit neuen pointierten Schlagworten auf. Die Kernbotschaft ist nicht neu, aber immer aktuell: Der Thurgau überrascht. Und überzeugt.

Kampagne Skigebiete

Nicht nur in Zürich macht sich der Thurgau bemerkbar, auch in verschiedenen Skigebieten werben sie mit «Pulver gut» und «Piz salü»

Im Hinblick auf die Sportferien lancierte der Kanton Thurgau erstmals eine Kampagne mit Imagewerbung in verschiedenen Wintersportorten. Mit den grafisch gleichen Mitteln der erfolgreichen Marketingkampagne, aber mit neuen, wiederum pffiffigen Slogans soll der Thurgau den Wintersportlern schmackhaft gemacht werden.

Ansiedlungen: Thurgau ist top

Anfangs des Jahres informieren die kantonalen Wirtschaftsförderungen jeweils über ihre Ansiedlungserfolge aus dem Vorjahr. Üblicherweise werden die Anzahl angesiedelter Firmen, die entstandenen Arbeitsplätze und die Branchenzugehörigkeit bekannt gegeben. Weniger häufig erfolgen Aussagen über Investitionen, Aufträge in der Region oder zum zusätzlich gewonnenen Steuersubstrat. Diese Lücke schliesst der vorliegende Bericht – mit erfreulichen Resultaten für den Thurgau.

TEXT: ANDREAS BALG*

BILD: ANDREA BRÜLISAUER

Tiefe Steuern und Abgaben sind ein wichtiges Verkaufsargument. Insbesondere für weltweit tätige Unternehmen stellen sie ein Einstiegskriterium dar. Für unsere Hauptzielgruppe, die inhabergeführten, kleineren und mittleren Unternehmen aus Deutschland, sind weitere Faktoren ausschlaggebender. Dazu zählen die Verfügbarkeit der passenden Immobilie, die unternehmerfreundliche Verwaltung, die kurzen Wege und die hohe Lebensqualität.

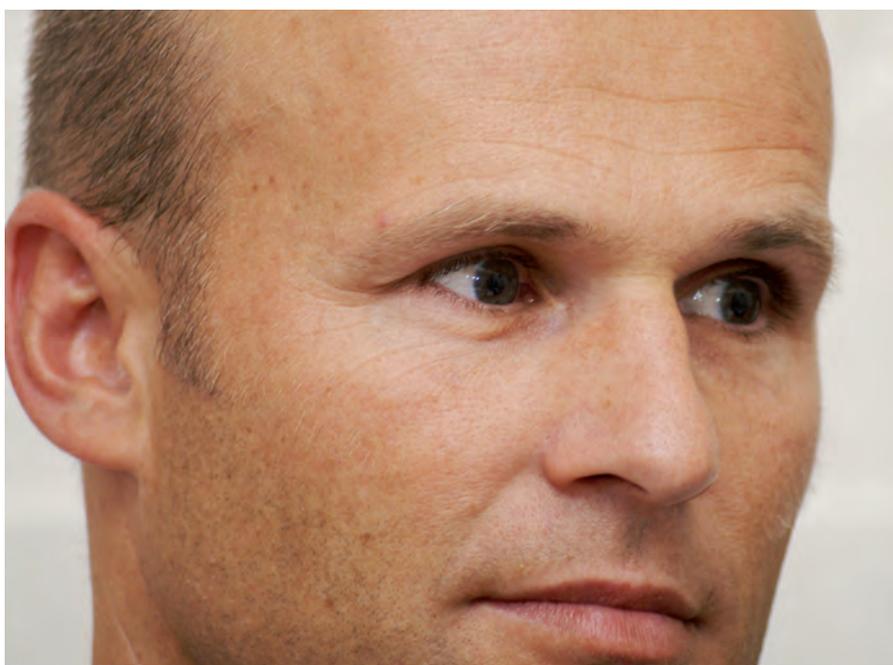
Gut ausgebildete und motivierte Mitarbeitende sind mitentscheidend für die Entwicklung eines Unternehmens. Der Grenzkanton Thurgau hat durch die Nähe zu Deutschland einen entscheidenden Vorteil. Steuern, Immobilien und Mitarbeitende sind die drei wichtigsten Standortfaktoren.

Der Blick auf die Entwicklung der angesiedelten Unternehmen zeigt deutlich: Der Thurgau ist ein attraktiver Wirtschaftsstandort.

Zeitraum von sechs Jahren

Die Wirtschaftsförderung Thurgau befragte angesiedelte Unternehmen erstmals im Jahre 2003 für den Zeitraum 2000 bis 2002. Die neue Umfrage umfasst die Jahre 2000 bis 2005. Der Bericht beleuchtet die Entwicklung aller Projekte, die in den Jahren 2000 bis und mit 2005 von der Wirtschaftsförderung begleitet wurden. Er deckt einen Zeitraum von sechs Jahren ab.

In den sechs Jahren sind 283 erfolgreiche Gründungen/Ansiedlungen im Thurgau hervorgegangen, die von der Wirtschaftsförderung begleitet wurden. Dies entspricht einem Durchschnitt von rund 47 pro Jahr, mit



Andreas Balg

geringen jährlichen Schwankungen. Die Projekte betrafen, mit einer Ausnahme, die Wirtschaftssektoren 2 und 3.

57 Abgänge

Per Ende 2005 waren 226 Unternehmen noch im Thurgau existent. Das ergibt über den gesamten Berichtszeitraum eine Quote von rund 80 Prozent. Die total 57 Abgänge aus dem Kanton Thurgau setzen sich aus zwölf Konkursen, 21 Unternehmensauflösungen und 24 Wegzügen in andere Kantone zusammen.

Per Ende 2005 weisen die Projekte des Berichtszeitraums rund 1'000 Vollzeitstellen aus. Dies entspricht durchschnittlich 4.5 Vollzeitstellen pro Unternehmen. Die mitarbeiterstärksten Unternehmen beschäftigen

zwischen 30 und 60 Vollzeitmitarbeitende. Rund 460 der Vollzeitstellen entstanden im 2. Sektor, rund 540 im 3. Sektor.

Die Unternehmen starten im Gründungsjahr in der Regel mit zwei bis drei Vollzeitbeschäftigten. Bis zum Ende des dritten ganzen Geschäftsjahres wird die Beschäftigtenzahl dann in etwa verdoppelt. Die am längsten existierenden Unternehmen im Betrachtungszeitraum, die Ansiedlungen 2000, weisen per Ende 2005 im Durchschnitt pro Unternehmen 7.2 Vollzeitbeschäftigte aus.

Lohnsummen

Bei den verschiedenen AHV-Ausgleichskassen versicherten die noch existierenden Unternehmen im Jahr 2005 gesamthaft eine Lohnsumme von über 45 Millionen Franken.

Kumuliert für den Berichtszeitraum ergeben sich, hochgerechnet in Anlehnung an die Entwicklung der Mitarbeiterzahlen, rund 140 Millionen Franken an versicherten Lohnsummen.

Investitionen

Die Projekte des Berichtszeitraums haben kumuliert bis Ende 2005 Investitionen am Standort Thurgau von etwas mehr als 120 Millionen Franken getätigt. Dies entspricht einem durchschnittlichen Investitionsbeitrag pro Unternehmen und Geschäftsjahr von 150'000 Franken (Auflösungen / Konkurse / Wegzüge berücksichtigt).

Aufträge

Die Summe der von den Projekten des Berichtszeitraums regional (Umkreis von rund 50 Kilometern) vergebenen Aufträge beläuft sich per Ende 2005 kumuliert auf etwas mehr als 42 Millionen Franken. Dies entspricht 53'000 Franken pro Unternehmen und Geschäftsjahr (die Aufträge werden in der Regel wiederkehrend vergeben, Auflösungen / Konkurse / Wegzüge berücksichtigt).

Indirekte wirtschaftliche Effekte

Neben den direkt anfallenden Ausgaben der Unternehmen (Gehälter, Investitionen, Aufträge) entstehen indirekte Effekte. Die Grundannahme dabei ist, dass eine Erhöhung der Endnachfrage (zum Beispiel durch Einkauf von Material, Einkauf von Dienstleistungen) ein zusätzliches regionales Einkommen schafft und dieses wiederum die Konsumnachfrage der Unternehmen und Lohnempfänger ansteigen lässt. Es existieren unterschiedliche Ansätze zur Einschätzung dieser indirekten Effekte. Es ist jedoch unbestritten, dass von einem Faktor > 1 ausgegangen werden kann. Wir orientieren uns

hier an Frey/Häusel (1983), die eine Typologie von Regionalmultiplikatoren für die Schweiz entwickelten, wobei die Höhe der Multiplikatoren nach Raumtyp unterschiedlich eingeschätzt wurde. Für mittelstädtische Agglomerationen, zu denen der Thurgau zu zählen ist, wird von Frey/Häusel ein Multiplikator von zirka 1.4 angenommen.

Kalkuliert man die ausgewiesenen Ausgaben der Unternehmen mit diesem Multiplikator, so ergeben sich auf Basis der erhobenen direkten Effekte (= Summe der bezahlten Gehälter, Investitionen, Aufträge) von kumuliert rund 300 Millionen Franken weitere indirekte Effekte (= 300 Millionen x 0.4) in der Grössenordnung von 120 Millionen Franken.

Steuererträge

Sowohl die angesiedelten Unternehmen als auch die dort beschäftigten Mitarbeitenden bezahlen Steuern. Die exakte Höhe der entstandenen Steuereinnahmen kann nicht beziffert werden. Dies auch deshalb, weil die Steuerdaten einzelner Unternehmen oder Personen nicht öffentlich zugänglich sind. Trotzdem erlauben bekannte oder in der Umfrage erhobene Angaben (wie beispielsweise die Lohnsummen), kombiniert mit für den gesamten Kanton ausgewiesenen Durchschnittswerten, eine grobe Einschätzung der aus den Projekten hervorgegangenen steuerlichen Effekte für den Kanton Thurgau. Hochgerechnet kann für den analysierten Zeitraum von Steuereinnahmen von einem mittleren, zweistelligen Millionenbereich ausgegangen werden.

Die Projekte mit den grössten Beiträgen

Es wurden aus dem Berichtszeitraum jeweils die zehn Unternehmen selektiert, die in den Bereichen Vollzeitbeschäftigte, Investitio-

nen oder Aufträge den grössten Beitrag generierten. zehn Unternehmen entsprechen 4.4 Prozent der per Ende 2005 noch existierenden, von der Wirtschaftsförderung begleiteten Firmen.

Diese zehn Unternehmen repräsentieren:

- rund 400 oder rund 40 Prozent der Vollzeitbeschäftigten
- rund 78 Millionen Franken oder rund 64 Prozent der getätigten Investitionen
- rund 28 Millionen Franken oder rund 68 Prozent der erteilten Aufträge

**Andreas Balg ist Leiter der Wirtschaftsförderung Thurgau*

Durchschnittswerte

Eine durchschnittliche, von der Wirtschaftsförderung begleitete Ansiedlung zeigt folgende Merkmale:

- die Herkunft ist in über der Hälfte der Fälle Deutschland
 - in vier von fünf Fällen wird eine juristische Person im Thurgau installiert
 - der Start erfolgt mit zwei bis drei Mitarbeitern den im Verlauf der ersten fünf Geschäftsjahre wird auf sieben bis acht Mitarbeitende ausgebaut
 - in den ersten fünf Jahren werden circa 150'000 Franken p.a. an Investitionen getätigt
 - pro Jahr werden circa 50'000 Franken an Aufträgen in der Region vergeben
-

Frühzeitig Risiken erkennen

Im Rahmen der Neuerungen im Aktienrecht hat der Verwaltungsrat Angaben über die Durchführung einer Risikobeurteilung im Anhang vorzunehmen¹. Zur Risikobeurteilung macht das Gesetz keine inhaltlichen Vorgaben, erwartet wird jedoch eine Auseinandersetzung mit den Unternehmensrisiken.

Die Risikoberichterstattung soll den Adressaten der handelsrechtlichen Jahresrechnung entscheidungsrelevante und verlässliche Informationen zur Verfügung stellen, die es ihnen ermöglichen, sich ein zutreffendes Bild über die Risiken der Unternehmung zu machen.

Welche Risiken sind offen zu legen?

Der Botschaftstext stellt klar, dass die Risikobeurteilung nicht alle Geschäftsrisiken erfasst, sondern nur die Erläuterung derjenigen Risiken, die einen wesentlichen Einfluss auf die Beurteilung der Jahresrechnung haben könnten². Im Vordergrund stehen somit nicht strategische oder operative Geschäftsrisiken, sondern Risiken der Rechnungslegung und der externen Berichterstattung. Der Umfang der Risikobeurteilung hängt stark von den unternehmensspezifischen Gegebenheiten ab. In der Praxis ist eine klare Abgrenzung nicht in allen Fällen möglich, da beispielsweise selbst Risiken in den Bereichen der Branchenzugehörigkeit, der technologischen Entwicklung, usw. einen Einfluss auf die Beurteilung der Jahresrechnung haben können.

Aus Unternehmer- und betriebswirtschaftlicher Sicht ist ungeachtet der Gesetzesbestimmungen nicht einzusehen, weshalb Unternehmensrisiken, die keinen direkten Einfluss auf die Jahresrechnung haben, nicht erfasst werden sollen, da auch solche Risiken erheblich sind und zu negativen finanziellen Folgen für die Unternehmung führen können. Unternehmerisch macht es deshalb Sinn, auch andere Unternehmensrisiken festzuhalten. Eine Risikobeurteilung, die über das gesetzlich vorgeschriebene Mindestmass hinausgeht, dürfte vor allem für Unternehmungen, welche der ordentlichen Revision unterliegen und ein dokumentiertes Internes Kontrollsystem (IKS)³ vorweisen müssen, sinnvoll sein. Diesen Unternehmungen empfehlen wir, im Rahmen der Umsetzung des IKS gleichzeitig ein Risikomanagementsystem einzuführen, da die systematisierte Erfassung und Beurteilung von Risiken Teil des IKS ist.

Aufgrund der Fülle von möglichen Risiken und im Zusam-

menhang mit den gesetzlichen Bestimmungen ist es klar, dass nur Risiken im Anhang der Jahresrechnung offen gelegt werden müssen, welche einen wesentlichen Fehler in der Rechnungslegung und Finanzberichterstattung verursachen können. Diesbezüglich nur auf die wesentlichen Positionen der Jahresrechnung zu schauen, wäre sicherlich kurzsichtig. Mögliche Risiken der Unternehmung lassen sich nicht alleine nur aus der Jahresrechnung herauslesen.

Die Vorgehensweise

Die Risikobeurteilung soll dem Betrieb angepasst sein und kein umfangreiches Konzept beinhalten, welches in der Schublade verschwindet. Risikomanagement ist ein logischer Denkprozess, bei welchem strukturiert vorgegangen wird und das sämtliche spezifischen Risiken erfasst. BDO Visura hat Hilfsmittel erstellt, die der Unternehmung erlauben, die Risikoerfassung und -beurteilung ganzheitlich anzugehen. Dieses umfassende Tool beinhaltet neben der Risikoidentifikation auch die Bewertung von Risiken sowie die Auflistung der notwendigen Massnahmen zur Beseitigung oder Verminderung der Risiken.

Die nötigen Angaben

Im Anhang ist zu erwähnen, ob eine Risikobeurteilung durch den Verwaltungsrat vorgenommen wurde. Eine detaillierte Auseinandersetzung und Offenlegung der Risiken, wird vom Gesetz nicht verlangt. Der Anhang der handelsrechtlichen Jahresrechnung kann folglich allgemein gültige Formulierungen zur Risikobeurteilung beinhalten. Die Praxis wird zeigen, wie die Ausgestaltung der Risikoberichterstattung in der Schweiz erfolgt, da es der Unternehmung überlassen wird, wie sie Inhalt und Umfang der Risikoberichterstattung regeln will. Gegenwärtig nehmen gerade die KMU eine abwartende Haltung ein und sehen zu, wie andere Unternehmungen die Offenlegung im Anhang regeln werden.

Schnell-Info

In Fachkreisen ist eine rege Diskussion ausgebrochen, wie weit die Risikobeurteilung und Berichterstattung gemäss den neuen gesetzlichen Bestimmungen gehen soll. Mit Rücksicht auf die vielen KMU hat der Gesetzgeber dies bewusst offen gelassen und sich nicht an ausländische Bestimmungen angelehnt, sondern eine schweizerische Lösung gesucht. Das Risikomanagement ist ein Teil der Führung und hat die Aufgabe, unkontrollierte und ungeahnte Gefahren frühzeitig zu erkennen und möglichst abzuwenden. Wenn der Gesetzgeber schon keine konkreten Vorgaben macht, sollte der unternehmerische Freiraum genutzt werden, um die gesetzlichen Vorgaben zur Risikobeurteilung sinnvoll umzusetzen.

Martin.Nay@bdo.ch

dipl. Wirtschaftsprüfer

Markus.Widmer@bdo.ch

dipl. Wirtschaftsprüfer

BDO Visura

¹ Art. 663b Ziff 12 revOR über die Risikoberichterstattung «Der Anhang enthält 12. Angaben über die Durchführung einer Risikobeurteilung»

² Botschaft zur Änderung des Obligationenrechts, 23. Juni 2004, S. 4036

³ Art. 728a revOR

Ein vielfältiges Bildungsangebot

Neun Bildungszentren und eine Fachhochschule ermöglichen im Thurgau eine optimale Ausbildung

Das Bildungsangebot im Kanton Thurgau ist vielfältig. Die traditionelle und die duale Berufslehre haben einen ausserordentlich hohen Stellenwert. Rund 70 Prozent der Schulabgänger entscheiden sich für eine Berufslehre. Die restlichen 30 Prozent besuchen eine weiterführende Schule.

TEXT: MARTINA NIKLAUS

BILDER: ZVG

Nach den obligatorischen acht respektive neun Schuljahren entscheiden sich 30 Prozent der Thurgauer Jugendlichen dazu, eine weiterführende Schule zu besuchen. Rund 70 Prozent absolvieren eine Lehre und besuchen eine Berufsfachschule im Kanton. Die Berufsfachschulen sind verschiedenen Bildungszentren zugeteilt. Im Thurgau gibt es insgesamt neun Bildungszentren: das BZ für Wirtschaft in Weinfelden, das Gewerbliche BZ in Weinfelden, das BZ für Hauswirtschaft in Weinfelden, das BZ für Technik in Frauenfeld und Arbon, das BZ für Bau und Mode in Kreuzlingen, das BZ für Detailhandel in Romanshorn, das BZ für Gesundheit in Frauenfeld und das Landwirtschaftliche BZ Arenenberg. In gewissen Berufen mit kleinen Lehrlingszahlen werden die Lernenden für die schulische Bildung ausserkantonalen Institutionen zugewiesen.

Ergänzend zur obligatorischen Ausbildung in der Berufsfachschule können Azubis die Berufsmaturität erlangen. Die Berufsmaturitäten können in technischer, kaufmännischer sowie gesundheitlicher und sozialer Richtung innerhalb des Kantons erlangt werden.

Das Bildungszentrum für Wirtschaft

Das Bildungszentrum für Wirtschaft in Weinfelden (BZWW) gewährleistet die wirtschaftliche Grundausbildung im Kanton Thurgau. Hier kann die Berufsmaturität in kaufmännischer, gesundheitlicher und sozialer Richtung erlangt werden. Das BZWW bietet zudem vielfältige Möglichkeiten der Weiterbildung und Brückenangebote an.



Der Thurgau bietet ein vielfältiges Bildungsangebot.

Das Gewerbliche Bildungszentrum

Das Gewerbliche Bildungszentrum Weinfelden ist ein Dienstleistungsbetrieb mit eigenständigem Bildungsauftrag und zugleich eine führende Schule im gewerblichen Aus- und Weiterbildungsbereich mit moderner Infrastruktur. Am Gewerblichen Bildungszentrum werden Lehrlinge verschiedener Berufe ausgebildet, so beispielsweise Auto-, Bau- und Landmaschinenmechaniker, Polygrafen, Bäcker-Konditore, Schreiner, Maler oder Landschaftsgärtner.

Das Bildungszentrum für Hauswirtschaft wurde auf den 1. August dieses Jahres hin in das Gewerbliche Bildungszentrum integriert.

Das Bildungszentrum für Technik

Ausbildungen im Bereich der Technik können im Thurgau an zwei Standorten absol-

viert werden: in Arbon und in Frauenfeld. Am Bildungszentrum für Technik in Frauenfeld kann die Berufsmaturität erworben werden. Das Bildungszentrum für Technik ist eine bekannte und gefragte Institution für 1200 Lehrlinge in den Berufen Polymechaniker, Mechapraktiker, Konstrukteur, Automatiker, Elektroniker, Informatiker, Elektromonteur, Anlagen- und Apparatebauer, Metallbauer, Spengler, Spengler-Sanitärinstallateur, Sanitärarmonteur, Haustechnikpraktiker und Maurer. Die Berufsmaturität kann in drei Varianten erlangt werden: begleitend zur Lehre, als Vollzeit-Ausbildung oder berufsbegleitend nach dem Lehrabschluss. Zudem bietet das BZT Weiterbildungskurse an. Dazu gehören Tages- und Abendkurse in den Bereichen Technik, Informatik, Sprachen, Allgemein-Gesundheit-Sport und Führungs-

Management sowie Spezialkurse und Seminare für Firmen und Verbände.

Das Bildungszentrum für Bau und Mode

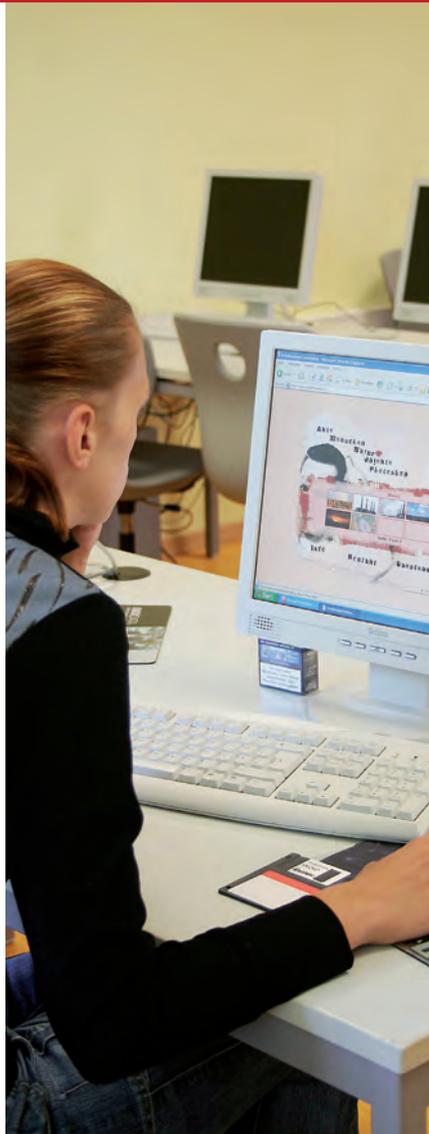
Das Bildungszentrum für Bau und Mode ist an zwei Standorten in Kreuzlingen vertreten. Die beiden Schulen liegen zirka 400 Meter auseinander. Im Bildungszentrum für Bau und Mode werden folgende Berufe ausgebildet: Bauzeichner, Bekleidungsgestalterinnen, Coiffeure, Elektromonteure, Fachmann/Fachfrau, Hochbauzeichner und Montage-Elektriker. Neben der Grundbildung werden bei auch Einführungskurse von Berufsverbänden durchgeführt.

Das Bildungszentrum für Detailhandel

Im Schuljahr 2005 / 2006 besuchten etwas mehr als 400 Schülerinnen und Schüler die Berufsschule für Detailhandel in Romanshorn. Die Spezialisierung der Detailhandelsausbildung - man unterscheidet heute zehn allgemeine Branchen - machte es jedoch nötig, dass der Warenkundeunterricht teilweise an andern Schulen erteilt wird. So entstand eine Zusammenarbeit mit Detailhandelsschulen in St. Gallen und Zürich. Die Detailhandels-Grundausbildung erfolgt in einer dreijährigen Grundbildung im Detailhandel, welche als «Detailhandelsfachfrau» beziehungsweise «Detailhandelsfachmann» bezeichnet wird. Die zweijährige Grundbildung führt zu einem eidgenössischen Attest mit der Bezeichnung «Detailhandelsassistentin» / «Detailhandelsassistent» und löst die bisherige Anlehre ab.

Das Bildungszentrum für Gesundheit

Das Bildungszentrum für Gesundheit in Frauenfeld ist im Bereich der beruflichen



Aus-, Fort- und Weiterbildung in Gesundheits- und Krankenpflege tätig. Es bietet zudem Ausbildungen in Gesundheitsberufen sowie Kurse für Gesundheitsvorsorge und -pflege an. Grundausbildungen zur Pflegeassistentin oder zum Pflegeassistenten sowie für Fachangestellte Gesundheit können in Frauenfeld erlangt werden.

Das Landwirtschaftliche Bildungs- und Beratungszentrum

Eine abwechslungsreiche und vielseitige Landwirtschaftliche Grundausbildung wird am BBZ Arenenberg geboten. Während ihrer Ausbildung lernen die angehenden Landwirte wie Pflanzen, Tiere und Maschinen aufgebaut sind und funktionieren, wie gesunde Nahrungs- und Futtermittel produziert werden, ohne dabei die Umwelt zu beeinträchtigen, wie Nutztiere fachgerecht gehalten und gepflegt werden, wie mit Maschinen und Geräten umzugehen ist und wie diese unterhalten werden.

Die Pädagogische Hochschule

Universitäten gibt es im Thurgau keine. Eine Hochschule hat der Kanton aber: die Pädagogische Hochschule in Kreuzlingen. Die Pädagogische Hochschule Thurgau ist eine der 15 neuen Lehrerinnen- und Lehrerbildungsstätten auf Hochschulstufe in der Schweiz und umfasst die Aufgabenbereiche Lehre, Forschung und Weiterbildung. Sie hat ihre Tore am 15. September 2003 im Gebäude der ehemaligen Migros-Klubschule an der Nationalstrasse 19 in Kreuzlingen geöffnet. Angeboten werden die Ausbildungsgänge Vorschulstufe (Lehrkraft für den Kindergarten) und Primarstufe (1.-6. Klasse). Weitere Informationen gibt es im Internet unter www.phtg.ch.

Ist sein oder nicht sein die richtige Frage?*

Zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Fragen zu stellen, ist eines der Qualitätsmerkmale von PricewaterhouseCoopers. Als führendes Schweizer Unternehmen für Wirtschaftsprüfung, Steuern und Beratung halten wir nichts von Monologen. Wir sehen unsere Rolle vielmehr darin, die wirklich entscheidenden Fragen im Dialog mit unseren Kunden zu klären. Fragen, die sich im Spannungsfeld zwischen erfolgreich sein oder nicht sein bewegen.

PricewaterhouseCoopers AG
Neumarkt 4/Kornhausstrasse 26
9001 St. Gallen
Tel. 058 792 72 00
Fax 058 792 72 10
www.pwc.ch

*connectedthinking

PRICEWATERHOUSECOOPERS 

Als KMU gut beraten. Mit UBS als Finanzpartner.



Ein Unternehmen, das die unterschiedlichsten Kundenwünsche erfüllt. Und ein Finanzpartner, der Ihnen neue Perspektiven eröffnet. Zusammen ein starkes Team. Auf dieser Vertrauensbasis entstehen Finanzlösungen, mit denen Sie Ihre Ziele erreichen. Sie und UBS: eine Partnerschaft mit Zukunft.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf.

UBS Amriswil, Tel. 071-414 55 55
UBS Bischofszell, Tel. 071-424 26 55
UBS Frauenfeld, Tel. 052-723 51 51
UBS Kreuzlingen, Tel. 071-677 81 11
UBS Weinfelden, Tel. 071-626 46 46

www.ubs.com/kmu



Einer der wichtigsten Agrarkantone

Die Agrarproduktion bringt dem Thurgau jährlich rund 655 Millionen Franken

Der Kanton Thurgau gehört zu den wichtigsten Agrarkantonen der Schweiz. Der Anteil landwirtschaftlicher Nutzflächen an der Kantonsfläche ist mit gut 52 Prozent der zweithöchste aller Kantone. Der Thurgau weist schweizweit eine der höchsten Bruttowertschöpfungen pro Hektare landwirtschaftlicher Nutzfläche aus. Jährlich werden im Thurgau durch die Agrarproduktion rund 655 Millionen Franken erwirtschaftet.

TEXT: MARTINA NIKLAUS; BILD: ZVG

«Als fünft wichtigster Lebensmittelproduzent der Schweiz trägt der Kanton Thurgau ganz wesentlich zur Nahrungssicherung unseres Landes bei. Mit umgerechnet rund 7'000 Vollarbeitsplätzen in der Landwirtschaft sowie seinen gut ausgebauten vor- und nachgelagerten Betrieben bildet die Landwirtschaft einen sehr wichtigen Bestandteil der Thurgauer Volkswirtschaft», erklärt Andreas Binswanger, Präsident des Thurgauer Bauernverbandes. Die ökonomisch breit abgestützte Thurgauer Landwirtschaft trägt laut Binswanger wesentlich zur wunderschönen, vielfältigen und ökologisch äusserst wertvollen Kulturlandschaft bei.



Andreas Binswanger ist Präsident des Thurgauer Bauernverbandes.

Zusammensetzung der Agrarproduktion

Der gesamte Wert der jährlichen Thurgauer Agrarproduktion von rund 655 Millionen Franken setzt sich aus unterschiedlichen Posten zusammen. Rund 160 Millionen Franken werden durch die Milchproduktion generiert, weitere 145 Millionen Franken durch Spezialproduktionen. 120 Millionen Franken werden in der Schweinefleischproduktion erwirtschaftet, 107 Millionen Franken im Ackerbau und 72 Millionen Franken in der Rindfleischproduktion. Durch Dienstleistungen (38 Millionen Franken) und Nebentätigkeiten (13 Millionen Franken) werden die restlichen 51 Millionen Franken eingenommen.

Mittelgrosse Betriebe unter Druck

Auch wenn der Kanton Thurgau zu den wichtigsten Agrarkantonen der Schweiz zählt, sind die mittelgrossen Betriebe (zehn bis 25 Hektare) in den letzten Jahren immer stärker unter Druck geraten. «Der Trend führt zu

grösseren Betriebsstrukturen. Im Jahr 1999 betrug die durchschnittliche landwirtschaftliche Nutzfläche pro Betrieb noch 15,6 Hektaren, im vergangenen Jahr waren es 17,1 Hektaren», weiss Binswanger. Die Anzahl der Betriebe hat folglich abgenommen, wie weitere Zahlen beweisen: Waren es im Jahr 1999 noch 3338 Landwirtschaftsbetriebe (2910 direktzahlungsberechtigt), so wurden im letzten Jahr nur noch 2984 (2613 direktzahlungsberechtigt) verzeichnet.

Die Zukunft

«Der Strukturwandel wird sich auch in den kommenden Jahren fortsetzen – je nach agrarpolitischen und aussenpolitischen (WTO, Freihandelsabkommen) Rahmenbedingungen könnte er noch beschleunigt werden, eventuell gar stärker als sozial ver-

träglich», so der Präsident des Bauernverbandes. Er ist jedoch überzeugt davon, dass der Thurgau auch in Zukunft ein wichtiger Agrarkanton bleiben wird. Verschiedene Faktoren wie die produktionsspezifischen Voraussetzungen oder das heute bereits grosse Gewicht in der landwirtschaftlichen Produktion sprechen laut Binswanger dafür.

Um weiterhin auf dem Markt bestehen und auf hohem Niveau produzieren zu können, müssen in der Thurgauer Landwirtschaft in Zukunft einige Anstrengungen unternommen werden. Binswanger dazu: «Durch verbesserte Betriebsstrukturen können eine Effizienzsteigerung in der Produktion erreicht und folglich Kosten eingespart werden. Im Bereich der Kosten ist zudem wichtig, diese auf allen Ebenen abbauen zu können.» Zudem muss laut Binswanger eine verstärkte Zusammenarbeit unter den Landwirtschaftsbetrieben stattfinden, weiterhin auf sehr hohem Qualitätsstandard produziert und das Angebot gebündelt werden. «Bei den Abnehmern müssen auch in Zukunft marktgerechte Produzentenpreise eingefordert werden», so Binswanger zum Schluss.

9,2 Prozent in Landwirtschaft tätig

Im Jahr 2005 waren von den total 106'514 Beschäftigten im Thurgau 9775 in der Landwirtschaft tätig, dies entspricht einem Anteil von 9.2 Prozent. Im Jahr 2000 waren es von total 105'500 Beschäftigten im Thurgau 10'927, die in der Landwirtschaft arbeiteten, also 10,4 Prozent.

«Die Staatsgarantie ist nicht in Stein gemeisselt»

Rund zehn Jahre führte Theo Prinz als Vorsitzender der Geschäftsleitung die Thurgauer Kantonalbank. Nun freut er sich auf ein Leben mit deutlich weniger Verantwortung und Terminen. Der LEADER sprach mit Theo Prinz über ein Jahrzehnt an der Spitze der TKB, das Nichtzustandekommen der Umwandlung in eine AG und eine Branche, die deutlich an Härte zugenommen hat.

INTERVIEW UND BILD: MARCEL BAUMGARTNER

Herr Prinz, im Frühling 1998 wurden Sie Vorsitzender der Geschäftsleitung. Was war in den vergangenen Jahren die grösste Herausforderung?

Theo Prinz: Der grössten Herausforderung hatte ich mich gleich zu Beginn meiner neuen Tätigkeit zu stellen: Die Neuorganisation der Thurgauer Kantonalbank. Früher war der Aufbau der TKB nach Produkten gegliedert. Wir führten eine Marktbereichs-Organisation ein, welche die Bereiche Privatkunden, Firmenkunden und das Private Banking umfasst. In diesem Zusammenhang mussten die meisten Führungsfunktionen neu besetzt werden.

Wieso ist die Umwandlung in eine AG nicht zustande gekommen?

Alle Parteien – mit Ausnahme der Grünen und der EVP – haben sich im Vorfeld der Abstimmung klar für die Umwandlung ausgesprochen. Selbst die SP und der Gewerkschaftsbund waren dafür. Deshalb kam der negative Entscheid auch sehr überraschend. Unsere anschliessende Analyse hat folgendes gezeigt: Die Thurgauerinnen und Thurgauer identifizieren sich sehr stark mit der TKB. Der Thurgau hat rund 220'000 Einwohner, die TKB rund 180'000 Kunden. Das zeigt unsere starke Verwurzelung. Viele Kunden waren wohl der Meinung, dass die TKB ihre Sache im bestehenden Rechtskleid gut gemacht hat und dass keine Veränderung nötig sei.

Aber völlig vom Tisch ist die Umwandlung noch nicht, oder?

Welche Rechtsform für die TKB die richtige ist, muss die Politik klären. Die TKB ist im bis-



Theo Prinz spricht über seine grössten Herausforderungen.

herigen Rechtskleid in den letzten Jahren erfolgreich gewesen, nicht zuletzt auch dank des freundlichen Umfeldes. Dieses kann aber rasch ändern. Auch die Staatsgarantie dürfte längerfristig nicht in Stein gemeisselt sein. Das zeigt das Beispiel der Berner Kantonalbank, bei der die Staatsgarantie Ende 2012 entfällt. Wenn die Staatsgarantie wegfällt, besteht auch keine Berechtigung mehr für einen Leistungsauftrag.

Sie waren 30 Jahre in diesem Business tätig. Man hat den Eindruck, als werde der Konkurrenzdruck unter den Banken jährlich grösser.

Dieser Eindruck stimmt. So hart wie jetzt war es noch niemals zuvor. Insbesondere der Hypothekarmarkt ist knallhart. Zudem haben in den letzten Jahren vermehrt auch neue Anbieter wie die Versicherungen oder die Post das Hypothekengeschäft für sich entdeckt. Für Marktbewegung sorgen auch die in den letzten Jahren stark nachgefragten Festhypotheken, die nach Ablauf jeweils wieder erneuert werden müssen.

Die Bank muss die Kunden also immer wieder von neuem überzeugen.

Genau. Jedes Jahr haben wir bei der TKB Fälligkeiten im Umfang von bis zu drei Milliarden Franken. Die Erneuerung der einzelnen Kundenpositionen fällt uns nicht in den Schoss, sondern wir müssen die Kunden kontaktieren und sie überzeugen, bei uns zu bleiben. Die Kunden sind heute besser informiert als früher und eher bereit, auch einmal die Bank zu wechseln. Die bröckelnde Kundentreue hat auch mit dem Internet zu tun. Die jüngere Generation ist mobiler als früher und nutzt für allgemeine Bankgeschäfte häufig das Internet. Umso wichtiger ist es für eine Bank, die Beziehungen mit ihren Kunden zu pflegen und auch mit Kundenbindungsmassnahmen wie beispielsweise Veranstaltungen präsent zu bleiben.

Das Internet führt auch dazu, dass jeder an der Börse mitmischen kann. Gerade die Laien sind dann für die so genannten Pa-

nikverkäufe verantwortlich, wenn die Börse zurückgeht. Welche Tipps haben Sie als Fachmann?

Wer keine Erfahrungen mit der Börse hat, macht häufig Fehler. Er hört, dass die Börse boomt und will einen Teil des Kuchens für sich. Also kauft er Aktien – zum völlig falschen Zeitpunkt. Sobald die Börse dann etwas sinkt, kommt das Nervenflattern und es folgt der Verkauf mit Verlust. Bei der Börse gilt: Wer nicht in der Lage ist, gewisse Beträge langfristig – zehn Jahre oder mehr – anzulegen, sollte auf Aktienanlagen eher verzichten. Der Profi betrachtet die Börse über einen längeren Zeitraum. Es juckt ihn nicht, wenn die Börse kurzfristig zurückgeht. Bei diesem Geschäft braucht es eine längerfristige Optik.

Und dann kann man auch verdienen. Wie sieht es bei Ihnen aus? Empfinden Sie die Lohndiskussionen als störend?

Im Rahmen der Verabschiedung unseres Geschäftsberichts im Grossen Rat kommt dieses Thema immer wieder aufs Tapet. Der von einzelnen Politikern gerne angestellte Vergleich mit dem Regierungsrat hinkt. Die TKB muss sich in Sachen Löhnen mit Mitbewerbern respektive mit vergleichbaren Kantonalbanken messen. Bei den Gehältern für die Geschäftsleitung fungieren wir unter den 13 grössten Kantonalbanken an letzter Stelle. Als wir kürzlich neue Mitglieder für die Geschäftsleitung suchten, bekamen wir Anfragen von Personen, deren aktueller Bonus höher war, als die für TKB-Verhältnisse denkbare Gesamtschädigung. Aber sicher: Für den normalen Arbeiter ist es ein grosser Lohn. Dazu muss ich sagen, dass ich mit allen repräsentativen Verpflichtungen praktisch ein 200-Prozent-Pensum bewältigte. Das und die Verantwortung, die man trägt, müssen auch entlohnt werden. Daher empfinde ich den Lohn als angemessen.

Events und Sponsoringanlässe sind für eine Bank wichtig, um in der Öffentlichkeit wahrgenommen zu werden. In diesem Bereich war die TKB sehr aktiv.

Wir engagieren uns im Sponsoring seit vielen Jahren stark für den kulturellen und sportlichen Bereich. Zudem haben wir mit der 1971 gegründeten Jubiläumsstiftung ein weiteres Gefäss, mit dem wir die Thurgauer Kulturszene gezielt unterstützen. In den letzten Jahren haben wir das Kapital der Stiftung von 100'000 auf zehn Millionen Franken erhöht. Die Erträge aus dem Kapital, jährlich rund 400'000 Franken, schütten wir aus.

Wieso setzten Sie sich so stark für diesen Bereich ein?

Ich sah das auch als Ausgleich zu meiner sonstigen Tätigkeit. Ich schätze den Kontakt mit Exponenten aus dem Sport oder der Kultur sehr. Sie betrachten die Dinge aus einer anderen Optik. Ich freue mich darauf, künftig mehr Zeit für diese Dinge zu haben.

Am 31. Juli haben Sie die Verantwortung Ihrem Nachfolger übergeben. Wie schwer fiel der Abschied?

Mental habe ich mich schon sehr lange damit befasst. Aber man geht mit einem lachenden und einem weinenden Auge. Viele müssen erst damit klar kommen, dass sie nicht mehr so stark im Rampenlicht stehen. Ich habe letztes Jahr rund 150 Veranstaltungen besucht, rund 40 davon am Wochenende zusammen mit meiner Frau. Ich werde also künftig deutlich mehr Zeit zur Verfügung haben. Ich glaube, dass ich damit kein Problem haben werde. Ich bin froh, die Verantwortung abzugeben und die Freiräume für neue Aktivitäten und Interessen zu nutzen.

«AUF DER SICHEREN SEITE ZU
STEHEN, GIBT EIN GUTES GEFÜHL-
IN JEDER LEBENSPHASE.»

(THOMAS LEITNER, LEITER RESSOURCEN
MAESTRANI SCHWEIZER SCHOKOLADEN AG)



Die erste Adresse für KMU | Die ASGA Pensionskasse bietet
die ideale Vorsorge-Lösung für kleine und mittlere Unternehmen.
Von den günstigen Konditionen und der einfachen Administra-
tion profitieren Unternehmer wie Angestellte.

ASGA Pensionskasse
Rosenbergstrasse 16 | 9001 St.Gallen
T 071 228 52 52 | www.asga.ch

ASGA
pensionskasse

TKB PRIVATE BANKING

Geheimtipp!

Heute Businessgrau. Morgen Himmelblau!

Gemeinsam mit der TKB Ihr Vermögen aufblühen
lassen.

www.tkb.ch



**Thurgauer
Kantonalbank**

Gemeinsam wachsen.

FAIRDRUCK – Druckerei Sirnach AG – Die mit dem Plus für Sie!

Die FAIRDRUCK – Druckerei Sirnach AG hat ihren Ursprung im Jahre 1862 und ist seit 1970 im Besitz der Familie Brunner. Als grosser Meilenstein ist der vor gut zwei Jahren realisierte Neubau hervorzuheben. Gleichzeitig wurde in Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung in neueste Technik und Anlagen investiert. Mit Stolz ist zu sagen, dass sie eine der modernsten Druckereien in der Ostschweiz ist.

Unsere Erfahrung bringen wir für Sie zum Einsatz!

Die Erfahrung der letzten Jahrzehnte hat uns eine Service-Palette zusammenstellen lassen, die genau auf die Kundenbedürfnisse zugeschnitten ist. Einerseits sind wir ständig auf dem neusten technischen Stand, andererseits stimmt unser Kundenservice in Termin, Qualität und Preis. Wir erarbeiten auch die für Sie optimale Produktionslösung.

+ Beratung

Jeder Auftrag fängt bei der Beratung an. Kompetent zeigen wir Ihnen die vielfältigen Möglichkeiten, um einen reibungslosen Ablauf für ein optimales Ergebnis zu erreichen. Materialien, Farben, Drucktechnik – fragen Sie uns – wir kommen bei Ihnen vorbei.

+ Produktpalette

Unsere Produktpalette kann sich sehen lassen. Hunderte von Aufträgen im Jahr. Tausende in der Vergangenheit – und jeder ein individueller Auftrag mit eigenem Charakter. Was Sie auch planen, unsere Produktpalette hat bestimmt die richtige Antwort.



Geschäftsleiter und Inhaber Hansjörg Brunner mit Vorstufenleiter Andreas Christinger



Seit Sommer 2004 produziert die FAIRDRUCK im neu erstellten Gebäude.

+ Know How

Die Druckvorstufe hat heute eine zentrale Funktion. Daten müssen konvertiert, gelagert, aufbereitet oder weitergegeben werden. Nur wer sich ständig weiterbildet, kann dies gewährleisten. Unser grosses Know How bringen wir für Sie zum Einsatz – Tag für Tag.

+ Termintreue

Gerade in der heutigen Zeit ist es wichtig, dass man sich in Terminfragen auf einen zuverlässigen Partner verlassen kann. Wenn wir einen Termin angeben, halten wir den auch. Termintreue ist unser oberstes Gebot – Sie können sich auf uns verlassen.

+ Hauslieferdienst

Kennen Sie unseren Hauslieferdienst schon? Der ist sehr beliebt und – kaum zu glauben – der kostet nicht extra. Der gilt sozusagen als kleines «Dankeschön» für Ihren Auftrag. Schön – nicht?

+ Lagerlogistik

Kümmern Sie sich ruhig um Ihren Job – wir behalten Ihre Drucksachen im Auge... mit unserer Lagerlogistik haben Sie Ihre Drucksachen immer im Griff – damit Sie keine bösen Überraschungen erleben.

Mehr zur FAIRDRUCK – Druckerei Sirnach AG erfahren Sie auch unter www.fairdruck.ch – oder lassen Sie sich beim nächsten Auftrag von unseren vielen Plus überzeugen.

FAIRDRUCK

Druckerei Sirnach AG | Kettstrasse 40 | 8370 Sirnach
Tel. 071 969 55 22 | Fax 071 969 55 20 | www.fairdruck.ch

Schnell und konkurrenzfähig

Die Raiffeisenbank ist bereits seit über 100 Jahren im Kanton Thurgau vertreten

Der Kanton Thurgau wird von vielen Banken wegen seiner überschaubaren Grösse geschätzt. Auch die Raiffeisenbank ist bereits seit 1899 im Thurgau vertreten. In den 21 Banken und 49 Geschäftsstellen arbeiten 374 Angestellte. Die Ausbildung des Nachwuchses ist ein wichtiger Aspekt der Geschäftsphilosophie und widerspiegelt sich in rund 60 Lehrstellen.

TEXT: MARTINA NIKLAUS

BILDER: ZVG

Die Thurgauer Raiffeisenbanken sind im Kanton bereits seit 1899 präsent. Damals wurde die erste Raiffeisenbank der Schweiz in Bichelsee eröffnet. Namensgeber der Raiffeisenbewegung war damals Friedrich Wilhelm Raiffeisen aus Deutschland, erster Gründer in der Schweiz Pfarrer Johann Evangelist Traber aus Bichelsee. Heute ist die Raiffeisenbank die drittgrösste Bankgruppe in der Schweiz. Das Raiffeisenmodell ist in über 100 Ländern mit über 500 Millionen Mitgliedern und über 600'000 Genossenschaften weltweit vertreten. Im Kanton Thurgau ist Raiffeisen mit 21 Banken und 49 Geschäftsstellen präsent. Insgesamt werden 374 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie derzeit 54 Azubis beschäftigt.

Es geht bergauf

«Der Bankenplatz Thurgau wächst im Sog der anhaltenden guten Wirtschaftslage, vor allem aber auch wegen dem Zuzug aus der EU», so Bruno Fattorelli, Ressortleiter Öffentlichkeitsarbeit des Thurgauer Raiffeisenverbandes. Davon profitieren auch die Thurgauer Raiffeisenbanken – und dies, obwohl der kleine Markt mit rund 250'000 Einwohnern hart umkämpft ist. Die Anzahl der Mitglieder konnte von rund 63'000 im Jahr 2001 auf rund 80'900 im vergangenen Jahr gesteigert werden. Der Bruttogewinn von 2005 auf 2006 legte um 13 Prozent zu und betrug per Ende Jahr knapp 60,6 Millionen Franken. Der ausgewiesene Jahresgewinn konnte gar um 20,9 Prozent auf rund 14,45 Millionen Franken gesteigert werden.

Bruno Fattorelli



Die Stärke der Raiffeisenbanken

Der Erfolg der Thurgauer Raiffeisenbanken kommt nicht von ungefähr. «Die Banker sind sehr flexibel und stellen sich rasch auf neue Marktereignisse ein. Unsere Hauptstärke liegt in der Nähe und der Schnelligkeit. Die kurzen Entscheidungswege vor Ort tragen einen wichtigen Teil zur Konkurrenzfähigkeit bei. So ist es möglich, bei uns einen Kreditentscheid – sofern alle Unterlagen vorliegen – innerhalb von 24 Stunden zu erhalten», erklärt Fattorelli. Die Banken sind eigenständige Genossenschaften und entscheiden laut Fattorelli deshalb als Unternehmen in eigener Verantwortung.

Das Angebot der Thurgauer Raiffeisenbanken ist vielfältig und breit abgedeckt. «Das Mitgliedersparkonto ist seit Jahren das Konto. Genossenschaftler profitieren von Zinsvorteilen. Zudem bieten wir ein spesenfreies Mitgliederprivatkonto. Die Kunden schätzen unser System: Eine geringe Gewinnausschüttung in Form eines Anteilscheinzinses bedeutet keine Dividendenmaximierung, sondern Stärkung der eigenen Mittel gemäss Statuten und dadurch Vorteile für die Kunden wie beispielsweise bessere Zinsen oder keine Spesen», so der Mediensprecher. Seit über zehn Jahren kooperieren die Raiffeisenbanken im Anlagebereich zudem mit der Bank Vontobel in Zürich. Auch im Bereich der Hypotheken sind die Raiffeisenbanken stark: So stammt jede zweite Hypothek in der Schweiz von den Raiffeisen. «Der Bauboom wird gemässigt anhalten. Deshalb rechnen wir auch in Zukunft mit einer steigenden Nachfrage im Bereich Baukredite und Hypotheken», sagt Fattorelli.

Kundenveranstaltungen

Den Kunden wird aber nicht nur im Bereich der Geldanlagen und Hypotheken etwas ge-



Die Filiale der Raiffeisenbank in Frauenfeld.

boten, zahlreiche Kundenveranstaltungen der einzelnen Banken im Thurgau wie beispielsweise ein Finanzapéro, der Besuch des KMU-Tages in St.Gallen, sportliche Veranstaltungen, Frauenanlässe zu Finanzen oder Kundenveranstaltungen zu Renovieren und Umbau werden von den Mitgliedern und den Kunden geschätzt. «Der Museumspass ist der Renner», bestätigt Fattorelli. Mit dem Museumspass können Mitglieder von Raiffeisen rund 400 der schönsten Schweizer Museen gratis besuchen. Das Vorzeigen der Bancomat- oder Kreditkarte genügt.

Weitere Informationen zu den Thurgauer Raiffeisenbanken finden sich im Internet unter www.raiffeisen.ch.

60 Lehrstellen

Die Thurgauer Raiffeisenbanken unternehmen einiges, um dem Nachwuchs einen interessanten Start ins Berufsleben zu ermöglichen. Insgesamt bieten sie rund 60 Lehrstellen im Kanton Thurgau an, schweizweit sind es über 500. Die jungen Leute haben die Möglichkeit, eine kaufmännische Lehre als Kaufmann/Kauffrau mit erweiterter Grundausbildung oder mit Berufsmatura zu absolvieren. Laut Bruno Fattorelli, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Raiffeisenbank Altnau, ist die Förderung und Sicherstellung von leistungsfähigen und kompetenten Mitarbeitern das A und O des Erfolgs. «Entwicklungsmöglichkeiten und Aufstiegschancen tragen dazu bei, den Arbeitsplatz auf Dauer attraktiv zu gestalten», so Fattorelli.



5 Jahre Wirtschaftsinformationen aus der Region



LEADER – Das Unternehmernmagazin für die Ostschweiz
MetroComm AG | Zürcherstrasse 170 | 9014 St. Gallen
Tel. 071 272 80 50 | Fax 071 272 80 51

leader@metrocomm.ch | www.leaderonline.ch | www.metrocomm.ch

«Wir sind auch eine KMU-Bank»

Im Gespräch mit Kurt Brunnschweiler, Marktgebietsleiter der UBS Thurgau

Im harten Wettbewerb der Bankinstitute kann sich die UBS nur durch einen hervorragenden Kundenservice und persönliche Kundenbeziehungen differenzieren, ist Kurt Brunnschweiler, Marktgebietsleiter der UBS Thurgau, überzeugt: «Wir sind eine weltweit tätige Bank, aber auch im lokalen Markt stark verwurzelt. Dies hat den besonderen Vorteil, dass wir auf die Ressourcen und Stärken unseres global tätigen Konzerns zurückgreifen können.»



Kurt Brunnschweiler: «Die persönlichen Kundenbeziehungen bilden letztlich das Image einer Bank.»

TEXT UND BILD: MARTIN SINZIG

Kurt Brunnschweiler ist seit Anfang 2006 Marktgebietsleiter der UBS im Thurgau. Zuvor war der 48-jährige Bankfachmann sechs Jahre lang in der UBS Basel im IT-Bereich tätig und hat ein internes Servicecenter für Kundenberater im In- und Ausland aufgebaut. Vorangegangen waren zwei Jahre als Personalleiter Ostschweiz sowie die Tätigkeiten als Filialleiter am Multertort in St.Gallen und als Anlageberater. Insgesamt 25 Jahre ist Brunnschweiler bereits im UBS-Konzern tätig.

Welche Erfahrungen haben Sie als Marktgebietsleiter im Thurgau bisher gemacht?

Kurt Brunnschweiler: Meine Erfahrungen im Thurgau sind durchwegs sehr positiv. Ich darf erstens auf ein hervorragendes Team und auf langjährige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die hier stark verwurzelt sind, zählen. Zweitens bin ich sehr gerne bei un-

seren Kunden, die mich bisher immer sehr warmherzig empfangen haben. Der Thurgau hat schon einen riesigen Charme. Deshalb fühle ich mich hier als Thurgauer sehr wohl.

Wie kommt die UBS im Thurgau an? Leidet sie unter dem Grossbankenimage?

Sicher höre ich des Öfteren die Frage, ob wir denn überhaupt mit sogenannten Kleinkunden geschäften wollen. Dazu habe ich eine klare Antwort: Wir sind eine Bank mit lokal verankerten Mitarbeitern, die das lokale Geschäft betreiben, die aber auch auf die Ressourcen einer der zehn weltgrößten Banken, insbesondere der weltgrößten Vermögensverwalterin, zurückgreifen können.

Als schweizweit grösste KMU-Bank reden wir die Sprache des KMU-Kunden, wir verstehen seine Kultur. Gleichzeitig profitieren unsere Kunden davon, dass wir über internationale Beziehungen verfügen und massgeschneiderte Lösungen bieten können, wenn es darum geht, in ausländische Märkte zu investieren. Wir kennen diese Märkte nicht nur vom Hörensagen, sondern haben Mitarbeiter vor Ort, was für KMU von grossem Vorteil sein kann.

Hat sich das Image der UBS gewandelt?

Der Markt ist heute von einem gut funktionierenden, harten Wettbewerb geprägt und wir können darin keine Emotionen verkaufen. Wir können uns nur durch einen guten Kundenservice differenzieren. Ich lege grossen Wert darauf, dass unser Kundenservice eine persönliche Note hat und nicht standardisiert wird. Alle Kundenberaterinnen und Kundenberater sollen den Frei-

raum haben, mit ihrer Persönlichkeit aufzutreten und so auf die Kunden zuzugehen. Diese persönlichen Kundenbeziehungen bilden letztlich das Image einer Bank.

Unser Bestreben ist es, uns neben der Kantonalbank als stark verankerte UBS zu etablieren. Ich darf festhalten, dass 413 UBS-Angestellte im Kanton Thurgau wohnen und Steuern zahlen. Das sind zwei Drittel der TKB-Angestellten.

Wie ist die UBS im Thurgau organisiert?

Im Thurgau betreiben wir das Anlage- und Kreditgeschäft mit KMU, das Hypothekengeschäft mit Privaten und Generalunternehmen sowie das Anlagegeschäft. Kantonsweit beschäftigt die UBS an sechs Standorten in Arbon, Amriswil, Bischofszell, Frauenfeld, Kreuzlingen und Weinfelden rund 90 Personen, wovon 15 Personen in der Vermögensverwaltung für Schweizer Kunden tätig sind. Hinzu kommen zwanzig Mitarbeitende, die von Kreuzlingen aus internationale Anlagekunden betreuen. Die Zahl der Stellen wurde im vergangenen Jahr um sechs aufgestockt. Angeboten werden zudem zehn Lehrstellen.

In Frauenfeld ist Alwin Peter seit vielen Jahren eine konstante Grösse. In Weinfelden ist Marcel Keller bestens verankert, dasselbe gilt für Roland Walter, der Bischofszell und Amriswil führt, während ich die Niederlassung Kreuzlingen selber führe. Wir wollen auch Oberthurgauer Kundinnen und Kunden noch profunder betreuen. Das ist ein zusätzliches Bekenntnis zu unseren Zielen als Retail- und KMU-Bank.

Ein Mehrwert für die kleineren Firmen

Mit dem revidierten Gesellschaftsrecht, welches für kleine und mittlere Gesellschaften neu eine eingeschränkte Revision vorsieht, hat der Gesetzgeber auf deren Bedürfnisse reagiert. Dennoch bietet eine ordentliche Revision zahlreiche Vorteile.

Vorteile ordentliche Revision gegenüber bestimmten Zielgruppen

Verwaltungsrat/Geschäftsführung	Verlässliche Grundlage für Verwaltungsrat und Management Umfassender Bericht über Rechnungslegung, IKS, sowie Durchführung und Ergebnis der Revision an das Leitungsorgan Teil der Kontrollinstrumente des Verwaltungsrats mit präventiver Wirkung Bestätigt ordnungsgemässe Buchführung Bietet nicht aktiv im Geschäft tätigen Verwaltungsräten erhöhte Sicherheit und Schutz
Aktionäre	Bestätigt ordnungsgemässe Buchführung Bietet nicht aktiv im Unternehmen tätigen Aktionären erhöhte Sicherheit und Schutz Gewährt Minderheitsaktionären, dass keine Bevorzugung der Mehrheitsaktionäre erfolgt Verbesserter Schutz des in Firma investierten Vermögens
Banken/Gläubiger/Lieferanten	Wirksame Sicherstellung der Kapitalerhaltung Mögliche Voraussetzung für Kreditgewährung bzw. Lieferantenbeziehung Wirtschaftliche Vorteile, etwa verbessertes «Rating» und damit verbunden vergünstigte Kreditkonditionen
Kunden	Wichtige Voraussetzung für Zertifikation als Zulieferer
Steuerbehörden/Sozialversicherungen	Erhöhte Glaubwürdigkeit gegenüber Steuer- und Sozialbehörden

TEXT: STEFAN GERBER UND BRUNO RÄSS

Erstmals bei den Jahresrechnungen für 2008 gilt für die Mehrheit der KMUs das neue Revisionsrecht. Entscheidend für die Revisionspflicht sind dabei nur noch Grösse und wirtschaftliche Relevanz. Überschreitet ein Unternehmen in zwei aufeinander folgenden Geschäftsjahren zwei der nachfolgenden Grössen, ist es zur ordentlichen Revision verpflichtet:

- Umsatz höher als 20 Millionen Franken
- Bilanzsumme höher als zehn Millionen Franken
- Im Jahresdurchschnitt mehr als 50 Vollzeitstellen

Im Unterschied zur eingeschränkten Revision wird bei der ordentlichen Revision zu-

sätzlich das Vorhandensein eines internen Kontrollsystems (IKS) geprüft.

Kleine Unternehmen können sich mit der eingeschränkten Revision begnügen. Ihnen steht aber frei, freiwillig eine ordentliche Revision durchführen zu lassen. Notwendig sind dazu ein Beschluss des zuständigen Organs oder die Aufnahme einer entsprechenden Statutenbestimmung. Die ordentliche Revision ist wegen erhöhter Anforderungen qualitativ höher einzustufen als die eingeschränkte. Bei der eingeschränkten Revision braucht ein Revisor nämlich keine Drittbestätigungen von Banken, Debitoren, Kreditoren oder Anwälten einzuholen. Wei-

ter muss er nicht an der Inventur teilnehmen und braucht unter anderem nicht die Existenz eines IKS zu überprüfen.

Bei Verwaltungsräten, Aktionären, Kreditgebern, Lieferanten und Steuerbehörden steigt durch die ordentlich geprüfte Jahresrechnung ohne Zweifel das Vertrauen. Sie zeigt auch eine fortschrittliche Haltung gegenüber Corporate Governance. Der Verwaltungsrat beweist, dass er seine Verantwortung als Leitungsorgan wahrnimmt. Dank erhöhter Qualität und Verlässlichkeit der Jahresrechnung kann er seine Sicherheit verbessern und auch mögliche (Haftungs-)Risiken reduzieren.

Bei der ordentlichen Revision verlangt der Gesetzgeber, dass der Revisor die Existenz eines IKS prüft und bestätigt. Weiter bedeutet die jährliche Prüfung des IKS, dass ein unabhängiger Dritter die Wirksamkeit eines wichtigen Führungsinstruments der Geschäftsleitung systematisch beurteilt. Durch die Prüfung diverser Unternehmen besitzt ein Revisor umfassende Erfahrung und kann kundenorientierte Lösungen vorschlagen. Damit leistet er einen wichtigen Beitrag zur Beseitigung von Schwachstellen bzw. zur Weiterentwicklung des IKS.

Der Nutzen aus dem IKS überwiegt die Anwendungen bei Implementierung oder Verbesserung von Kontrollen. Systematisierte interne Kontrollen unterstützen das Erreichen übergeordneter Geschäftsziele, schützen das Geschäftsvermögen und schaffen Sicherheit für die Unternehmer.

Es erlaubt Verwaltungsrat und Geschäftsleitung, gezielt und wirksam zu handeln. Die systematische Erfassung wichtiger Prozesse und Kontrollen kann darüber hinaus den Ausgangspunkt für eine generelle Optimierung der internen Prozesse und Strukturen darstellen und so – neben der Verbesserung des IKS – auch zu operativen Effizienzgewinnen führen.

Eine ordentliche Prüfung ist aber keine gezielte Suche nach Unregelmässigkeiten oder Verstössen gegen gesetzliche oder andere Vorschriften (etwa Sozialversicherungs-, Steuer-, Geldwäscherei- oder Umweltgesetze). Sie bietet aber eine gute Möglichkeit, allfällige Übertretungen frühzeitig aufzudecken. Bereits bei der Prüfung der

Jahresabschlüsse stellt ein Revisor regelmässig Verstösse und Fehler fest. Dadurch kann sich das Unternehmen mit Schwachstellen auseinandersetzen und früh Gegenmassnahmen einführen.

Die Entscheidung zwischen ordentlicher und eingeschränkter Revision sollte nicht in erster Linie kostenorientiert sein. Eine Firma sollte vielmehr sorgfältig die Vor- und Nachteile der beiden Revisionsarten aufgrund ihrer konkreten Situation und ihrer Bedürfnisse und der ihrer Stakeholder abwägen. In die Waagschale zu werfen sind: Vertrauen, Sicherheit und gute Unternehmensführung. In vielen Fällen, in denen eine Wahlmöglichkeit besteht, überwiegen die Vorteile der ordentlichen Revision.



Stefan Gerber

Stefan Gerber ist Partner bei PricewaterhouseCoopers Schweiz in der Abteilung Wirtschaftsprüfung und leitet das Büro am Hauptsitz in Zürich-Oerlikon

T 058 792 22 32
stefan.gerber@ch.pwc.com



Bruno Räss

Bruno Räss ist Partner bei PricewaterhouseCoopers Schweiz in der Abteilung Wirtschaftsprüfung und leitet zugleich das Büro St. Gallen von PwC Schweiz

T 058 792 72 20
bruno.raess@ch.pwc.com

Individuelle und umfassende Beratung

Credit Suisse bietet im Thurgau eine breite Angebotspalette für Privat-, Private Banking- und Firmenkunden

Die Credit Suisse beschäftigt im Thurgau rund 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das Finanzdienstleistungsunternehmen ist auf eine individuell ausgerichtete und umfassende Beratung und Vermögensverwaltung von anspruchsvollen Private Banking-, Privat- und Firmenkunden spezialisiert.



Die Credit Suisse ist mit einer Filiale in Frauenfeld vertreten.



Die Filiale in Kreuzlingen profitiert von der Nähe zur deutschen Grenze.

TEXT: MARTINA NIKLAUS

BILDER: ZVG

Die Schweizerische Kreditanstalt – heute Credit Suisse – eröffnete im Jahr 1917 in Frauenfeld die erste Filiale. Gleichzeitig wurden Zweigstellen in Kreuzlingen, Weinfelden und Romanshorn als Agenturen betrieben. Noch Ende des gleichen Jahres wurde die Zweigstelle in Kreuzlingen in eine Filiale umgewandelt. Der Grund: Die günstige Lage zur deutschen Grenze bescherte der Agentur Kreuzlingen einen Auftrieb.

Heute ist die Credit Suisse ein führendes, global tätiges Finanzdienstleistungsunternehmen mit Hauptsitz in Zürich. Die Bank ist in über 50 Ländern tätig und beschäftigt weltweit rund 45 000 Mitarbeiter. Bei der Credit Suisse im Kanton Thurgau arbeiten derzeit rund 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, welche stark in der Region verwurzelt sind.

Umfassendes Angebot – verschiedene Schwergewichte

«Die Credit Suisse ist im Thurgau, wie auch in anderen Regionen, auf eine individuell ausgerichtete und umfassende Beratung und Vermögensverwaltung von anspruchsvollen Private Banking-, Privat und Firmenkunden spezialisiert», sagt Credit Suisse Mediensprecher Matthias Friedli. Den Kundinnen und Kunden stehen eine breite Palette von Anlageprodukten und –dienstleistungen in den Bereichen Investment Banking, Private Banking und Asset Management zur Verfügung. Dazu kommen Basis- und Kreditprodukte.

Im Investment Banking profitieren Kunden der Credit Suisse von globalen Dienstleistungen für Kapitalnehmer und -geber in den Bereichen Finanzberatung und Kapitalbeschaffung sowie Verkauf und Handel. Im

Private Banking bietet die Credit Suisse fachspezifische Beratung und eine umfassende Palette an Anlageprodukten und –dienstleistungen, die auf die komplexen Bedürfnisse von vermögenden Kunden weltweit sowie von Privat- und Geschäftskunden in der Schweiz abgestimmt sind. Zum umfassenden Angebot zählen Vorsorgeplanung, Lebensversicherungen, Steuerplanung, Vermögens- und Nachlassberatung sowie Trusts und Stiftungen.

Laut Friedli legt der «Thurgauer Kunde» viel Wert auf persönliche Beratung und lokale Kenntnisse. Dies habe sich in den langjährigen Kundenbeziehungen gezeigt. «Vor allem im Private Banking, also der Beratung von sehr vermögenden Kunden, profiliert sich die Credit Suisse im Thurgau mit gleich zwei Filialen – in sonst eher unüblich geringer geografischer Entfernung: Während in Frauen-

feld das Schwergewicht bei der Beratung von vermöglicher Schweizer Kundschaft liegt, ist die Filiale Kreuzlingen vor allem auf die Beratung internationaler - vorwiegend deutscher - Kundschaft spezialisiert», erklärt Friedli.

Engagement auf verschiedenen Ebenen

Kunden der Credit Suisse im Thurgau profitieren nicht nur von einem umfassenden Angebot und einer kompetenten Beratung, sondern kommen auch in den Genuss von Engagements in den Bereichen Kultur, Sport und Wirtschaft. So unterstützt die Credit Suisse beispielsweise seit Jahren die Pfingstkonzerte in der Kartause Ittingen. «Aber auch andere lokale Anlässe werden entscheidend mitfinanziert. In diesem Zusammenhang zu erwähnen ist für dieses Jahr das Co-Sponsoring des Berliner Kulturstipendiums der Thurgauer Wirtschaft», so Friedli.

Der Blick in die Zukunft

Der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung der Credit Suisse haben in den letzten

Jahren die Bereiche Investment Banking, Private Banking und Asset Management als Kerngeschäfte der Credit Suisse definiert und beschlossen, diese Geschäfte global als integrierte Bank unter einer gemeinsamen Marke zu führen. 2006 - dem Jahr des 150-Jahr-Jubiläums der Credit Suisse - wurde das neue integrierte Geschäftsmodell lanciert. «Das Rekordergebnis mit einem Reingewinn von 11.3 Milliarden Franken im Geschäftsjahr 2006 ist ein klarer Indikator dafür, dass die Credit Suisse mit ihrer Strategie auf dem richtigen Weg ist», hält Friedli fest.

Dass das Bankgeschäft einem steten Wandel unterworfen ist, weiss auch die Credit Suisse. Friedli dazu: «Das Umfeld und der Markt ändern sich laufend. Gleichzeitig verändern sich die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden. Viele davon sind zunehmend global ausgerichtet. Daraus ergibt sich eine wachsende Komplexität und höhere Anforderungen an Produkte und Dienstleistungen. Die Nachfrage nach umfassenden, integrierten Lösungen und globalen Kapazitäten, die

alle Gebiete des Investment Banking, des Private Banking und des Asset Management umfassen, nimmt zu.»

Das integrierte Geschäftsmodell der Credit Suisse mit weltweiter Präsenz entspricht laut Friedli diesen Bedürfnissen. «Es nutzt das Potenzial, das die Globalisierung bietet. Das führt nicht zuletzt auch zu einer höheren Wertschöpfung im Unternehmen. Denn mit einer geographisch breit abgestützten, auf die Kunden ausgerichteten Organisation kann nicht nur die Ressource Wissen, sondern auch das Kapital besser bewirtschaftet und genutzt werden. Das integrierte Geschäftsmodell der Credit Suisse ermöglicht eine rasche Reaktion auf das herausfordernde Umfeld», so Friedli zum Schluss.

Weitere Informationen zur Credit Suisse finden Interessierte im Internet unter www.credit-suisse.com.



KIFA AG

Natürlich gut.





Natürlich gut gebaut. Wir bauen mit System und das hauptsächlich mit einheimischen Hölzern. Ob ganze Gebäude oder Innenausbau – wir bauen Raum!

Natürlich gut verpackt. Individuelle Verpackungen wie auch Standardverpackungen gehören zu unserer Kompetenz. Wir verpacken Waren so, dass sie unbeschadet am Ziel ankommen – schnell, unkompliziert und kostengünstig!

Natürlich gut. KIFA AG – Ihr Partner für Systembau und Verpackungen aus Holz.



KIFA AG, Châtelstr. 5, CH-8355 Aadorf | T. 052 368 41 21 | F. 052 368 41 41 | www.kifa.ch

Wenn Sie Ihre Stärke auch
in fernöstlichen Märkten
ausspielen wollen, sind wir
Ihr Partner.

Orbivision bietet Schweizer KMU massgeschneiderte, individuelle Serviceleistungen für eine Geschäftserweiterung nach China. Der Businesspark bei Shanghai, deutschsprachige Partner vor Ort und ausgezeichnete Beziehungen zur chinesischen Lokalregierung sowie solide Einkaufs- und Logistiknetzwerke sind optimale Voraussetzungen, um sich im asiatischen Markt einen strategischen Vorteil zu verschaffen.

Orbivision, +41 (0)52 723 09 80, info@orbivision.ch, www.orbivision.ch

楚河

 **OrbiVision**
we get you there

Griesser bietet innovativen Sonnenschutz

Mit Lamellenstoren, Rolladen und Markisen hat sich die Griesser Gruppe zur Nummer drei in Europa entwickelt. Eine hohe Leistungsbereitschaft, gut durchdachte Markterweiterungen und Innovationen sollen das Familienunternehmen in eine weiterhin ertragreiche Zukunft führen.



Walter Strässle, CEO der Griesser Gruppe: «Das Unternehmen hat sich im preissensitiven Bauzuliefermarkt gut entwickelt».

TEXT UND BILD: MARTIN SINZIG

Ob als Schattenspender im Garten des Eigenheims, als automatisierte und energiesparende Storenlösung im Glattzentrum in Zürich oder als Markisen im Textilmuseum in St. Gallen: Sonnenschutzprodukte der Griesser Gruppe finden am Bau vielfache Verwendung, und dies mit zunehmendem Erfolg. Das 1882 gegründete Unternehmen mit Sitz in Aadorf hat sich in einem preissensitiven Bauzuliefermarkt in den vergangenen zehn Jahren gut entwickelt, berichtet Walter Strässle, CEO der Griesser Gruppe, stolz.

Ihren konsolidierten Jahresumsatz hat die Gruppe innerhalb der bisherigen Märkte markant gesteigert, nämlich von 157 Millionen Franken im Jahre 1996 auf gut 275 Millionen Franken im Geschäftsjahr 2006. Im gleichen Zeitraum wurde der Mitarbeiterbestand von 750 auf 1050 Beschäftigte ausgedehnt.

Vier Werke in drei Ländern

Die Aadorfer Familienholding, die in vierter Generation von Walter Strässle geführt wird, fasst die Marken Griesser und Weinor zusammen. In ihrem Marktauftritt sind sie aber eigenständig. Griesser, Anbieterin von Storen und Rolladen, verfügt über zwei Werke in Aadorf, Schweiz, und in Nizza, Frankreich, und bedient den Hauptmarkt Schweiz sowie die Länder Frankreich, Italien und Spanien als wichtigste Märkte.

Weinor stellt in Deutschland mit zwei Werken in Köln und in Magdeburg Markisen her und beliefert neben dem einheimischen Hauptmarkt vor allem die Länder Holland, Österreich und Grossbritannien. «Damit decken wir den Kern von Europa ab», erläutert Strässle. In der Schweiz ist die Griesser Gruppe marktführend, in Europa gilt sie als Nummer drei.

Neue Märkte ausloten

Stark vorwärtsgemacht hat das Unternehmen vor allem aus eigener Kraft. Gefruchtet haben in den letzten zehn Jahren vor allem die Programme zur Senkung der Durchlaufzeiten oder die zielgerichtete Ansprache der Kundengruppen. Der Absatz wurde auf Kundengruppen fokussiert, was in einem sehr fragmentierten Markt zu Wachstum und Marktanteilsgewinnen geführt hat, auch in der Schweiz und in Deutschland.

Gut positionieren konnte sich die Griesser Gruppe ebenso in Frankreich. «Wir mussten nicht unbedingt nach Dubai oder China gehen», sagt der CEO. Projekte zur Markterweiterung werden bearbeitet, sind aber noch nicht spruchreif. Langfristig wird jedoch geprüft, wann andere europäische Länder für Sonnenschutzprodukte interessant werden oder wo Marktvorteile und damit –potenziale genutzt werden können.

Die Marke leben

Mit dem Slogan «automatisch gut» setzt die Griesser Gruppe auf zweierlei: Einerseits muss die Leistung auf Anhieb gut sein. «Wir sind sehr auf Kundenzufriedenheit ausgerichtet, nur so können wir längerfristig weiterhin erfolgreich sein», betont der CEO. Ebenso bewusst würden Kundenreaktionen registriert. Auch das Markenbewusstsein wird im Unternehmen gross geschrieben: Vor fünf Jahren wurde das Erscheinungsbild viel konsequenter auf die Marke ausgerichtet. «Das hat uns in der Präsentation sehr geholfen», so Strässle.

Ein zweites Element ist die Flotte von 45 mit dem Griesser-Logo beschrifteten Autos der Marke Mini, die für vier Jahre an Mitarbeiter verleast werden. Dreimal im Jahr treffen sich die Mini-Fahrer, vom Direktor bis zu Monteuren und Werksmitarbeitern. «Das gibt einen ganz anderen Kitt», schwärmt der CEO. «Wir können unsere Marke so emotioneller und vor allem aus innerer Überzeugung leben.»

Ausgleich gewährleisten

«Wichtig ist, dass wir ein Familienunternehmen bleiben, dass ich mich zeige und, dass das Geschäft persönlich identifizierbar bleibt», betont Strässle. Sicher brauche es mit dem Wachstum auch organisatorische Veränderungen. Sie sollen aber als Weiterentwicklung, nicht als Restrukturierung erfolgen.

Bewusst wurde auf der Verwaltungsratsebene dafür gesorgt, dass die Mehrheit der Verwaltungsräte nicht der Familie angehört. Auch das Verwaltungsratspräsidium hat eine externe Person inne, nämlich Ueli Graf, unter anderem Verwaltungsratspräsident der Kaba-Gruppe und der Dätwyler Holding. Damit sei ein gewisser Ausgleich sichergestellt, und davon könne das Unternehmen nur profitieren, ist Strässle überzeugt.

Komfort, Sicherheit, Energie

Mit Innovationen will die Griesser Gruppe ihr Produkteportfolio laufend erneuern. Die Trends gehen im privaten Bereich in Richtung Komfort und Sicherheit, bei Geschäftshäusern in Richtung Komfort und Energiesparen, erklärt der CEO die stetige Anpassung an neue Kundenbedürfnisse. Andererseits soll die Leistungserbringung auf dem Bau verbessert werden. «Wer einen guten Preis für eine gute Leistung erzielen kann, sichert die Ertragskraft und damit letztlich auch die Arbeitsplätze», folgert Strässle.

**Stress mit Ihrer
Krankenkasse?**

**carena schweiz
macht glücklich!**

**Kommen auch Sie zu carena schweiz!
Erfolgreiche Unternehmen zählen
auf den innovativen und unkomplizierten
Gesundheitspartner.**

Höchste Zeit für einen Krankenkassen-Wechsel

Werden Sie als Firma oder Privatperson zufriedener Krankenkassen-Kunde und wechseln Sie jetzt zu carena schweiz. Für eine unverbindliche Offerte einfach anrufen oder ab ins Internet auf www.carenaschweiz.ch!

www.carenaschweiz.ch

carena schweiz - Schulstrasse 3 - 8355 Aadorf - Telefon 052 368 04 04

CARENA 
Ihr Gesundheitspartner

Wenn Sie Leader suchen, wählen Sie:
052 721 40 81

K  **N N E X T R A**
Partner für Führungskräfte und Spezialisten

KONNEXTRA · Rheinstrasse 1 · CH-8501 Frauenfeld 1
Tel. +41 (0)52 721 40 81 · Fax +41 (0)52 721 40 82
konrad.wohlich@konnextra.ch · www.konnextra.ch

Weniger Absenzen – mehr Erfolg

Unfälle und Krankheiten verursachen Unternehmen hohe Kosten. Firmen mit tiefer Abwesenheitsquote verzeichnen tiefere Arbeitskosten. Deshalb wird das professionelle Absenzenmanagement zu einem eigentlichen Erfolgsfaktor.



In einem Interview gibt Marco Knecht, Betreuer von Firmenkunden beim Ostschweizer Gesundheitsversicherer carena schweiz, Auskunft darüber, worauf man in Unternehmen speziell achten muss, um die Kosten tief zu halten und damit auch Versicherungsprämien zu sparen.

Weshalb ist das Absenzenmanagement für ein Unternehmen wichtig?

Marco Knecht: Unfälle und Krankheiten können hohe Kosten für das Unternehmen verursachen. Einerseits fallen höhere Versicherungsprämien an, wenn mehr Absenzen zu verzeichnen sind. Andererseits entstehen indirekte Kosten, die oft unterschätzt werden. Ich denke an Ablaufverzögerungen, Umsatzverluste, Einsatz von Ersatzkräften etc.

Wie entwickeln sich die Absenzen generell?

Trotz Fortschritt in Medizin, trotz Abnahme der körperlichen Belastung aufgrund des Einsatzes von neuen Technologien und trotz ergonomischen Fortschritten steigt die Taggeldbezugsdauer Jahr für Jahr an. Diese Entwicklung muss nachdenklich stimmen.

Was kann man dagegen tun?

In erster Linie sollen Unternehmen mit Risikoarbeitsplätzen alles vorkehren, um Unfälle zu vermeiden. Da gibt es hervorragende Beispiele – bis hin zu Prämiensystemen für Mitarbeitende, die in der Selbstverantwortung gefördert werden. Zudem sollte man darauf achten, dass die Absenzen möglichst kurz sind.

Mit erfolgreichem Absenzenmanagement kann auch die «Volkskrankheit Rückenleiden» besser in Schach gehalten werden.

Das heisst auch, dass die Mitarbeitenden motiviert sind, möglichst rasch an den Arbeitsplatz zurückzukehren.

Das tönt schon fast nach magischer Formel...

Genau so ist es auch, denn: Motivierte Mitarbeiter = weniger Kurzabsenzen. Kurzabsenzen betreffen vor allem den Montag und den Freitag.

Können die Kosten beziffert werden?

Das ist natürlich unterschiedlich. Ein einziger Ausfalltag kann das Unternehmen aber mehrere hundert bis über tausend Franken kosten.

Was sind die Voraussetzungen für ein erfolgreiches Absenzenmanagement?

Die Mitarbeiter müssen wissen, was sie in einem Schadenfall zu tun haben und welche Auswirkungen eine Absenz haben kann. Dafür sind interne Schulungen nützlich. Grundsätzlich geht es aber darum, ein gutes Arbeitsbeziehungsweise Betriebsklima zu schaffen. Voraussetzungen dafür sind eine positive Unternehmenskultur und die Schaffung risikoarmer Arbeitsplätze.

Und wie gestaltet man ein erfolgreiches Absenzenmanagement?

Es gibt drei Ebenen: Erstens eine gute Kommunikation zum Versicherer. Der Schaden soll so schnell als möglich beim Versicherer gemeldet werden. Zweitens die gute Betreuung der Mitarbeitenden vom Schadenfall bis zur Wiedereingliederung. Und drittens die Datenerfassung der Absenzen, der Absenzen-Ursachen. Daraus können Rückschlüsse auf Präventionsmöglichkeiten gemacht werden.

Was ist zu tun, um Mitarbeitende möglichst rasch wieder einzugliedern?

In jedem Fall sollte man Anteil nehmen und mit dem erkrankten oder verunfallten Mitar-

beitenden Kontakt aufnehmen. Dauert die Abwesenheit länger, ist ein Besuch ratsam. Zusammen mit der betroffenen Person kann die Wiedereingliederung besprochen und geplant werden. Dabei sollte auf das Umfeld Rücksicht genommen werden. Je nach dem können auch Teilzeitleösungen im angestammten Bereich oder Schonarbeitsplätze in Betracht gezogen werden. Die Wiedereingliederungsmöglichkeiten sollen auch im Team der betroffenen Person diskutiert werden. Mit Einverständnis von Betroffenen kann auch der Kontakt zum behandelnden Arzt aufgenommen werden. So kann das Job-Profil erstellt und mit dem Vertrauensarzt besprochen werden.

Welche Hilfsmittel stellt carena schweiz den Unternehmen zur Verfügung?

Wir stellen eine spezielle Software für Absenzenmanagement gratis zur Verfügung. Aber weil ja in diesem Zusammenhang immer Menschen und Fachkompetenzen gefragt sind, stellen wir auch externe Case-Manager zur Verfügung, die vor allem in komplexen Fällen beigezogen werden und mit Rat und Tat zur Seite stehen.



Marco Knecht ist seit August 2007 Leiter Firmenkunden beim Gesundheitsversicherer carena schweiz (www.carenaschweiz.ch). Zuvor leitete er ein Jahr die Agentur St.Gallen von carena schweiz und war während vier Jahren Sachbearbeiter bei der Krankenkasse Helsana.

Das Familienunternehmen Beck Transport AG bleibt dem Motto «Wir möchten was bewegen» treu.

Das Familienunternehmen Beck Transport AG mit Sitz im thurgauischen Mauren ist seit über vierzig Jahren erfolgreich im internationalen Speditionsgeschäft tätig. «Wir bieten individuelle, auf die Bedürfnisse unserer Kunden ausgerichtete Transport- und Logistiklösungen an», sagt Inhaber Urs Beck.



Geschäftsführer Urs Beck.

TEXT: MARTINA NIKLAUS

BILDER: ZVG

Die Beck Transport AG ist seit 1963 im Dienste der Kunden «on the road». 1966 wurde der Standort in Kreuzlingen mit eigenem Zollbüro eröffnet. Im Laufe der Jahre wurde der Fahrzeugpark kontinuierlich ausgebaut. 1996 erfolgte die Umwandlung der Einzelfirma Hans Beck in die Aktiengesellschaft Beck Transport AG. Drei Jahre später eröffnete die Beck Transport AG einen weiteren Standort im liechtensteinischen Schaan. Im Jahr 2000 kaufte das Unternehmen das Betriebsgelände der Firma Greyhound AG in Mauren, baute das Umschlagterminal um und erstellte neue Büroräume. Geführt wird

das Unternehmen seit anfangs der 90er Jahre in zweiter Generation von Urs Beck.

Lösungen für die Kunden

Das Unternehmen ist auf nationale und internationale Transport- und Logistiklösungen spezialisiert. «Unsere Fahrzeugflotte umfasst inklusive Vertragsfahrer rund 30 Lastwagen. Durch den Zusammenschluss im Cargo-Pool mit anderen Transportunternehmen in der Schweiz, können wir unseren nationalen und internationalen Kunden ein Höchstmass an Flexibilität bieten, sind rund 600 Lastwagen stark und besser aus-

gelastet, was sich auch auf die Preise für die Kunden auswirkt. Die Zusammenarbeit funktioniert einwandfrei, die Kunden profitieren auf der ganzen Linie. «Der Zusammenschluss mit einem europäischen Partner ist das nächste Ziel. Dann wären wir 4500 Fahrzeuge stark», so Urs Beck.

Die Beck Transport AG bietet ihren Kunden individuelle Lösungen an. Dies beginnt bei der Art der Fahrzeuge – Sattel- und Anhängerzüge in unterschiedlichen Grössen – führt über sämtliche Dienstleistungen im Bereich Transport, Lager, Logistik, Ver Zollungen und endet bei den kompletten Branchenlösungen. «Wir transportieren nicht nur Waren von A nach B, sondern wir bieten dem Kunden auf ihn abgestimmte Lösungen an», sagt Beck. So hat die Beck Transport AG beispielsweise für den America's Cup 2007 transportiert oder übernimmt Fahrten für Präsentationen der Automobilbranche», so Beck.

Beck fährt für Aldi

Mit Aldi konnte die Beck Transport AG Ende 2005 einen Grosskunden der Detailhandelsbranche gewinnen und eine komplette Branchenlösung anbieten. «Wir fahren mehrmals täglich Aldi-Filialen in den Kantonen Appenzell Ausserrhoden, St.Gallen, Thurgau, Graubünden und Zürich von Embrach aus an. Um dieses Volumen bewältigen zu können und den strengen Hygienevorschriften zu entsprechen, haben wir vier neue LKWs des Typs Mercedes Actros angeschafft und entsprechend ausgestattet», erklärt Beck.

Viele zufriedene Kunden

«Die europäische Konjunktur läuft wie geschmiert. Die Transportkapazitäten und



Die Beck Transport AG befördert nicht nur Waren von A nach B, sondern bietet den Kunden Lösungen an.

der Laderaum sind knapp. Wir sind sehr zufrieden mit unserem Auftragseingang», freut sich der Inhaber. Im letzten Jahr konnte der Umsatz gegenüber 2005 um rund dreissig Prozent gesteigert werden. Zudem ist Beck stolz darauf, dass Grosskunden wie Thyssen Krupp Deutschland, die Model Group, Schmolz + Bickenbach Wil, Syma System, Nüssli Hüttwilen, Herbert Ospelt Benden, Debrunner Stahl oder Eftec ihm über Jahre die Treue halten. «Die Kunden sind zufrieden und das freut uns», so Beck. Nebst den nationalen und internationalen Kunden fährt die Beck Transport AG aber auch für zahlreiche kleinere und mittlere Unternehmen aus der Region, weiteren Teilen der Schweiz und dem angrenzenden Ausland.

«Die Kunden schätzen unsere langjährigen und motivierten Mitarbeiter. Unser Unternehmen ist schlank organisiert – darin liegt unsere Stärke. Dadurch können wir uns

dem Markt jederzeit schnell anpassen, den Kunden bessere und individuelle Lösungen anbieten und dies alles zu einem fairen Preis-Leistungsverhältnis», ist Beck überzeugt.

Das Ziel: Gesund wachsen

Zurzeit läuft es hervorragend. Beck ist zufrieden und blickt optimistisch in die Zukunft. Dabei hat er ein klares Ziel: «Wir wollen kontinuierlich wachsen und uns gesund weiter entwickeln. Wichtig ist, mit unseren eigenen Mitteln zu wachsen.» Der Inhaber ist überzeugt, dass dieses Ziel realistisch ist. «Wenn wir so weitermachen wie bisher, unsere Kunden ins Zentrum stellen und mit ihnen wachsen, werden wir auch in Zukunft erfolgreich sein.» Trotzdem, so Beck, sei er jederzeit offen für Neues und ständig daran, Optimierungen herbei zu führen. «Unser Motto lautet «Wir möchten was bewegen». Das gilt nicht nur für die Ware unserer Kunden, sondern auch für uns.»

Weltweit unter den Top 3

sia Abrasives gehört zu den grössten Arbeitgebern im Kanton Thurgau

Das Unternehmen sia Abrasives beschäftigt weltweit 1100 Personen, davon 650 am Hauptsitz in Frauenfeld. Die sia-Gruppe gehört weltweit zu den drei führenden Anbietern von flexiblen Schleifmitteln. Rund 90 Prozent des Umsatzes erwirtschaftet sia Abrasives im Ausland. Im letzten Jahr erzielte das Unternehmen einen Umsatz von 282 Millionen Franken.



CEO Roland Eberle.



sia Abrasives hat den Hauptsitz in Frauenfeld.

TEXT: MARTINA NIKLAUS
BILDER: ZVG

Die Anfänge von sia Abrasives gehen über 140 Jahre zurück. Im Jahr 1867 wurde in Frauenfeld eine chemische Fabrik gegründet, aus der später sia Abrasives hervorging. Bereits 1875 wurden erste flexible Schleifmittel an der heutigen Adresse hergestellt. Anschliessend blieb es lange ruhig um das Unternehmen. Bis 1991. Vor 16 Jahren wurden Besitz und operative Führung getrennt, sechs Jahre später erfolgte der Management Buy-out, 1999 wagte sia Abrasives den Schritt an die Börse. 2001 expandierte das Unternehmen in den Vlies-Schleifmittelbe-

reich mit der Akquisition der sia Fibril Ltd. in Grossbritannien. Eine weitere Expansion erfolgte vor zwei Jahren in den Markt der Schleifmittel beschichteten Schaumstoffe mit dem Kauf der sia Abrafoam Ltd., ebenfalls in Grossbritannien.

Verschiedene Produktionsstandorte

Heute gehört die sia-Gruppe weltweit zu den drei führenden Anbietern von flexiblen Schleifmitteln. Sie entwickelt, produziert und vertreibt komplette, auf spezifische Anforderungen und Anwendungen zuge-

sia Abrasives wird auch in Zukunft innovative Schleifsysteme produzieren.



Das Herzstück von siastar ist der Schnellverschluss-Adapter, der auf jeden handelsüblichen Winkel- und Geradeschleifer passt.



schnittene Schleifsysteme zur Bearbeitung von Oberflächen von Werkstücken aller Art. Schleifen wird so zur Oberflächentechnologie. Die sia-Gruppe verfügt über eigene Produktionsstandorte in Frauenfeld und in Grossbritannien sowie eigene Konfektionsstandorte in Frauenfeld, Deutschland, Grossbritannien, Spanien, Australien, Brasilien, USA, Mexiko und China. Weltweit werden rund 1100 Mitarbeiter beschäftigt, davon 650 in Frauenfeld. Nebst 15 eigenen Gruppengesellschaften ist das Unternehmen in über 80 weiteren Ländern mit Vertretungen präsent. Die sia-Gruppe erwirtschaftet über 90 Prozent des Umsatzes im Ausland. Der Umsatz konnte in den letzten Jahren kontinuierlich gesteigert werden und belief sich Ende 2006 auf 282 Millionen Franken.

Die Stärken von sia Abrasives

Das Erfolgsrezept von sia Abrasives ist auf verschiedene Faktoren zurückzuführen. Zum einen kommen die flexiblen Schleifmittel in unzähligen Branchen zum Einsatz, da die allermeisten Produkte während ihrer Herstellung einen Schleifprozess durchlaufen. Die breite Verankerung der Produkte macht sia Abrasives und somit auch die sia-Aktien nahezu unabhängig von konjunkturellen Entwicklungen in einzelnen Branchen. Zum anderen erarbeitet das Unternehmen mit seinem weltweit führenden

Know-how in der Oberflächentechnologie laufend neue Lösungen zur Bearbeitung anspruchsvoller Materialien aller Art. Ein weiterer wichtiger Erfolgsfaktor ist die laufende Investition in den Ausbau und die Modernisierung der Grundproduktion und der Konfektion. Mit diesen Investitionen optimiert die Gruppe einerseits ihre Produktionsprozesse und legt damit die Grundlage für das interne Wachstum. Andererseits schafft sie die Voraussetzung für die Belieferung weiterer Marktsegmente.

Blick in die Zukunft

«sia Abrasives wird sich auch in Zukunft mit innovativen Schleifsystemen befassen und weltweit zu den Top-Anbietern von Schleifmitteln gehören. Neben einem soliden inneren Wachstum wollen unsere wir Präsenz und Marktstellung kontinuierlich auch durch passende Zukäufe ausbauen», so CEO Roland Eberle. Am Standort Frauenfeld hält sia Abrasives fest. Das Dreiländereck, die gute Verkehrserschliessung und die qualifizierten Arbeitskräfte seien Vorteile des Standorts Frauenfeld, meint Eberle.

Vorstellung Produkt-Innovation: siastar

Im ersten Halbjahr 2007 brachte sia Abrasives eine herausragende Innovation auf den Markt. Nach zweijähriger intensiver Entwicklung konnte das revolutionäre Schleifwerkzeugsystem siastar erfolgreich eingeführt werden. siastar ermöglicht dem Anwender, schnell und sicher Schleifwerkzeuge zu wechseln und die unterschiedlichsten Schleifprozesse im Vergleich zu den konventionellen Systemen wesentlich wirtschaftlicher auszuführen. Die mittlerweile neun Werkzeuge, die das Kernsortiment umfasst, werden mit einem Adapter an handgeführten Maschinen, wie Winkel- oder Geradeschleifern, befestigt. Sowohl der Adapter als auch die einzelnen Schleifwerkzeuge sind zum Patent angemeldet. Für die industrielle Umsetzung hat sia Abrasives neue Produktionsverfahren entwickelt. Auf mehrstufigen Automaten können die verschiedenen Werkzeuge mit geringem Rüstaufwand hergestellt werden. Die schnelle Umsetzung von der Produktidee in die industrielle Fertigung verdankt die sia-Gruppe ihren Engineering-Abteilungen, welche die Fabrikationsstrasse selbst entwickelt haben. Mit dem siastar hat sia Abrasives ein innovatives Produkt hervorgebracht, das einem grossen Marktbedürfnis entspricht und zudem ein grosses Ausbaupotenzial aufweist.

... die mit dem  für Sie!

FAIRDRUCK

Druckerei Sirnach AG
Kettstrasse 40
8370 Sirnach

Tel. 071 969 55 22
Fax 071 969 55 20

info@fairdruck.ch
www.fairdruck.ch



BERATUNG



PRODUKTEPALETTE



KNOW HOW



TERMINTREUE



HAUSLIEFERSERVICE



LAGERLOGISTIK

75 | **BDO**
1932-2007 BDO Visura

Wirtschaftsprüfung
Treuhand und Immobilien
Unternehmensberatung und Informatik
Steuer- und Rechtsberatung



Markus Widmer, dipl. Wirtschaftsprüfer, Niederlassungsleiter in Kreuzlingen

Verlassen Sie sich auf einen zuverlässigen und kompetenten Partner

BDO Visura

Löwenstrasse 16, 8280 Kreuzlingen, Telefon 071 677 97 97, Fax 071 677 97 98
markus.widmer@bdo.ch, www.bdo.ch

ASGA Pensionskasse

Die erste Adresse für KMU aus Gewerbe, Handel, Industrie und Dienstleistung

Die ASGA Pensionskasse ist die grösste unabhängige Gemeinschafts-Vorsorgeeinrichtung für die berufliche Vorsorge der kleinen und mittleren Unternehmen. Die über 8'000 Mitgliedfirmen mit mehr als 60'000 Versicherten profitieren von unserer 45-jährigen Erfahrung im BVG, von einfachen und flexiblen Dienstleistungen und kostengünstigen Bedingungen.

Tarifsenkung per 1.1.2008

Aufgrund des guten Schadenverlaufs kann die ASGA ihre Risikotarife per 1.1.2008 erneut reduzieren. Je nach versicherten Risiken profitieren die Versicherten von einer Senkung der Risikoprämien von über 10 %.

Weitere entscheidende Vorteile

- Überdurchschnittliche Verzinsung der Altersguthaben per 2006 mit 3.25 %.
- Minimale Verwaltungskosten von 180 Franken pro versicherte Person.
- Quartalszahlung nachschüssig ohne Zuschlag (Zinsvorteil).
- Kostenloser Einschluss einer Partnerrente (Für unverheiratete Paare, wenn während mindestens fünf Jahren ein gemeinsa-

mer Haushalt geführt wurde und für gleichgeschlechtliche Paare bei eingetragener Partnerschaft).

- keine Meldefrist für den Kapitalbezug und freie Aufteilung zwischen Kapitalbezug und Rente.

Die ASGA Pensionskasse garantiert langfristige Sicherheit mit hohem Deckungsgrad (nie unter 100%) und positiver Versicherungsrechnung (ohne Quersubvention). Die Rendite aus den Vermögenanlagen liegt über dem Benchmark. Aus der kontinuierlich verfolgten Strategie des kontrollierten qualitativen Wachstums resultiert ein ausgeglichenes Kundenportefeuille, nach Branchen, Grösse und Region. Dadurch ist die ASGA breit abgestützt.

Die Massnahmen zur Verbesserung unserer Leistungsfähigkeit werden laufend optimiert. Durch regelmässige und umfassende Information in Geschäftsbericht, Kunden-Informationsmagazin und Internet beweist die ASGA höchste Transparenz, schafft Vertrauen und vermittelt Sicherheit.

**ASGA Pensionskasse, 9001 St. Gallen,
Tel. 071 228 52 52, www.asga.ch**

Brunner Erben AG Kreuzlingen

Bauunternehmung
CH-8380 Kreuzlingen
Tel. 071 686 86 86
Fax 071 686 86 87

Die Bauunternehmung mit:

● **QUALITÄT**

● **ERFAHRUNG +**

● **ZUVERLÄSSIGKEIT**



Reg.-Nr. 13499

**BRUNNER
ERBEN**

Eine Unternehmung der BRUNNER ERBEN GRUPPE

Rechtzeitig Verantwortung für die Zukunft übernehmen

Die Frage nach der Vermögensnachfolge stellen sich viele Menschen zu spät. Oder gar nicht. Dabei verlangen gerade Erbschafts- und Nachfolgelösungen weitsichtige Planung und sorgfältige Umsetzung – damit das Vermögen über Generationen erhalten bleibt.



Interview mit Adrian Singer, Leiter Private Banking, Credit Suisse Frauenfeld

In der Schweiz werden jährlich zweistellige Milliardenwerte vererbt. Dabei geht es nicht nur um die private Vermögensnachfolge. Auch über 50'000 kleine und mittlere Unternehmen stehen in naher Zukunft vor der Nachfolgefrage. Eine erfolgreiche Nachfolgeregelung verlangt oft einen Brückenschlag zwischen Privat- und Geschäftsvermögen. Gute Lösungen brauchen eine ganzheitliche Betrachtung aller rechtlichen und wirtschaftlichen Faktoren. Denn die Fragestellungen sind heute schwieriger und komplexer als früher. Es geht nicht mehr nur darum, wer das hinterlassene Vermögen einst erben wird. Es gilt auch Fragen zu Steuern, Lebensversicherungen und zur Altersvorsorge der Angehörigen miteinzubeziehen. Rechtzeitige Planung und die gekonnte Umsetzung der richtigen Massnahmen sind der Schlüssel zum Erfolg. Die Credit Suisse begleitet ihre Private-Banking-Kunden auf diesem herausfordernden Prozess mit umfassender Expertise – wann und wo die Kundin oder der Kunde es wünscht.

Herr Singer, wie gelingt es, Vermögen reibungslos und nach den eigenen Vorstellungen an die nächste Generation weiterzugeben?

Es ist wichtig, rechtzeitig zu regeln in welcher Weise das Vermögen auf die Erben übergehen soll. Dazu gehört eine sorgfältige Planung – am besten im Rahmen einer umfassenden Finanzplanung. Es ist entscheidend, die Vermögenssituation, die Familienverhältnisse und die beruf-

liche Situation ganzheitlich und unter Berücksichtigung aller relevanten Faktoren zu betrachten. Nur so lässt sich der vorhandene gesetzliche Spielraum optimal ausnutzen.

Wann soll mit der Planung der Vermögensnachfolge begonnen werden?

Grundsätzlich möglichst früh. Gerade bei komplexeren Vermögens- und Familienverhältnissen braucht es Zeit für die Planung. Ausserdem lohnt es sich, die Frage nicht nur durch eine rechtliche und vermögenstechnische Brille zu sehen. Oft spielen auch emotionale Aspekte eine grosse Rolle oder es müssen heikle Fragen angesprochen werden. Dazu braucht es Vertrauen, Einfühlung und Diskretion – für uns von der Credit Suisse die Grundlage jeder Kundenbeziehung.

Welche Folgen kann es haben, wenn Vermögen nicht rechtzeitig übergeben wird?

Bei der zu raschen wie bei der verspäteten Vermögensübergabe besteht die Gefahr von Verlusten. Oft kommt es zur Wertvernichtung durch unnötige Steuerbelastung, die bei umsichtiger Planung vermeidbar wäre. Bei hohen Schenkungen zu Lebzeiten kann auch die persönliche Altersvorsorge gefährdet werden. Fazit: Nur mit einer gut geplanten Vermögensnachfolge zu Lebzeiten lässt sich das Optimierungspotenzial ganz ausschöpfen. Wer diesen Spielraum nicht nutzt, verschenkt grosse Chancen.

Im Zusammenhang mit Nachlassregelung denkt man oft an Juristen oder Steuerexperten. Wie kann eine Bank beim Erben und Vererben helfen?

Eine erfolgreiche Nachfolgeplanung berücksichtigt die vielen Aspekte und Zu-

sammenhänge, die mit jedem Vermögen verbunden sind. Deshalb gehören Anlage-, Finanzierungs-, Vorsorge- und Steuerberater dazu, wenn Lösungen gesucht werden. Eine Bank wie die Credit Suisse kann all diese Dienstleistungen aus einer Hand anbieten. Wir begleiten vermögende Privatpersonen wie Unternehmer in allen relevanten Bereichen. Dabei arbeiten unsere Privat- und Firmenkundenbetreuer eng zusammen und leisten mit unseren Erbschaftsexperten einen Beitrag zur erfolgreichen Umsetzung der Vermögensnachfolge.

Dennoch sind Nachfolgeregelungen komplex. Wo liegen die grössten Stolpersteine?

Da gibt es einige. Zum Beispiel die Vernachlässigung der Eigensicherung oder unerwartete Ereignisse. Das kann eine Scheidung sein oder der Tod eines jungen Familienmitgliedes. Selbstverständlich können wir diese einschneidenden Ereignisse nicht ungeschehen machen. Aber wir können mit unserer Expertise mithelfen, dass die Betroffenen wenigstens auf der materiellen Seite nicht auch noch Verluste durch falsche Entscheide oder fehlende Planung erleiden.

Gibt es etwas, dass Sie jeweils Ihren Kunden besonders ans Herz legen?

Ich sage jeweils den Kunden: Schieben Sie das Thema nicht vor sich her, packen Sie es rechtzeitig an. Wer den eigenen Nachlass umsichtig plant, erspart sich und seinen Nachkommen viel Ärger. Denn wer die Vermögensnachfolge gut regelt, übernimmt Verantwortung für die kommende Generation. Schon das allein ist es wert, sich dafür Zeit zu nehmen und sich dort Rat zu holen, wo er vorhanden ist.

Adrian Singer
Managing Director Senior Advisor
Leiter Private Banking
Credit Suisse Frauenfeld
Bankplatz 3
CH-8500 Frauenfeld
Telefon +41 52 728 65 13
Telefax +41 52 728 66 44
E-Mail: adrian.singer@credit-suisse.com
www.credit-suisse.com

Mehr als ein starkes Stück

Publireportage

Büro-Regalsysteme von unima

Welche Eigenschaften muss ein Regalsystem mitbringen, damit es nahtlos in die Bürokultur von heute passt und auch den Ansprüchen von morgen genügt? Es sollte durchdacht, funktionell und flexibel sein, erstklassig konstruiert, langlebig und stark.

Neuer Freiraum in jedem Büro

Ob Einzel- oder Grossraumbüro, Chefetage, Empfang oder Archiv: Die Regaltechnologie von unima spart wertvollen Raum und schafft neuen Platz, sorgt jederzeit für Übersicht und überall für Ordnung. Dank modularem Aufbau und Nachliefergarantie sind alle Modelle leicht um- und nachrüstbar und lassen sich selbst nach Jahren einfach erweitern. Diverse Höhen und Ausführungen ermöglichen unzählige Variationen; fix montierte oder mobile Elemente machen zusätzlich flexibel.

Lebensqualität auch beim Arbeiten

In allen Modellen stecken erstklassige Qualität und Verarbeitung, kombiniert mit zeitlosem Design, das sich in moderne



wie in klassische Bürolandschaften einfügt. Damit sorgt unima für ein angenehmes Arbeitsklima mit viel Lebensqualität.

Individuell: Materialien, Farben, Zubehör

Die Alleskönner von unima setzen auch innenarchitektonische Akzente und geben jedem Raum eine persönliche Note. Alle Materialien wie Stahlblech, verzinkt oder pulverbeschichtet, Chromstahl, Holz und Glas sind beliebig kombinierbar. Die

Abdeckungen für Sideboards, Theken oder Raumteiler sind in Holz oder Kunststoff erhältlich. Damit Kleines und Grosses mühelos Platz finden, bietet unima unterschiedliche Schubladen und Hängeregister, Auszüge, Ordnerhalter und vieles mehr an.

unima: so stark wie ihre Produkte

Der Schweizer Spezialist für Regaltechnologie und Blechbearbeitung hat sich in den

letzten 50 Jahren zu einem der innovativsten sowie erfolgreichsten Ostschweizer KMU entwickelt.

unima ag

St. Gallerstrasse 38
CH-9548 Matzingen
Tel. +41 (0)52 369 65 65
www.unima.ch



PUBLIREPORTAGE

KARTAUSE ITTINGEN – der ideale Seminarort

Einmalige Lage

Inmitten der stillen Schönheit der intakten Thurlandschaft, eingebettet in die ehemalige Klosteranlage, bieten die historischen Räumlichkeiten und der prachtvolle Barockgarten des ehemaligen Kartäuser-Klosters mit ihrer starken Ausstrahlung und besonderen Atmosphäre ein einzigartiges Umfeld für Seminare, Kongresse, Tagungen, Bankette und Geschäftsjubiläen.

Gastfreundschaft aus klösterlicher Tradition

Seit bald 25 Jahren organisieren die Gastgeber der Kartause Ittingen anspruchsvolle Veranstaltungen. Termine, Zeitpläne, Räumlichkeiten, Essen, Getränke, Blumen, Übernachten und vieles mehr. In der Kartause Ittingen bieten sich zudem mannigfaltige Möglichkeiten, Veranstaltungen um einzigartige Erlebnisse zu ergänzen, wie sie nur hier realisierbar sind. Die Stille hören – in einem unserer komfortablen Hotelzimmer lässt sich die Ruhe nach einem anstrengenden Seminartag besonders geniessen. Schlichtheit und Echtheit prägen



unsere Hotelzimmer im Unteren Gästehaus. Sie haben einen besonderen Wunsch? In der Kartause stossen Sie immer auf offene Ohren.

Kartause Ittingen

CH 8532 Warth

Telefon 0041 (0)52 748 44 11 | Telefax 0041 (0)52 748 44 55
info@kartause.ch | www.kartause.ch

Sich auf die Kernkompetenzen konzentrieren

Die AFG Arbonia-Forster-Holding AG ist führender Bauausrüstungs- und Technologiekonzern

Die AFG Arbonia-Forster-Holding AG mit Sitz in Arbon gehört zu den grössten im Kanton Thurgau angesiedelten Unternehmen. Geleitet wird der Konzern von Edgar Oehler. Der international tätige Bauausrüster konnte den Nettoumsatz im ersten Halbjahr 2007 gegenüber dem Vorjahr um 22,8 Prozent auf 679,66 Millionen Franken steigern.



Edgar Oehler ist Präsident und Delegierter des Verwaltungsrates der AFG Arbonia-Forster-Holding AG.



Der Hauptsitz des Konzerns ist in Arbon.

TEXT: MN/PD

BILDER: ZVG

Die Ursprünge der AFG Arbonia-Forster-Holding AG (AFG) liegen 50 Jahre zurück. Der einstmalige gewerbliche Betrieb hat sich – getragen und geführt vom Pioniergeist seines Gründers Jakob Züllig (1921–1999) – zu einem in seinen Kernbereichen führenden, international tätigen Unternehmen entwickelt. Die Grundsätze, welche die AFG während den letzten Jahrzehnten zu einem der erfolgreichsten Industrieunternehmen der Schweiz machten, gelten nach der Übernahme der Aktienmehrheit der AFG durch Dr. Edgar Oehler weiter.

Die AFG will nicht allen alles bieten, sondern sich auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren. Die Gruppe ist in drei reine Bauausrüstungsdivisionen sowie in die Divisionen Stahltechnik und Surface Technology gegliedert. Die jüngsten Akquisitionen 2007 – Stichworte: RWD Schlatter AG und STI Surface Technologies International Holding AG – folgen genau diesem Pfad und haben die

AFG deshalb innerhalb kurzer Zeit weiter an industrieller Bedeutung gewinnen lassen.

In über 80 Ländern aktiv

Weltweit ist die AFG mit rund 30 eigenen Vertriebsgesellschaften sowie mit Vertretungen und Partnern in über 80 Ländern aktiv. Die Bearbeitung neuer Märkte vor allem in Osteuropa, Russland sowie im Nahen und Fernen Osten wird zügig vorangetrieben. Der Fokus richtet sich auf Marktsegmente, die ausserordentliche Innovationsfähigkeit sowie hohe Lieferbereitschaft durch intakte Margen honorieren und Potenzial für langfristig überdurchschnittliches Wachstum bieten. Die Produktionsstätten befinden sich in der Schweiz, in Deutschland, Frankreich, Tschechien, den USA und in China.

Verantwortung und Kompetenzen klar definiert

Finanzielle Unabhängigkeit und eine hohe

Autonomie in Bezug auf die unternehmerischen Tätigkeiten gehören zu den zentralen Werten der AFG Arbonia-Forster-Holding AG, was sich dem entsprechend in der Festlegung und Umsetzung der Strategie und damit in der Unternehmensführung niederschlägt.

Die Organisation der AFG ist geprägt von einfachen, divisionalen Strukturen mit klar definierten Verantwortungen und Kompetenzen. Diese werden ergänzt durch schlank organisierte Stabseinheiten in den Divisionen und auf Stufe Konzern. Die Vernetzung der Präsidien von Konzernleitung und Verwaltungsrat durch den Mehrheitsaktionär Dr. Edgar Oehler ermöglicht eine straffe und direkte Führung des Gesamtunternehmens durch kurze Entscheidungswege und rasche Kommunikationsprozesse – ein zusätzlicher Vorteil in einer ebenfalls von immer höherem Tempo geprägten Industrielandschaft.

«Wir machen eigentlich nichts Aussergewöhnliches



Im Gespräch mit Edgar Oehler, Präsident des Verwaltungsrates der Arbonia-Forster-Holding AG

Hohes Wachstumstempo

Im Geschäftsjahr 2006 hat die AFG Arbonia-Forster-Holding AG mit rund 5000 Beschäftigten einen Umsatz von 1243,4 Millionen Franken und ein Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) von 93,9 Millionen Franken erzielt. Und auch im laufenden Jahr legte die AFG Arbonia-Forster-Holding AG bis jetzt ein hohes Wachstumstempo an den Tag und konnte einen soliden Halbjahresabschluss präsentieren. Im ersten Halbjahr 2007 profitierte der Bauausrüster von der insgesamt freundlichen Baukonjunktur in den meisten der wichtigsten Absatzmärkte. «In einem weiterhin anspruchsvollen Umfeld haben wir erneut eine hohe Wachstums-Kontinuität erreicht und damit unsere Stellung in allen Märkten, in denen wir tätig sind, weiter ausgebaut», kommentiert Edgar Oehler den erfreulichen Halbjahresabschluss. Die Zahlen sprechen für sich: Der Nettoumsatz stieg im Vergleich mit dem Vorjahr um 22,8 Prozent auf 679,66 Millionen Franken (Vorjahr: 553,57 Millionen Franken), akquisitionsbereinigt um 9,3 Prozent. Das Ertragswachstum hielt mit dieser Umsatzentwicklung trotz teilweise signifikant höheren Material-, Lohn- und Energiekosten weitgehend Schritt. Das EBIT-DA nahm um 16,6 Prozent auf 65,21 Millionen Franken (55,93 Millionen Franken) zu und erreichte 9,6 Prozent (10,1 Prozent) des Nettoumsatzes.

INTERVIEW: MARTINA NIKLAUS

BILD: MARCEL BAUMGARTNER

Die AFG Arbonia-Forster-Holding AG gehört weltweit zu den führenden Bauausrüstungs- und Technologiekonzernen. Wie wollen Sie die Marktstellung in Zukunft stärken?

Wir investieren intensiv in neue Produkte und neue Märkte. So haben wir in den vergangenen Monaten beispielsweise neue Firmen in den USA, im Mittleren Osten und in China gegründet. Weitere sind in Planung. Mit mehr eigenen Mitarbeitenden in ausländischen Märkten verstärken wir unsere Präsenz. Darüber hinaus haben wir die Absicht, über Kooperationen oder Übernahmen neuer Firmen, eigene Produktionsstätte aufzubauen.

Im ersten Halbjahr 2007 konnte der Nettoumsatz im Vergleich zum Vorjahr um 22,8 Prozent gesteigert werden – und dies in einem anspruchsvollen Umfeld. Wie erklären Sie sich diesen Erfolg?

Das Wachstum kam zu einem grossen Teil aus der Übernahme der STI / Hartchrom AG in Steinach und ihren Tochterfirmen in Deutschland, Frankreich und in den USA; ebenfalls hat die AFG die RWD Schlatter in Roggwil TG übernommen. Beide Unternehmen sind in ihrer Branche führend: RWD Schlatter mit den Türen in der Schweiz, die STI/Hartchrom auf dem Gebiete der Oberflächentechnologie weltweit.

Haben Sie ein bestimmtes Erfolgsrezept?

Wir machen eigentlich nichts Aussergewöhnliches, ausser dass wir auf dem Markt präsent sind, auf die Kundenbedürfnisse eingehen, dem Kunden Mehrwert bringen, Qualität produzieren und unsere Produktivität fördern.

Wo soll das Unternehmen in fünf Jahren stehen?

Wir haben eine Strategie erarbeitet, die uns für die nächsten fünf Jahre bis 2012 aufzeigt, wohin die Reise geht. Damit koordinieren wir auch das interne Wachstum, setzen uns Wachstumsziele, planen neue Produkte, Forschung, Entwicklung und vieles mehr. Wir wissen damit beispielsweise, wann wir die Umsatzgrenze von zwei Milliarden überschreiten, wie das organische und akquisitorische Wachstum vonstatten geht, wie viel Personal wir dafür beschäftigen, wo wir unsere Schwergewichte auf den verschiedenen weltweiten Märkten setzen.

Wie wollen Sie diese Ziele erreichen?

Wir werden investieren, die Führung verstärken, innovativer und noch aktiver werden. Wir wollen ein noch globaleres Unternehmen werden!

Die echte Ostschweizer Geschenkidee!



Wir empfehlen Ihnen unseren Apfelschaumwein
CUVÉE JEAN-GEORGES als echte Ostschweizer Geschenkidee!

CUVÉE JEAN-GEORGES «cidre mousseux» bietet in seiner ehrlichen Art süffig-fröhliches Trinkvergnügen.

Der perlige Schaumwein mit leichtem Alkoholgehalt ist «à la méthode traditionnelle» hergestellt. Das macht ihn zum idealen Apéritif-Getränk.

CUVÉE JEAN-GEORGES «cidre mousseux» ist erhältlich als:

- **Karton mit 6 Flaschen à 75 cl oder**
- **einzeln verpackt im Geschenk-Karton.**

Bei den Ostschweizer Getränkehändlern.

Für Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

MÖHL

TRADITION SEIT 1895

Mosterei Möhl AG, 9320 Arbon, Telefon 071 447 40 74, www.moehl.ch



Für die Sicherung des Forschungs- und Werkplatzes Schweiz

Endlich wächst unsere Wirtschaft wieder, und die Arbeitslosigkeit nimmt ab. Dank unserem dualen Bildungssystem hat unser Werkplatz sehr gut ausgebildete Arbeitskräfte, die Schweizer Spitzenqualität produzieren. Diese macht uns weltweit erfolgreich.

Diesen Erfolg müssen wir auch unseren Kindern ermöglichen. Deshalb muss die Berufsbildung gestärkt und modernisiert werden. Gleichzeitig muss Forschung möglich bleiben. Staatliche Überregulierung und Verbote behindern heute die Forschung und sind abzubauen. Nur in einem liberalen und offenen Umfeld kann sich Kreativität entfalten und Neues entwickelt werden. Dies sind unerlässliche Voraussetzungen für einen konkurrenzfähigen Werkplatz Schweiz, welcher auch unseren Kindern attraktive Arbeitsplätze bietet. Allerdings: Mehr Ausgaben bedeutet nicht automatisch auch bessere Qualität. Es ist deshalb unbedingt notwendig, dass man Rechenschaft darüber ablegt, wie die finanziellen Mittel eingesetzt werden und was damit erreicht wird.

Ich setze mich ein für ein starkes Bildungssystem und liberale Rahmenbedingungen für die Forschung, damit der Werkplatz Schweiz auch in Zukunft konkurrenzfähig bleibt.



Mit Zug in die Zukunft

Peter Spuhler

wieder in den Nationalrat mit Liste 7, SVP Thurgau

2x auf Ihre Liste

Holzbauten mit System: Erfolg dank Flexibilität

Der Holzmarkt erlebt einen Aufschwung. Die grosse Nachfrage nach Holz lässt aber die Bäume nicht in den Himmel wachsen. Denn mit den steigenden Anforderungen auf dem Baumarkt geht auch eine Bereinigung in der Holz verarbeitenden Industrie beziehungsweise im Gewerbe einher. Der Systembau gewinnt an Bedeutung. Ruedi Heim, Mitinhaber der KIFA AG in Aadorf stellt sich unseren Fragen.



Von der Planung bis zur Schlüsselübergabe – zweckmässig und formschön. Schulungsräume Klinik Littenheid (Bild: KIFA AG, Aadorf)

Systembau tönt nach Standart. Liegen wir da richtig mit dieser Behauptung?

Nein. Neue Technologien machen es möglich, dass mit Holz vielfältige Formen und Variationen entwickelt werden können. Der Systembau ist somit sehr individuell. Er hat seine grossen Vorteile aber eben auch darin, dass mit System produziert werden kann, was sich bei grösseren oder wiederkehrenden Objekten positiv auf Kosten und Termine auswirkt.

Bauen Sie als Holzverarbeiter ausschliesslich mit dem natürlichen Baustoff?

Wir verstehen den Systembau als Herausforderung, dem Kunden eine für ihn optimale Lösung zu bieten. Das heisst auch hier und da sinnbildlich über den Holzzaun zu springen und andere Materialien einzusetzen. So haben wir gleich bei zwei Grossprojekten Holz mit Beton und Holz mit Stahl kombiniert.

Was lässt sich alles im Systembau errichten?

Grundsätzlich alles. Der Systembau in Holz oder kombiniert mit anderen Materialien kennt praktisch keine Grenzen. Hier nur einige Beispiele: Bürotrakte, Schulhausbau, Spital- und Heimerweiterungen, Hotelerweiterungen, Verkaufsstände, Tankstellenshops oder Restauranteinheiten. Diese Liste könnten wir beliebig weiterführen.

Warum entschliessen sich immer mehr Bauherren für einen Systembau aus Holz?

Unternehmen müssen rasch auf sich ändernde Kundenbedürfnisse reagieren: Dank der Trockenbauweise von vorgefertigten Holzelementen, die individuelle Abänderungen zulassen oder einfache, nachträgliche Standortverle-

gungen können Investitionen viel schneller genutzt werden. Der Systembau ist leistungsfähig – ob in der Individualität, der Terminierung oder dem Einsatz. Hervorragende thermische Eigenschaften (Minergie) sowie die Natürlichkeit des Holzes sind weitere Entscheidungskriterien, die für Holz sprechen.

Wie können Sie zum wirtschaftlichen Weiterkommen des Thurgaus beitragen?

Diese Frage beinhaltet verschiedene Aspekte. So werden wir als Arbeitgeber mit rund 100 Mitarbeitenden alles daran setzen, Fachleute zu beschäftigen und Lehrlinge auszubilden sowie ein sicherer Arbeitgeber zu sein. Unser Partner- und Lieferantennetz ist vorwiegend im Thurgau verankert. Wir legen Wert auf diese kantonalen Beziehungen und pflegen diese auch. So können wir unseren Teil zu einem starken Wirtschaftsstandort Thurgau beitragen.

Holz liegt im Trend. Wie spüren Sie das als Thurgauer Unternehmen, das vorwiegend mit Holz baut und verpackt?

Ruedi Heim: In erster Linie ist es heute schwieriger an einheimisches Holz heranzukommen. Der Markt bewegt sich schneller als früher und daher sind auch Preisstabilitäten weniger garantiert. Neu ist vielleicht auch der Trend, dass ausländische Unternehmen im Schweizer Markt einkaufen, da der Holzmarkt im Ausland die ansteigende Nachfrage nur knapp befriedigen kann.

Kann sich dann ein Bauherr Holzsystembauten überhaupt noch leisten, wenn die Holzpreise stetig steigen?

Gerade bei uns in der Schweiz erlebt der Systembau in Holz einen eigentlichen Aufschwung. Heute schliessen Bauherren die Alternative eines Systembaus in die Planungs-Überlegungen mit ein. Dies zeigt uns ganz klar, dass das Preis-Leistungsverhältnis stimmt. Wer aber glaubt, Systembauten seien temporäre Einrichtungen und dabei gelte es möglichst billig zu bauen, ist auf dem Holzweg. Die Projekte unseres Unternehmens zeigen, dass mit dem Holz-Systembau sämtliche Anforderungen – von edel bis zweckmässig – erfüllt werden können.



Der Betriebsökonom Ruedi Heim ist Mitinhaber der Kifa AG, Aadorf, die auf Systembauten und Verpackungslösungen aus Holz spezialisiert ist. In diesen Branchen gehört das Thurgauer Unternehmen zu den Schweizer Marktführern. (www.kifa.ch).

Schnell, kreativ und erfahren

Die HRS Hauser Rutishauser Suter AG ist seit rund 45 Jahren Garant für innovatives und wirtschaftliches Bauen. Kernkompetenz sind die Entwicklung, Finanzierung und Realisierung anspruchsvoller Bauprojekte. Das Unternehmen mit Sitz in Frauenfeld gehört zu den drei grössten Totalunternehmen der Schweiz und hat sich nicht erst durch Ostschweizer Referenzobjekte wie das Ausbildungszentrum Wolfsberg, das Raiffeisen-Zentrum oder die AFG Arena in St.Gallen einen Namen gemacht.



Stephan Rausch ist Geschäftsleiter und Mitinhaber der HRS.



Das Fussballstadion La Maladière in Neuchâtel.

TEXT: MARTINA NIKLAUS

BILDER: ZVG

Mit einem Bauvolumen von rund 640 Millionen Franken und über 140 qualifizierten Mitarbeitenden gehört HRS zu den führenden Schweizer Total-/Generalunternehmen. Der Hauptsitz des Unternehmens ist seit drei Jahren im thurgauischen Frauenfeld. Niederlassungen gibt es in St.Gallen, Zürich, Bern, Basel, Fribourg, Neuchâtel, Lausanne/Crissier und in Vaduz. «Frauenfeld ist ein zentral gelegenes Wirtschaftszentrum. Zudem profitieren wir von der Nähe zur Agglomeration Zürich. Die gute

Verkehrsverbindung, die langjährigen Behördenkontakte und die steuerlichen Rahmenbedingungen sind weitere Faktoren, die für den Standort Frauenfeld sprechen», erklärt Stephan Rausch, Geschäftsleiter und Mitinhaber.

Auch der Kanton Thurgau profitiert von der HRS: So ist das Unternehmen seit Jahren als stabiler Arbeitgeber bekannt und beschäftigt allein in Frauenfeld rund 35 Mitarbeiter.

Kunden profitieren auf ganzer Linie

HRS hat seine Tätigkeit vermehrt auf den Bereich Standort- und Projektentwicklungen in der ganzen Schweiz konzentriert und ist Investor und Totalunternehmer bei verschiedenen Grossprojekten. HRS kann dabei ein Gesamtpaket an Leistungen anbieten, welches die Entwicklung, Finanzierung, Planung und Bauausführung bis hin zur Bewirtschaftung eines Projektes umfasst. Zum Kundenspektrum zählen namhafte Unternehmen, Banken und private Investoren. Für die Öffentliche Hand hat HRS bereits zahlreiche Projekte realisiert – als erste Schweizer Totalunternehmung im Public-Private-Partnership-Modell (PPP).

Ganzheitliches Denken steht bei HRS im Mittelpunkt. «HRS ist der richtige Partner für komplexe und anspruchsvolle Bauprojekte. Die Kunden profitieren von unserem umfassenden Know-how. Wir garantieren Sicherheiten wie Preis, Termin und Qualität. Der Bauherr hat bei uns ein Mitbestimmungsrecht. Zudem vergeben wir Arbeiten generell in der Region, nehmen Rücksicht auf regionale Begebenheiten», so Rausch.

Verschiedene Erfolgsfaktoren

Während der rund 45-jährigen Tätigkeit im Bausektor hat sich HRS schweizweit einen Namen gemacht. Referenzobjekte wie die AFG Arena in St.Gallen, das Zentralspital in Baar, das Eisstadion in Davos oder das in diesem Jahr eröffnete Fussballstadion La Maladière in Neuchâtel haben ihren Teil dazu beigetragen. Das Erfolgsrezept ist für Rausch klar: «Als KMU haben wir schnelle Entscheidungswege. Das ist ein Vorteil gegenüber der Konkurrenz. Oft sind wir in gewissen Entwicklungsphasen kreativer. Dazu



Der FIFA-Hauptsitz in Zürich.

kommen die langjährige Erfahrung, das gute Beziehungsnetz zu den Entscheidungsträgern und die zahlreichen Referenzobjekte, die uns zu einem ausgezeichneten Ruf verholfen haben. Ein weiterer wichtiger Erfolgsfaktor ist das hoch qualifizierte und motivierte HRS-Team.»

Die Zukunft

«Bereits heute gehört HRS zu den drei führenden Total-/Generalunternehmen der Schweiz. Diese Position wollen wir auch in Zukunft ausbauen und stärken. Unser Ziel ist ganz klar, auch künftig in dieser Liga tätig zu sein», so Rausch über die Zukunftspläne des Unternehmens. Und weiter: «Um dies zu erreichen, werden wir die Akquisitionsbemühungen auf dem nationalen Bauproduktmarkt und verstärkt im Raum Ostschweiz intensivieren und weiterhin sehr selektiv bei der Auswahl unseres qualifizierten Personals sein. Nur mit ausgezeichneten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wird es uns auch in Zukunft gelingen, das Qualitätsniveau zu steigern.»

HRS-Projekte im Auftrag des Sports

Nebst der Bern-Arena entwickelt, finanziert und realisiert HRS derzeit noch weitere Sportbauten in der Schweiz: Kürzlich fertig gestellt wurden das Stadion La Maladière in Neuchâtel, der FIFA-Hauptsitz in Zürich sowie die Eisarena Davos. Im Juli 2008 wird die AFG Arena in St. Gallen eröffnet. Für die Entwicklung und Realisierung von Sportarenen in Thun, Biel und Aarau sowie des Eisstadions Schaffhausen erhielt HRS ebenfalls den Zuschlag.

Robust, zuverlässig und vielseitig. Dafür steht der Iveco Daily, der seit beinahe 30 Jahren Millionen von Kunden in ganz Europa überzeugt und begeistert. Ein Transporter für Profis, der auch in seiner Neuaufgabe Maßstäbe in Sachen Design, Komfort, Wirtschaftlichkeit und Sicherheit setzt. Lernen Sie ihn jetzt bei einer Probefahrt kennen.

IVECO
www.iveco-daily.ch

Der neue Iveco Daily. Mit den Genen eines Profis.



Hans Stauffer AG

Talgarage, 9556 Affeltrangen
Telefon 071 917 12 45, Fax 071 917 16 83

Erfolgreich in die Zukunft

letrona



- Kommunikationstechnik
- Elektrotechnik
- Sicherheitstechnik
- Lohnfertigung

LETRONA AG

Schulstrasse 22
CH-9504 Frittschen
www.letrona.ch

Tel. 071 654 64 64
Fax 071 654 64 65
info@letrona.ch

Die Ware Dienstleistung kommt täglich an ...



BECK
TRANSPORT AG

Tourismus als wichtiges Standbein

Die Zahlen beweisen es: Immer mehr Touristen besuchen den Kanton Thurgau

Obwohl der Kanton Thurgau nicht alleine vom Tourismus lebt, nimmt dieser Bereich einen wichtigen Stellenwert ein. Rund zehn Prozent der Beschäftigten im Thurgau arbeiten in der Tourismusbranche. Im Jahr 2005 nahm die Anzahl der Logiernächten im Thurgau um 4,5 Prozent zu. Zudem konnte die durchschnittliche Aufenthaltsdauer gesteigert werden.

TEXT: MARTINA NIKLAUS

BILD: ZVG

Im Kanton Thurgau wird den Touristen Einiges geboten. So verwundert es denn auch nicht, dass im Laufe der Jahre die Anzahl der Logiernächte kontinuierlich gesteigert werden konnte. Gegenüber dem Jahr 2005 stiegen die Übernachtungszahlen im letzten Jahr in den Hotel- und Kurbetrieben um 4,5 Prozent an. In absoluten Zahlen sind das 384'440 Logiernächte, die höchste Zahl seit 15 Jahren. Und auch die durchschnittliche Aufenthaltsdauer konnte im vergangenen Jahr von 2.0 auf 2.1 Tage gesteigert werden. Vor allem Gäste aus Deutschland werden im Thurgau vermehrt verzeichnet.

Den guten Stand weiter ausbauen

«Trotz dieser erfreulichen Bilanz wäre es falsch, nun von Konsolidierung zu reden und sich mit dem Erreichten zufrieden zu geben», so Christoph Tobler, Präsident von Thurgau Tourismus. Laut Tobler ist einerseits das touristische Potenzial des Thurgaus bei weitem noch nicht ausgeschöpft und andererseits kann der Thurgau als attraktiver Lebens- und Erholungsraum noch besser positioniert und noch wirkungsvoller verkauft werden. «Das Umfeld im touristischen Wettbewerb verändert sich enorm rasch, wer innehält, verliert. Neue Bedürfnisse und Erholungstrends tauchen auf, neue Informationsgewohnheiten gilt es zu berücksichtigen», so Tobler.

Zahlreiche Angebote

Schon heute kann sich das Freizeit- und Tourismus-Angebot im Thurgau durchaus sehen lassen. Der Freizeitpark Conny-Land in Lipperswil gehört nach wie vor zu den grössten Touristenanziehungspunkten. Auch



Velofahren im Thurgau macht Spass und ist auch bei Touristen sehr beliebt.

wenn die Besucherzahl im letzten Jahr um acht Prozent zurückgegangen ist.

Wandern ist im Kanton Thurgau bei den Touristen nach wie vor im Trend. Der 200 Kilometer lange Rundwanderweg, aber auch Themenwege und Laufpfade sind sehr beliebt. Mit dem Velo können im Thurgau rund 900 Kilometer markierte Radwege abgefahren werden. Die Rhein-Route beispielsweise ist eine sehr beliebte Velo-Tour. Der Kanton Thurgau ist aber nicht nur Wander- und Velo-, sondern auch Skaterparadies: Rund 200 Kilometer markierte Routen auf Asphalt stehen den Sportlern auf Rädern zur Verfügung.

Auch im Bereich Kulinarik hat der Thurgau Einiges zu bieten: «Schlaraffenland Thurgau» steht für Genuss und Geschmack. Und wer sich mehr für Kultur interessiert, ist im Thurgau ebenfalls am richtigen Ort: Im Museum für Archäologie in Frauenfeld wird die Vergangenheit des Kantons auf spannende

Weise dargestellt. Das Napoleonmuseum ist ebenfalls ein Muss.

Diverse Veranstaltungen locken immer wieder Auswärtige in den Kanton. So ist das Mammut Flossrennen auf Sitter und Thur, welches jeweils im Mai stattfindet, bereits seit über 30 Jahren Tradition. Die Bischofszeller Rosen- und Kulturwoche oder die Thurgauer Gourmet-Wanderung gehören ebenfalls zu den beliebten Veranstaltungen. Besonders viel Aufmerksamkeit zieht jeweils das «slowUp Euregio Bodensee» auf sich. Dabei steht die Hauptstrasse im Oberthurgau jeweils am letzten Sonntag im August all jenen zur Verfügung, welche sich mit eigener Kraft auf Rädern, Rollen oder zu Fuss bewegen.

Weitere Informationen zu den touristischen Angeboten im Thurgau gibt es im Internet unter www.thurgau-tourismus.ch.

2005 und 2006
Beliebteste Tagungsstätte
der Schweiz

2006
Rang 4 «Bilanz»
Seminarhotel-Rating

Kartause Ittingen
CH 8532 Warth
Fon 052 748 44 11
Fax 052 748 44 55
info@kartause.ch
www.kartause.ch



Klare, kreative Kommunikation für Ihre Imagepflege

Koch Kommunikation entwickelt integrierte und modulare Kommunikationslösungen für die Bereiche Marketing und Werbung, Public Relations und eMedien. Sie erhalten alles aus einer Hand – von der Konzeption bis zur Realisation. Auf unserer Homepage erhalten Sie einen kleinen Einblick in unsere Kundenarbeiten. Wollen auch Sie etwas für Ihre Imagepflege tun? Dann rufen Sie uns für ein unverbindliches Erstgespräch am besten an oder mailen Sie uns. Oder bestellen Sie unser Gratis-Pflegeset unter www.kochwerbung.ch.

koch marketing | kommunikation ag | Marktstrasse 10 | 8501 Frauenfeld
Telefon 052 728 90 10 | info@kochwerbung.ch | www.kochwerbung.ch



Ihr Charterschiff

Feste | Hochzeiten | Events | Firmen- und Vereinsausflüge | Tagungen | Kongresse | Seminare | Weihnachtsfeiern | Ausstellungen

50 oder 500 Gäste ...

ein Event auf einem Schiff ist etwas ganz Besonderes. Mieten Sie für sich und Ihre Gäste ein ganzes Schiff zum Arbeiten, Feiern, für Präsentationen oder eine Hochzeit. Erleben Sie einen unvergesslichen Tag auf dem Bodensee und lassen Sie sich auch kulinarisch verwöhnen. Rufen Sie uns an und verlangen Sie unverbindlich unsere Charterunterlagen. Machen Sie Eindruck und lassen Sie sich beeindrucken ... mehr See – mehr Event – auf dem Meer der Schweiz.

SBS Schifffahrt AG | Postfach 77 | 8590 Romanshorn | Tel. 071 466 78 88 | Fax 071 466 78 89 | info@sbsag.ch | www.bodenseeschiffe.ch



TEFKON AG – service powered by know-how

**Service und Wissen – Worte voller Emotionen.
Was nützt das beste Produkt, wenn der Service nicht stimmt!**

Unter Service verstehen wir Zuverlässigkeit und Flexibilität – und da übertreffen wir die unterschiedlichen Anforderungen unserer Kunden. Wir haben heute einen Spitzenplatz im Markt erreicht und sorgen täglich dafür, dass die Qualität unserer Produkte und Prozesse stimmt, um diesen Platz weiter zu behaupten.

Es geht nicht nur darum, preislich mithalten zu können. In erster Linie wollen wir wissen, wo wir unseren Kunden den grössten Nutzen generieren können. Dazu legen wir gegenseitig fest, was jeder Partner tun muss, damit wir die gewünschten Ziele erreichen. Wir wollen gemeinsame Wettbewerbsvorteile erreichen, weil wir uns für den Markterfolg unserer Kunden verantwortlich fühlen.

Unsere Geschäfte machen wir mit Personen. Die Servicequalität ist das Empfinden von Personen. Also achten wir darauf, dass alles stimmt.

Unser Erfolg basiert auf langjähriger Erfahrung mit projektbezogenen Aufträgen. Kunden finden bei uns eine flache Firmenstruktur, qualifizierte und kompetente MitarbeiterInnen, eine moderne Fertigung und eine Logistik, die einen Zeitvorsprung durch hohe Verfügbarkeit und kurze Beschaffungszeit garantiert. Alle Leistungen und Prozesse werden durch eine moderne ERP-Software unterstützt.



Wir entwickeln und produzieren unsere Produkte ausschliesslich selbst – unsere Leistungen sind Made in Thurgau!

Unsere Produkte finden man in Maschinen, Apparaten und Geräten in den Branchen Maschinenbau, Elektrik und Elektronik, Steuer- und Regeltechnik, Automation, Bahnen, Wehrtechnik, Gastro / Haushalt, Robotik, Sicherheit und Sensorik, Datenwelt, Mess- und Prüfgeräten, in Baugruppen, etc.

TEFKON AG

Kabel + Systeme für industrielle Anwendungen
Poststrasse 7, 9220 Bischofszell, Telefon 071 424 2626
info@tefkon.ch, www.tefkon.ch



Alle unsere Leistungen sind nach Mass – nach Ihrem Mass!

Wir entwickeln und produzieren konfektionierte Litzen, Kabel und komplexe Systemlösungen ausschliesslich in eigener Fertigung.

Produkte der TEFKON AG sind Made in Thurgau

Kabel + Systeme für industrielle Anwendungen.



TEFKON AG | CH-9220 Bischofszell | tefkon.ch

BOHREN
FRÄSEN
DREHEN
MONTIEREN



Ihre Wünsche und Anforderungsprofile lösen wir **praktisch und kostengünstig** mit unseren modernsten CNC-Bearbeitungszentren.

VON DER BERATUNG BIS ZUR ENDMONTAGE SIND WIR IHR PARTNER!

BOLLIGER + DUDLI AG
PRÄZISIONSMECHANIK

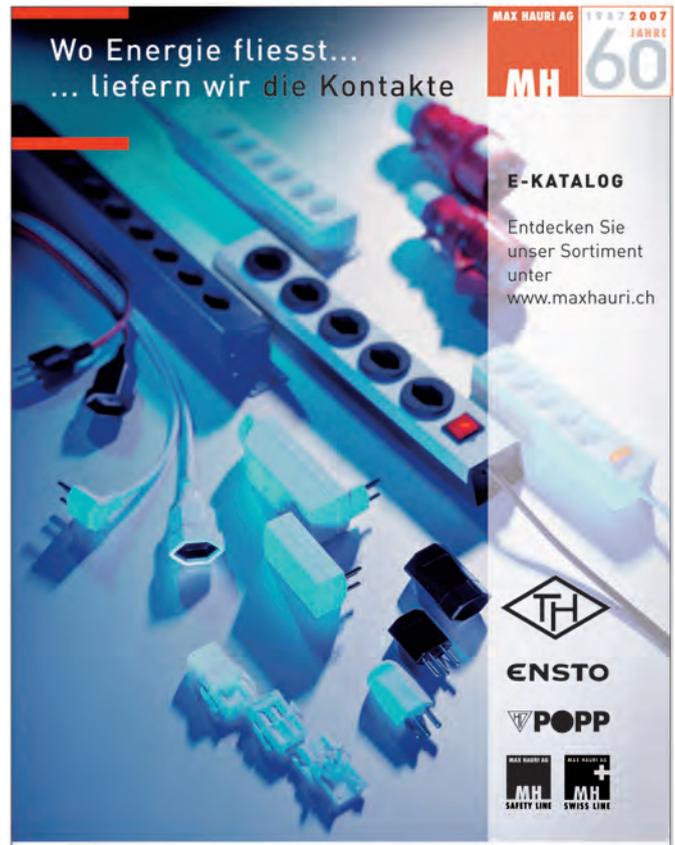


Hofstrasse 22 Tel. 071 463 13 53
8590 Romanshorn Fax 071 463 60 12
www.bolliger-dudli.ch

Wo Energie fließt...
... liefern wir die Kontakte

MAX HAURI AG 1947 2007
JAHRE
MH 60

E-KATALOG
Entdecken Sie unser Sortiment unter www.maxhauri.ch



TH
ENSTO
POPP
MAX HAURI AG MAX HAURI AG
MH SAFETY LINE MH SWISS LINE

MAX HAURI AG
Entwicklung, Herstellung und Vertrieb von Bauteilen für die Elektrotechnik
CH-9220 Bischofszell/Schweiz | Telefon +41 71 424 25 25 | Fax +41 71 424 25 90
www.maxhauri.ch | info@maxhauri.ch

VENTRA TECHNIK AG
VENTILATORENBAU

Radialventilatoren Axialventilatoren



Volumen 100 - 120'000 m³/h, Drücke 0 - 12'000 Pa
aus Stahl verzinkt, Aluminium oder **Edelstahl**
auch für aggressive und heisse Medien
Kundenspezifische Ausführungen
Eigene Produktion Schweizer - Fabrikat

VENTRA bewegt Luft

VENTRA TECHNIK AG
Arbonerstrasse 12, CH-8599 Salmsach
Tel. 071 461 14 47, Fax 071 461 14 48
E-Mail: ventra@bluewin.ch, www.ventra.ch

NEWS
aktuell, spritzig, online

www.leaderonline.ch

LEADERonline.ch ist das tagesaktuelle Internet-Portal
rund um die Ostschweizer Wirtschaft



Das Erfolgsrezept Schweiz

Dank Ausbildung, Innovation und Schaffenskraft hat sich die Schweiz von einem der ärmsten Länder in Europa zu einem der reichsten Länder der Welt entwickelt. Wir müssen auch in Zukunft in Forschung und Bildung investieren. Unsere freiheitliche Wirtschaftsordnung und das flexible Arbeitsgesetz dürfen nicht weiter ausgehöhlt werden. Nur so können wir für die Zukunft unser Wohlstandsniveau halten und an die nächste Generation weitergeben.

Im politischen Alltag bedeutet dies:

1. Die staatliche Regulierungsflut ist einzudämmen. Der Staat hat sich darauf zu beschränken, klare und einfache Rahmenbedingungen zu setzen, welche Unternehmen fördert und Rechtssicherheit garantiert. Ein Unternehmen zu führen, darf kein Hindernislauf sein.
2. Dank unserem dualen Bildungssystem hat unser Werkplatz sehr gut ausgebildet Arbeitskräfte, die Schweizer Spitzenqualität produzieren. Diese macht uns weltweit erfolgreich. Diesen Erfolg müssen wir auch unseren Kindern ermöglichen. Deshalb muss die Berufsbildung gestärkt und weiterhin von der Wirtschaft getragen werden. Die Verantwortung darf nicht an den Staat delegiert werden.
3. Die Steuerautonomie ist gegenüber der EU zu verteidigen. Die Schweiz darf sich auf keinen Fall dem Steuerdiktat der EU beugen. Die Steuerautonomie der Schweiz darf nicht angetastet werden.
4. Die Sozialwerke AHV und IV sind zu sanieren und ihre Schuldenberge sind abzutragen. Denn: Nur ein gesunder Staat ist auch ein sozialer Staat. Lebt der Staat auf Pump und macht er Defizite, müssen über kurz oder lang die Steuern erhöht werden. Sparen ist deshalb kein Selbstzweck: Ziel ist ein tiefer Steuersatz. Notwendig ist den finanziellen Spielraum zurück zu gewinnen, um die Unternehmens- und die Familiensteuern zu senken. Dies ist auch nötig, denn die neuen EU-Länder sind bereits auf der Überholspur. Sie haben beispielsweise ihre Gewinnsteuersätze von über 35% auf unter 20% gesenkt, während



Peter Spuhler, Unternehmer und Nationalrat SVP

in der Schweiz die Gewinnbesteuerung teilweise über 30% liegt.

Dass dieses einfache Rezept gelingt, hat der Kanton Thurgau deutlich bewiesen. Er hat die Finanzen unter grossen Anstrengungen ins Lot gebracht und die Steuern gesenkt. Dies sowohl für Privatpersonen als auch für Unternehmen. Damit hat sich der Thurgau im kantonalen Steuerwettbewerb von Rang 16 auf Rang 5 vorgearbeitet. Diese konsequente Politik hat mich überzeugt und dazu bewogen, den Holding-Sitz meiner neuen Unternehmung Aebi-Schmidt in den Thurgau zu verlegen. Damit fliessen zusätzliche Steuern in unseren Kanton und entstehen neue qualifizierte Arbeitsplätze.

Um unsere Ziele zu erreichen, müssen wir uns auf unsere Grundwerte wie Eigenverantwortung und Unabhängigkeit zurückbesinnen. Nur wenn diese Grundwerte Bestandteil unserer Kultur und Identität bleiben, werden Unternehmergeist und Eigeninitiative weiter blühen und unser Wohlstand erhalten bleiben.

Ich setze mich dafür ein, dass der Staat Rahmenbedingungen schafft, welche Kreativität und Unternehmertum fördern und Arbeitseinsatz belohnen. Heute die politischen Weichen richtig stellen, bedeutet Morgen freie Fahrt für den Werk- und Finanzplatz Schweiz, neue Arbeitsplätze und Wohlstand. Deshalb: Es gibt noch viel zu schaffen, gleichen wir unsere Zukunft richtig auf!

huan ying – Willkommen im Land des Lächelns

Vorbei ist die Zeit, als nur Schweizer Grosskonzerne das Land des Lächelns erobern konnten. Die Zeichen für kleine und mittelgrosse Betriebe in einem boomenden Markt Fuss zu fassen, stehen gut. Sehr gut. Doch wer die Hürde ins Reich der Mitte erfolgreich meistern will, braucht ein solides Sprungbrett, damit aus den Expansionsplänen keine Bruchlandung wird.



Die grösste Werkstatt der Welt. So wird China nicht selten bezeichnet. Tatsächlich scheint das Wirtschaftswachstum seit Jahren beinahe ungebremst, denn der Tigerstaat verzeichnet nach wie vor ein jährliches Wachstum von beinahe zehn Prozent. Das BIP wächst genauso rasant wie der Automobilbesitz und die Handyabdeckung. Eine Liste der Superlative liesse sich mit den Wirtschafts- und Entwicklungsdaten der letzten paar Jahre leicht erstellen.

Doch aller Euphorie zum Trotz ist China immer noch ein Land der Gegensätze. Tradition, Geheimnis und eine Jahrtausend alte Kultur stehen modernsten, technischen Entwicklungen und futuristischen Bauten gegenüber. Und doch ist die Zeit für KMU's günstig in den fernen Osten zu expandieren, gelten Qualität und Nischenprodukte als Zauberformel für eine erfolgreiche Eroberung des China-Marktes.

Der entscheidende Vorteil

Die Bedeutung der KMU's für die Schweizer

Wirtschaft ist unbestritten. Qualifizierte Spezialisten, technisches Know-How, hohe Innovationskraft und Flexibilität sind nach wie vor tragende Wettbewerbsvorteile, um auf dem Markt erfolgreich zu sein. Diese sind es auch, welche den Schweizer KMU's Tür und Tor zum chinesischen Markt öffnen, sind doch Schweizer Präzision und Qualität in China ungemein gefragte Produkteigenschaften.

Dies gilt für Produzenten genauso wie für Zulieferer. Denn an den Bereichen IT, Automobilindustrie, High-Tech, Energie und Umwelt ist China weltweit massgebend beteiligt und nicht selten sehen sich im fernen Osten ansässige Konzerne aus diesen Branchen mit Qualitätsproblemen chinesischer Komponenten konfrontiert. Kleine Stückzahlen bei hoher Qualität sind in China nach wie vor Mangelware. Ein bedeutender Vorteil für Schweizer KMU's, denn mit ihrer hohen Innovationskraft und Flexibilität sind sie die richtigen Partner für zahlreiche Produktions- und Montageunternehmen im lokalen Markt.

Die Möglichkeiten zum besten Preis in der Schweiz zu produzieren sind allerdings begrenzt, weshalb gerne mehr Schweizer KMU's mit einem Produktionsstandort in China gesehen würden.

Expansion mit Hindernissen

So gut die wirtschaftlichen Bedingungen auch sein mögen, es gibt trotzdem den einen oder anderen Stolperstein, den es zu vermeiden gilt. Insbesondere der Kulturunterschied ist eine der grössten Hürden für Schweizer Firmen. Natürlich findet man mittlerweile Titel in den Bücherregalen mit Titeln wie «Chinesen verstehen lernen» oder «Chance China – den Markt verstehen, richtig verhandeln, Strategien umsetzen», doch nichts führt an einem erfahrenen Partner vorbei, der mit den lokalen Verhältnissen vor Ort vertraut ist. Denn nicht nur die ungewohnte Schrift lässt uns manchmal nicht einmal mehr Bahnhof verstehen. Der Kulturschock ist also vorprogrammiert.

OrbiVision ist ein Unternehmen, welches Schweizer KMU's optimale Voraussetzungen bietet, sich im asiatischen Markt behaupten zu können. Zentrum ist der Businesspark in JiaShan, eine Stunde von Shanghai. Durch die geografische Nähe zu einem der wichtigsten Zentren in China verfügt dieser, neben einer hervorragenden Infrastruktur, auch über einen guten Zugang zum gesamten fernöstlichen Markt.

Konzentration auf die eigene Stärke

Das Konzept von OrbiVision ist im Prinzip einfach. Der Businesspark bietet eine Plattform für Schweizer KMU's, um sich auf dem asiatischen Markt zu etablieren und sich einen strategischen Vorteil in China zu verschaffen. Denn die Wahl einer richtigen Strategie und Berücksichtigung der relevanten Faktoren entscheiden über Erfolg und Misserfolg. Deshalb arbeitet OrbiVision ganz nach dem

Motto: Konzentration auf die Kernkompetenz. Nur so werden Abläufe optimiert und Kosten reduziert. Was dies konkret bedeutet, verdeutlicht sich am Besten an einem konkreten Beispiel. Eine Schweizer Firma aus Kradolf ist auf dem Weg ins Reich der Mitte. Ihr Produktspektrum reicht von anspruchsvollen Getrieben für Spritzgussmaschinen bis zu Hochpräzisionszahnradern für die Formel 1 und macht sie deshalb zu einem interessanten Zulieferer für den asiatischen Markt. OrbiVision verfügt ihrerseits über zehn Jahre Erfahrung in China sowie ausgezeichnete Verbindungen zur Lokalregierung und solide Einkaufs- und Logistikverbindungen. Eine Zusammenarbeit liegt also auf der Hand. Denn anstatt hohe Investitionen für den Bau von Bürogebäuden und Produktionshallen aufzuwerfen, kann von einer bestehenden Infrastruktur profitiert und damit die Kosten gesenkt werden. Die ortskundigen Spezialisten schliessen Erfahrungslücken in allen Belangen der chinesischen Bürokratie und der wirtschaftlichen sowie gesetzlichen Gegebenheiten. So werden den Neuankömmlingen zeit- und geldintensive Geschäftserlebnisse erspart.

Die Katze im Sack?

Unterm Strich gesehen, soll sich das Abenteuer China für ein Unternehmen natürlich auszahlen. Investitionen und Risiko sind unvermeidbar, wollen und sollen aber im Rahmen des Möglichen und vor allem überschaubar gehalten werden. Das ist schwierig, denn undurchsichtige Beteiligungen und pauschale Beratungspakete wecken immer wieder den Eindruck, man kaufe die Katze im Sack. Michael Scholl, CEO von OrbiVision, wirkt diesen Ängsten mit einem ganz einfachen Mittel entgegen: Individualität und Transparenz. Wer auch immer sich entscheidet mit OrbiVision den Weg nach China zu gehen, kann sich aus ihrem gesamten Service-



spektrum ein massgeschneidertes, seinen Bedürfnissen und Kostenvorstellungen entsprechendes Paket zusammenschnüren lassen. Auf diese Weise weiss man stets, welche Kosten und Risiken auf einem zukommen und kann sich auf wichtigeres konzentrieren; sein Kerngeschäft.

Scholl rät zudem von Joint Ventures ab und setzt in Sachen Firmenstruktur auf die so genannte WFOE, wholly foreign owned enterprise. Aus chinesischer Sicht sind dies vollständig ausländisch investierte Firmen, aus Schweizer Sicht bleibt das Eigentum am Unternehmen zu hundert Prozent dort, wo es hingehört: in die Schweiz. So wird das eigene Investment gesichert und das Risiko verringert.

Meister ihres Fachs

Bleibt noch die Frage, lohnt sich der Aufwand überhaupt, wenn mein Produkt sowieso gleich kopiert, noch billiger produziert und verkauft wird? Die Chinesen gelten wohl als Meister, wenn's ums Abgucken und Kopieren

geht. Schweizer Unternehmen haben aber nach wie vor einen entscheidenden Vorteil: Innovationskraft, Qualität und Image. Dies sind wertvolle Konkurrenzfaktoren, die nicht zu unterschätzen sind. Denn für ein original Schweizer Produkt ist man auch in China gerne bereit etwas mehr zu bezahlen.

Dennoch sollte man diesen Aspekt nicht aus den Augen lassen. Die Schweizer KMU's müssen ihr innovatives Potential in der Schweiz ausschöpfen. Konkret bedeutet dies hier forschen, neue Produkte entwickeln und diese in China produzieren und verkaufen. Das Konzept des OrbiVision Businesspark trägt genau diesem Umstand Rechnung und hilft Schweizer Unternehmen den Chinesen stets einen Schritt voraus zu sein. So steht einem langfristigen Asienerfolg nichts mehr im Weg.

OrbiVision AG
Juchstrasse 1, 8500 Frauenfeld
Telefon 052 723 09 80
www.orbivision.com

Nicht profitorientiert, aber dennoch gewinnträchtig

Am 28. September findet das 11. Wirtschaftsforum Thurgau statt

Am diesjährigen Wirtschaftsforum befassen sich die Referenten und Teilnehmer mit einem richtigen Paradethema. Persönlichkeiten wie Johann N. Schneider-Ammann, Hans Heinrich Coninx und Klaus M. Leisinger machen sich Gedanken zur Aussage «Alle gewinnen!».

TEXT: MARCEL BAUMGARTNER

Welche Unternehmerin, welcher Unternehmer will nicht Ende des Jahres von sich sagen können: «Wir haben Gewinn erzielt.» Aber auch kaum ein anderes Wort löst so viele ethisch-moralische Emotionen aus. Ob heiss ersehnt, hart erarbeitet oder mit genialen Tricks erzwungen, Gewinne lassen niemanden kalt. Der zentrale Treiber der freien Marktwirtschaft wird zum schillernden Problembegriff. Nicht zuletzt durch völlig abgehobene Finanzmärkte und reinkapitalistisch orientierte, anonyme Investorengruppen.

Enthusiasmus und Herzblut

«Wer ein Unternehmen allein auf den kurzfristigen finanziellen Profit reduziert, den es generiert, verurteilt es längerfristig zum Untergang», ist auch Markus Vogt, Organisator des Wirtschaftsforums, überzeugt. Warum dies? «Weil er ihm die Energien entzieht oder abspricht, die es aufgebaut haben und in die Zukunft tragen können: Den visionären Geist der Pioniere, die zähe Ausdauer der Aufbauenden, die Innovationskraft der zweiten Generation, die Flexibilität der Weiterführenden, kurz, den menschlichen Enthusiasmus, um mit Herzblut etwas zu erschaffen und am Leben zu erhalten.»

Konkretes Beispiel

Als Beispiel für etwas, was zwar nicht profitorientiert, aber dennoch gewinnträchtig ist, nennt Vogt das Wirtschaftsforum Thurgau. «Das Wirtschaftsforum ist ein lebendiges und konkretes Beispiel dafür. Es wird seit über zehn Jahren mit Leben gefüllt und auf hohem Niveau erfolgreich gemacht durch die Neugier, das Getriebensein und dem

starken Bedürfnis nach Austausch und nach neuem Ideengut der besten Köpfe, die das wirtschaftliche, soziale und politische Leben unseres Landesteils vorantreiben.»

Programm und Referenten

Ab 8.15 Uhr

Begrüssungskaffee

09.00 Uhr

Begrüssung durch Peter Schütz, Präsident Thurgauer Gewerbeverband

09.05 Uhr

Referat: «Lebensfähigkeit statt Gewinnmaximierung»

Stefan Baldenweg, Dipl. Ing. ETH MBA Insead, GL Mitglied Malik Management Zentrum

10.00 Uhr

Referat: «Auch der Werk- und Denkplatz Schweiz soll gewinnen!»

Johann N. Schneider-Ammann, Präsident und Delegierter Ammann Unternehmungen

10.45 Uhr

Pause

11.15 Uhr

Gespräch: «Persönlich nachgefragt»

Mona Vetsch im Gespräch mit Dr. Hans Heinrich Coninx, Verwaltungsratspräsident der Tamedia

11.45 Uhr

Referat: «Verantwortung der Aktienbörse: Wie viel ist genug?»

Prof. Dr. Erwin W. Heri, Universitäten Basel und Genf

12.45 Uhr

Stehlunch

14.00Uhr

Zwischentöne mit «SiSi & Groovenstein»

14.30 Uhr

Referat: «Gewinnt, wer Gewinn macht?»

Monika Ribar, CEO Panalpina Welttransport AG

15.15 Uhr

Pause

15.40 Uhr

Referat: «Wie verantwortlich sind Unternehmer gegenüber der Gesellschaft?»

Prof. Dr. Klaus M. Leisinger, Präsident und CEO Novartis Stiftung

16.30 Uhr

Schlusswort von Peter Schifferle, Präsident IHK Thurgau

«Themen, die den Unternehmern helfen»

Markus Vogt ist der Mann hinter dem Wirtschaftsforum Thurgau. Im Interview mit dem LEADER verrät er, warum das Thema «Gewinn» gewählt wurde, auf welches Referat er sich besonders freut und welche Themen für künftige Veranstaltungen geeignet wären.

Interview und Bild: Marcel Baumgartner

Das Thema des diesjährigen Wirtschaftsforums ist «Gewinn». Das muss doch eigentlich das Ziel eines jeden Unternehmers sein, oder?

Ja sicher, darum ist es unser Thema. Es stellt sich nur die Frage, ist der Gewinn das primäre Ziel oder die Folge guten Wirtschaftens.

Wie wird am Forum an dieses Thema herangegangen?

Wie jedes Jahr laden wir ganz unterschiedliche Persönlichkeiten ans Forum ein, die aus ihrer Sicht die entscheidenden Punkte besprechen und begründen werden. In der Regel beginnen wir mit einem theoretischen Grundsatzreferat über das Thema. Daran anschliessend kommen ausgewiesene Praktiker zu Wort.

Welches Referat weckt Ihr Interesse am meisten?

Da habe ich keine persönliche Rangliste, aber gespannt bin ich schon, was der CEO der Novartis Stiftung – Prof. Klaus Leisinger – zum Thema zu sagen hat. Die Frage der gesellschaftlichen Verantwortung des Unternehmers kommt auch beim Thema Gewinn zum Zug und interessiert mich ganz speziell.

Wieviele Besucherinnen und Besucher erwarten Sie dieses Jahr?

Wie jedes Jahr sind jetzt schon über 200 Teilnehmerinnen und Teilnehmer angemeldet. Einzelne Plätze sind noch zu haben. Die Erfahrung zeigt aber, dass sich zahlreiche Interessenten erst in den Schlusstagen entschliessen können.

Wie wird eigentlich das Thema gesetzt? Wer entscheidet, welches der Schwerpunkt eines Wirtschaftsforums ist?

Gemeinsam mit den Patronatsgebern diskutieren wir mögliche Themen und entscheiden uns dann gemeinsam für ein Jahresthema.



Organisator Markus Vogt

Welches Thema würde Sie gerne an einer der künftigen Veranstaltungen setzen?

Mich interessieren eigentlich alle Themen rund um Unternehmen. Vor allem aber finde

ich, dass wir nach aktuellen Themen suchen müssen, die unseren Teilnehmern helfen, ihr Unternehmen nachhaltig und erfolgreich zu entwickeln.

«Massgeschneiderte Verpackungslösungen»

Die Model-Gruppe mit Sitz in Weinfelden ist auf Entwicklung, Produktion und Vertrieb von hochwertigen und cleveren Verpackungen für alle Industriebereiche spezialisiert. Ursprünglich aus einer Handpappenfabrik hervorgegangen, blickt das Familienunternehmen mittlerweile auf eine 125-jährige Geschichte zurück. Es beschäftigt über 2800 Angestellte, verteilt auf mehrere Standorte in Europa. Dank einem jährlichen Umsatz von rund 598 Millionen Franken, ist es die führende Schweizer Verpackungsfirma.



Standort Weinfelden

gekauft. Erstere hat so die Grundlage gelegt, den bisherigen Tiefdruck mit neuester Offsetdrucktechnologie zu ersetzen und in den höchstwertigen Bereich der Kosmetikverpackungen vorzudringen. Am Hauptsitz in Weinfelden hat die Model AG im Bereich Wellkartonverpackungen mit einer neuen Flachbettstanze den technologischen Vorsprung gewahrt. Auch in die zentraleuropäischen Model-Werke ist kräftig investiert worden.

Das Thurgauer Unternehmen besitzt langjährige Erfahrung in der Entwicklung und Produktion von Verpackungslösungen aus Voll- und Wellkarton. Es produziert innovative Lösungen für die Bereiche Milch/Molke, Käse und Feinkost, Süßwaren, Getränkeindustrie, aber auch für Non-Food Erzeugnisse der Chemie/Pharma und Kosmetika.

Zur Sicherung der Zukunft und als Basis für eine stetige Weiterentwicklung des Unternehmens sind Investitionen in der Model-Philosophie seit je her ein wichtiges Bekenntnis der Firmenleitung. Die Vollkartonbetriebe Model PrimePac in Au und Model Kramp in D-Hanau haben letztes Jahr Offsetdruckmaschinen der neuesten Generation

Die meisten Model-Unternehmen sind nach 9001/2000 ISO-zertifiziert und erfüllen die Umweltnorm 14001 und EKAS-Richtlinien. Ebenso erfüllen die meisten Unternehmen die BRC/IoP-Zertifizierung der Lieferanten von Lebensmittelverpackungen und anderen Verpackungsmaterialien. Somit decken Model-Verpackungen die Kundenforderungen des Lebensmittelsektors bezüglich Produktesicherheit und Einhaltung gesetzlicher Vorschriften sowie eines Hygienestandards.

Model-Verpackungen überzeugen nicht nur Kunden und Partner, sondern auch Fachgremien. Seit vielen Jahren dürfen Model-Betriebe immer wieder Auszeichnungen und Preise entgegennehmen. Industrie und Handel wollen mehr Effizienz, geringere Kosten und höhere Erträge. Die Leistungsfähigkeit von Verpackungen rücken zunehmend in ihren Fokus. Tatsächlich lassen sich hier Effizienzpotenziale finden und mit den richtigen Partnern ausschöpfen. So kann durch die richtige Lösung z.B. der Zeitaufwand für die verkaufsfertige Platzierung von Waren am POS (2. Verkaufspunkt) reduziert werden. Markengerechtes Bedrucken bietet eine wichtige Orientierungshilfe



und fördert dadurch den Warenabsatz. Markenproduzenten interessieren sich daher vermehrt für Transportverpackungen, die sich schnell öffnen lassen und im Verkaufsregal ansprechend aussehen. Verpackungsbedürfnisse der direkten Model-Partner und der nachgelagerten Kette werden so befriedigt.

Es ist nicht selbstverständlich, dass sich ein Unternehmen nach 125 Jahren noch in den Händen der gleichen Familie befindet. Dazu braucht es neben unternehmerischem Weitblick auch ausgezeichnete Mitarbeiter und das Gespür, zum richtigen Zeitpunkt das Richtige zu tun.



Elisabeth Model, CEO Region West

UNSER 'PREISGEKRÖNTER SCHRANK'

1. Preis
beim Innovations-
wettbewerb
'Architektur und
Office'



"...Der Compactus® Office Electro ist eine gelungene Synthese aus Technologie und Design. Das Ergebnis ist mehr als eine Modernisierung – es inspiriert und verändert möglicherweise die Büroumgebung."

Ein Zitat aus dem Bericht der Jury des Innovationswettbewerbs "Architektur und Office" zu dem mit dem ersten Preis ausgezeichneten Compactus® Office Electro.

Ein wahrer Sieger, mit dem Sie Platz sparen und modernen Komfort genießen. Ein Entwurf mit gehärteten Glasplatten, die in Siebdrucktechnik mit einem einzigartigen Aufdruck versehen wurden, konzipiert von dem niederländischen Architekten Pim van Wylick. Die Stirnwände sind serienmäßig in Glas, Stahl oder Holzdesign erhältlich. In der Farbe, die zu Ihrer Büroeinrichtung passt. Maximale Flexibilität!

Lernen Sie die Innovation, Sicherheit und Ergonomie selbst kennen. Lassen Sie sich inspirieren!

Compactus &  bruynzeel

Tel. 052 724 0 724 www.compactus.ch info@compactus.ch

MIT UNS ARCHIVIEREN SIE IN DIE ZUKUNFT



Hochwertig. Funktional. Stilvoll.

arbonia
Heiztechnik

KERMI
Heiztechnik und Sanitär

prolux
Heiztechnik

ASCO SWISS
Heiztechnik

forster
Küchen und Kühlen

Miele
DIE KÜCHE

BP Piatti
Küchen

RWD Schlatter
Türen

EgoKiefer
Fenster und Türen

forster
Stahltechnik

STI Hartchrom
The precision company
Surface Technology

ASTA
Logistik



AFG
Arbonia-Forster-Holding AG

www.afg.ch