

# SPECIAL

August/07 2008

Eine LEADER-Sonderausgabe

## Peter Schütz

**Kernthemen definieren und angehen**

Seite 5

## Werner Messmer

**Im Zentrum stehen Inhalte –  
nicht Namen**

Seite 14

## Markus Vogt

**Eine Erfolgsstory ereignet  
sich nicht von selbst**

Seite 17

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** 

TEFKON AG | CH-9220 Bischofszell | [tefkon.ch](http://tefkon.ch)

# Gut verzahnt zum Erfolg

Networking pur by  
Industrie- und Handelskammer Thurgau  
Schmidstrasse 9, 8570 Weinfelden  
Telefon 071 622 19 19, Fax 071 622 62 57  
[info@ihk-thurgau.ch](mailto:info@ihk-thurgau.ch)  
[www.ihk-thurgau.ch](http://www.ihk-thurgau.ch)

**IHK** INDUSTRIE- UND  
HANDELSKAMMER  
THURGAU

**weinfelden**  
mittel  thurgau

heisst Sie herzlich willkommen  
zum  
Wirtschaftsforum Thurgau 2008



# Wirtschaftsforum Thurgau – ein Gewinn für alle

**W**er sich für Erfolgsrezepte und Zukunftsaussichten interessiert, trifft sich jährlich am Wirtschaftsforum Thurgau in Weinfelden. Auch dieses Jahr können wir uns auf die Referate hochkarätiger Persönlichkeiten – wie z.B. des bekannten Trend- und Zukunftsforschers Dr. David Bosshard – freuen.

Das Wirtschaftsforum Thurgau bietet eine ausgezeichnete Gelegenheit, sich für einen Tag aus dem Alltagsleben zu lösen, Grundsatzüberlegungen anzustellen und Weiterbildung zu betreiben. Daneben besteht die Möglichkeit, alte Bekanntschaften aufzufrischen und neue zu knüpfen. Jede meiner vielen Teilnahmen am Wirtschaftsforum Thurgau empfand ich als Bereicherung, als Gewinn. Manches, was referiert oder berichtet wurde, habe ich heute noch im Kopf. Als Regierungsrat bin ich stolz, dass es das Wirtschaftsforum Thurgau gibt, und allen dankbar, die sich an der Organisation und Finanzierung dieses wertvollen Anlasses beteiligen.

*Dr. Kaspar Schläpfer, Regierungsrat  
Chef des Departementes für Inneres und Volkswirtschaft des Kantons Thurgau*



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

**Verleger:**  
Natal Schnetzer

**Redaktion:**  
Marcel Baumgartner  
Stefan Millius  
Dr. Stephan Ziegler

**Redaktion 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

**Anzeigenleitung:**  
Walter Böni

**Marketingservice/Aboverwaltung:**  
Irene Hauser

**Abopreis:**  
Fr. 60.– für 18 Ausgaben

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

**Layout/Satz:**  
Beatrice Lang

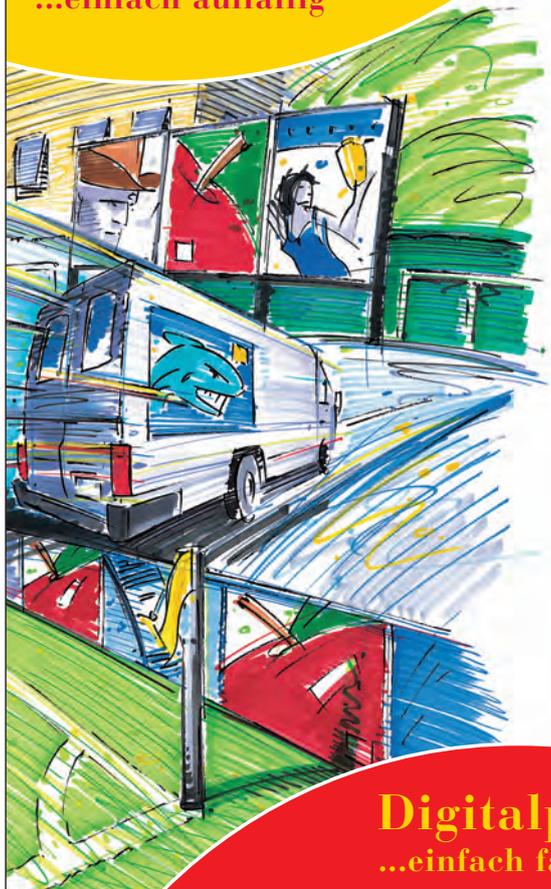
**Produktion:**  
AVD Goldach

#### **LEADER Sonderausgabe**

LEADER ist 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

**Beschriftung**  
...einfach auffällig



**Digitalprint**  
...einfach farbtreu



### Gestochen scharf für Sie im Bild

Sie bekennen gern Farbe? Und haben am liebsten ein klares Gesamtbild vor Augen? Dann eröffnet Ihnen unsere Produktionsagentur glänzende Aussichten. Unsere Spezialisten kreieren für Sie erhellende Lösungen von der Bildidee bis zur Farbwiedergabe. Perfekt abgestimmt auf jedes Druckverfahren und Material. Ob Digitalprint, Beschriftung, Pixelwork oder Displaykonzept.

Am besten, Sie machen sich selbst ein Bild davon. Wir freuen uns auf Sie!

**COLORSIGN**

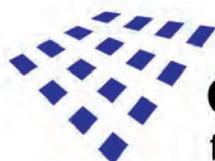
Digitalprint | Beschriftung | Pixelwork

Niederhof 13 | 9503 Stehrenberg  
fon 071 655 12 12 | fax 071 655 12 00

www.colorsign.ch



**Ihr Spezialist für hochwertige Formteile und Systeme aus faserverstärkten Kunststoffen**



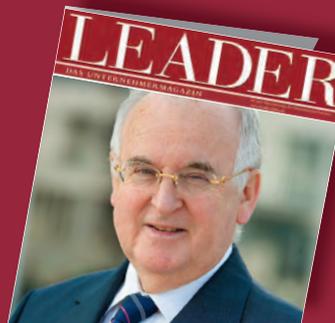
**compotech**  
formt ideen aus kunststoff

Compotech AG • Brunnenwiesenstrasse 4 • CH-8570 Weinfelden TG  
Telefon: +41 71 626 50 10 • Telefax: +41 71 626 50 20  
Internet: [www.compotech.ch](http://www.compotech.ch) • Email: [info@compotech.ch](mailto:info@compotech.ch)

# Leader lesen LEADER®

**LEADER.**  
Das Ostschweizer  
Unternehmermagazin.

Dr. Edgar Oehler, Chairman  
AFG Arbonia-Forster-Holding AG



Wussten Sie schon, dass es nun auch eine Ostschweizer Ausgabe des Standardwerks «Who's who» gibt? Und zwar die Liste unserer Abonnenten. Die führenden Persönlichkeiten unserer Region finden Sie hier – im Magazin oder unter der Leserschaft. Denn wir setzen auf Qualität statt Quantität, auf Klasse statt Masse. – Elitär, finden Sie? Da haben Sie völlig Recht.

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



# Kernthemen definieren und angehen

**Offensiver, aktiver, agieren statt reagieren: Peter Schütz, Präsident des Thurgauer Gewerbeverbandes, will Fragen, die der Wirtschaft wichtig sind, energischer bewirtschaften. Erreicht werden soll das durch ein starkes Themen-Setting.**

**Text:** Stefan Millius

**P**eter Schütz ist Thurgauer mit Leib und Seele – das ist im Gespräch spürbar. Wenn er kritische Worte für seine Heimat findet, dann nie destruktiv, sondern immer in der Absicht, zur Verbesserung beizutragen. Der Gewerbeverbands-Präsident ist sich als Unternehmer daran gewohnt, nüchtern zu analysieren und Schlussfolgerungen zu ziehen. Dass der Thurgau als Wohnkanton immer attraktiver wird und Neuzuzüger anzieht, hat Schütz sehr wohl zur Kenntnis genommen – aber auch, dass dieser Durchbruch in Bezug auf Unternehmen nicht im gleichen Mass erreicht wurde. Ein Manko sieht er vor allem darin, dass es nicht gelingt, grosse Arbeitgeber in den Kanton zu locken. Der Wigoltinger war als Privatperson, als Unternehmer, als Politiker und als Verbandspräsident sehr direkt davon betroffen, als Aldi die Pläne für den Bau seines Hauptsitzes in der Wohngemeinde von Schütz begrub. Immerhin war der deutsche Discounter von selbst auf den Standort gestossen und hatte den festen Willen, dort Wurzeln zu schlagen – bis die Widerstände zu gross beziehungsweise den Aldi-Verantwortlichen das Ganze zu mühsam wurde.

## Entwicklungsgebiete definieren

Peter Schütz ortet das Problem solcher und vergleichbarer Fälle darin, dass der Thurgau die wirtschaftlichen Entwicklungsgebiete zu wenig entschlossen und eindeutig definiert und einzont. Wer sich mit seinem Unternehmen im Thurgau niederlassen wolle, brauche schnelle und verlässliche Informationen. «Wir müssen klare Angebote für potenzielle Interessenten bereithalten», sagt der FDP-Kantonsrat dazu. Denn im Standortwettbewerb will bekanntlich kein Unternehmen Zeit verlieren mit unnötigen Abklärungen, die einem anderswo abgenommen werden.

Schwarzmalen will Schütz nicht. Im Gespräch weist er auch auf positive Beispiele in der Ansiedlungspolitik hin. Lidl hat sich in Weinfelden niedergelassen. Doch das Ganze ist dem obersten Gewerbler des Kantons zu wenig systematisch, nicht zielgerichtet genug. Zwar herrsche in weiten Teilen der Thurgauer Politik ein wirtschaftsfreundlicher Geist, doch scheitere es in konkreten Fällen oft an der professionellen Umsetzung. Im richtigen Moment müsse Spezialistenwissen abgerufen werden, fordert Schütz – wie das in der Privatwirtschaft auch geschehe.

## Richtiger Fokus auf Steuern

Die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Ansiedlungspolitik sieht der Unternehmer durchaus. So sei die starke Fokussierung auf die Steuerthematik im Thurgau richtig gewesen, nicht zuletzt, weil der Kanton hier einen gewissen Nachholbedarf hatte. Schütz konstatiert den Verantwortlichen diesbezüglich auch ein intelligentes Vorgehen. Während andere Kantone auf grosse, effektvolle Massnahmen setzten, die kurz Schlagzeilen machten, dann aber wieder verpufften, habe sich der Thurgau der Strategie der kleinen Schritte in die richtige Richtung verschrieben.

Wie kann der Gewerbeverband mithelfen, den Thurgau auch als Unternehmensstandort erfolgreicher zu machen? Die Verbesserung der Rahmenbedingungen steht für Peter Schütz zuoberst auf der «Wunschliste». Der Verband müsse versuchen, die Themen, die ihm und seinen Mitgliedern am Herz liegen, gezielt und pointiert anzusprechen und in den Vordergrund zu rücken. «Agieren statt reagieren» heisse das Motto. Die Kernthemen, die auf diese Weise offensiver angegangen werden sollen, wird der Gewerbeverband an speziellen Meetings definieren.

# GEWERBE THURGAU

THURGAUER GEWERBEVERBAND

Das Sprachrohr der Thurgauer KMU-Betriebe

## Willkommen bei UBS.

Wir sind ein kompetenter Partner in Ihrer Region und bieten Ihnen einen erstklassigen Service. Unsere KMU-Berater ermöglichen Ihnen den Zugang zu unserer ganzen Dienstleistungspalette und bringen Sie mit den richtigen Spezialisten zusammen.

Gerne stehen wir Ihnen für ein Beratungsgespräch zur Verfügung. Rufen Sie uns für einen Termin an.

**Joe Haas**, Leiter Geschäftskunden Thurgau, Tel. 052-723 51 08

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

You & Us



© UBS 2008. Alle Rechte vorbehalten.

Büro-Planung und Büro-Architektur | Büro-Möblierungen | Copy- und Printsysteme  
Media- und Konferenztechnik | Büromaterial und Schulbedarf | Büro-Umzüge  
Service- und Supportleistungen | Zentrum für ganzheitliche Büroeffizienz

 **WITZIG**  
THE OFFICE COMPANY

ALLES FÜRS GANZHEITLICH  
EFFIZIENTE BÜRO.

Witzig The Office Company | [www.witzig.ch](http://www.witzig.ch) | [info@witzig.ch](mailto:info@witzig.ch)



# Das Echte im Thurgau besser verkaufen

«Was nützt es, gut zu sein, wenn niemand davon erfährt? Glaubhaft kommunizieren heisst: Echte Leistungen sichtbar machen. Vertrauen gewinnen. Beziehungen aufbauen. In jeder Situation überzeugend auftreten und authentisch wirken.» So lässt sich in wenigen Sätzen die Botschaft zusammenfassen, welche die Psychologin Monika Matschnig den Teilnehmerinnen und Teilnehmern am 12. Wirtschaftsforum Thurgau vermitteln will. Die Frage, ob er bereits nach diesem Leitfaden handelt, muss sich jeder Unternehmer selber beantworten. Wie aber sieht es im Kanton Thurgau als Ganzes aus? Verkauft er sich gut, mittelmässig oder schlecht?

**Text:** Marcel Baumgartner

**F**ür Peter A. Schifferle, Präsident der Industrie- und Handelskammer Thurgau ist klar: Der Thurgau ist äusserst fortschrittlich und hätte eine Vielzahl von Gründen, sich im Rampenlicht zu präsentieren. Zahlreiche erfolgreiche Unternehmen haben ihren Sitz in dieser Region. Was die Steuern betrifft, so gehört man schweizweit zu den Besten. Und die Zukunft sieht rosig aus. Ein wesentliches Problem liegt aber in den Wurzeln: «Der Thurgauer ist von Natur aus eher zurückhaltend und zeigt sich und seine Leistungen nicht gerne», umschreibt Schifferle. Stehlen die CEOs der Firma also gewissermassen selber die Sonne? Durchaus. «Es gibt hervorragende Unternehmen, die kaum bekannt sind und nach traditioneller Art und Weise leben, aber gegen aussen nie viel sagen», so Schifferle, selber langjähriger CEO der sia Abrasives in Frauenfeld. Er hat damit die Probleme am eigenen Leib erlebt.

## Wirkung mit Sponsoring

Als man sich vor Jahren für den Börsengang entschied, war eine der grossen Herausforderungen, das Unternehmen weltweit und in der Schweiz bekannter zu machen. Unter anderem entschied man sich deshalb 1998 auch für das Sponsoring der Schweizer Bob-Nationalmannschaft. Die Wirkung blieb nicht aus. «Es hat verschiedene Personen aufgerüttelt», so die positive Bilanz von Schifferle. Einziger Wermutstropfen: Die mediale Präsenz beschränkt sich logischerweise nur auf das Winterhalbjahr.

Trotzdem: Auch in diesem Beispiel findet sich das Hauptschlagnwort des diesjährigen Wirtschaftsforums wider: Authentizität. Das Unternehmen hat sich nicht für irgendein Sponsoring entschieden, sondern für eines, das zur Firma passt. sia Abrasives leistet nicht nur finanzielle Beiträge an den Bobsport, sondern transferiert Know-how in der Oberflächenbearbeitung an die Bobathleten. Sie steht deshalb auch in einem engen menschlichen Verhältnis und erwartet von den Sportlern Teamgeist und offene Kommunikation.

## Gesamtheitliches Denken

Authentizität und Ausstrahlung ist es auch, was Schifferle als IHK-Präsident als wichtigen Antrieb sieht. Nach innen wie nach aussen. Einerseits sieht er es als grosse – unabdingliche – Herausforderung, an die Regionen des Kantons zusammenzuführen, ein gesamtheitliches Denken zu erzielen. Andererseits will er aber auch Brücken zu den Nachbarkantonen und ins Ausland schlagen. Man darf wohl behaupten, dass das zweite Vorhaben erst nach erfolgreicher Umsetzung des ersten möglich ist. Das Wirtschaftsforum kann hierzu einen Beitrag leisten.

Wie sagt Peter A. Schifferle richtig: Das Thurgauer Volk ist treu und arbeitswillig. Das sind echte Werte. Und Echtes hat gemäss dem diesjährigen Motto des Forums bekanntlich Erfolg. Nun muss man diese Echtheit nur noch besser verkaufen.

# Echtes hat Erfolg

Fälschungen und billige Nachahmungen überschwemmen den globalen Markt. Leere PR-Floskeln prägen die Firmenkommunikation. Wer glaubt noch, was Spitzenmanager von sich geben? Vor diesem Hintergrund wird eines immer wertvoller und gesuchter: das Echte. Authentizität ist gefragt. Doch wie kann man schaffen, überzeugend kommunizieren, verkaufen? Zu diesem Themengebiet sprechen am 12. Wirtschaftsforum Thurgau mehrere hochkarätige Referentinnen und Referenten.



Moderation  
Mona Vetsch  
Journalistin SF/DRS 3



David Bosshart  
Leiter GDI Rüschtikon

David Bosshart ist seit 1999 CEO des Gottlieb Duttweiler Instituts für Wirtschaft und Gesellschaft. Das Institut ist ein unabhängiger europäischer Think Tank für den Handel und dessen gesellschaftliches Umfeld (1962 gegründet vom europäischen Handelspionier Gottlieb Duttweiler). David Bosshart war tätig in Handelsunternehmen, in der Beratung, in der Lehre und in der wissenschaftlichen Forschung. Seine Arbeitsschwerpunkte sind die Zukunft des Konsums und gesellschaftlicher Wandel, Management und Kultur, Globalisierung und politische Philosophie. Der GDI-Leiter ist Autor zahlreicher internationaler Publikationen, mehrsprachiger Referent und gefragter Key Note Speaker in Europa, USA und Asien. Auftraggeber seiner Analysen und Vorträge sind internationale Konzerne und nationale Unternehmen aus Handel, Konsumgüter- und Dienstleistungsbranchen sowie Verbände, die Forschung und Wissenschaft.



Monika Matschig  
Dipl. Psychologin

Von 1996 bis 1997 absolvierte die ehemalige Volleyball-Leistungssportlerin eine Ausbildung zur Trainerin in der Erwachsenenbildung am Seminarservice in Graz. Die während dieser Zeit erworbenen Kompetenzen (Führungs- und Leitungskompetenz, Kommunikative, Soziale, Konfliktlösungs-, Präsentations-, Methodisch-didaktische Kompetenz) gibt sie seither als selbständige Trainerin, Beraterin, Coach und Referentin für nationale und internationale Trainingsinstitute an Unternehmerinnen und Unternehmer weiter. 2001 schloss sie das Studium als Mag. rer. nat. der Psychologie mit den Schwerpunkten Klinische Psychologie, Psychotherapeutisches Propädeutikum, Arbeits-, Betriebs-, Organisationspsychologie und Persönlichkeitspsychologie an der Grazer Karl-Franzens-Universität ab.



*Oliver Weisbrod  
CEO Weisbrod-Zürcher AG*

Von 2001 bis 2004 absolvierte Oliver Weisbrod das Nachdiplomstudium «Unternehmensführung» an der PHW mit Abschluss «Executive Master in General Management». Gleichzeitig war er in der Weisbrod-Zürcher AG tätig. Im März 2004 übernahm er die Krawattenabteilung der Weisbrod-Zürcher AG. Zwei Jahre später – im August 2006 – folgte schliesslich die Übernahme der operativen Leitung der Weisbrod-Zürcher AG mit Sabine Weisbrod-Steiner (Doppelbesetzung des CEO mit rund 130 Prozent Arbeitspensum). Wenige Monate darauf richtet man sich strategisch auf Inneneinrichtungstoffe aus. Hierfür wurden rund sechs Millionen Franken in neue breite Webmaschinen, ein neues Ausrüstungsgebäude und eine neuartige breite Ausrüstmaschine (Spannrahmen) nach neusten technischen und ökologischen Anforderungen investiert. Dieses Jahr übernahm man die Dekostoff-Produktion der Boller Winkler AG in Turbenthal.



*Erich Stekovics  
Studium der Theologie  
Quereinsteiger in den Beruf Landwirt*

1999 bricht Erich Stekovics sein Theologiestudium ab, um den kleinen Gemüsebaubetrieb seines Vaters weiterzuführen. Eine Entscheidung, die sich nicht unbedingt nach dem Beginn einer grossen Erfolgsgeschichte anhört. Doch für Erich Stekovics war der Gemüsebau nie eine Karriere zweiter Wahl. Inzwischen wachsen jährlich über 3000 Sorten Tomaten, in Österreich Paradeiser genannt, auf seinen Feldern, genauso wie eine grosse Vielfalt von Paprika, Erdbeeren, Gurken und Knoblauch. Erich Stekovics setzt seine Pflanzen unter freiem Himmel aus und überlässt sie ganz dem Lauf der Natur. Ohne Blick auf Ertrag und Aussehen der Früchte arbeitet er mit den Extremen des Klimas. Es hat sich herausgestellt, dass grosse Temperaturschwankungen, der ständige Wind und der Verzicht auf Bewässerung die Aromen in besonderer Weise zur Entfaltung bringen. Geerntet wird zum Zeitpunkt der Vollreife.



*Herbert Bolliger  
Präsident der Generaldirektion des Migros-  
Genossenschaftsbundes*

Herbert Bolliger studierte an der Universität Zürich Betriebswirtschaft und verfügt über eine breite Erfahrung im Finanz- und Informatikbereich sowie im Detailhandel. 1983 wechselte er von der Firma Bayer in den Migros-Genossenschaftsbund (MGB) und später in verschiedene Migros-Genossenschaften. Ab 1998 war er Geschäftsführer der Genossenschaft Aare. 2004 wurde Bolliger zum neuen Präsidenten der Generaldirektion des MGB gewählt. Das Amt seines Vorgängers, Anton Scherrer, trat er im Juni 2005 an. Er ist verheiratet und Vater von zwei Kindern.



*Kurt Imhof  
Professor für Publizistikwissenschaft und  
Soziologie*

Kurt Imhof wurde 1956 geboren und ist Professor für Publizistikwissenschaft und Soziologie am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung IPMZ und am Soziologischen Institut SUZ der Universität Zürich. Er ist Leiter des «fög – forschungsbereich öffentlichkeit und gesellschaft» der Universität Zürich, Mitglied des Ludwig Boltzmann Institute for European History and Public Spheres und des National Center of Competence in Research. Forschungsschwerpunkte von Kurt Imhof liegen in der Öffentlichkeits- und Mediensoziologie, Gesellschaftstheorie, Soziologie sozialen Wandels und Konfliktsoziologie.



## «Ein CEO ist ein Gefangener des heutigen Systems»

Sein Referat am Wirtschaftsforum wird mit Spannung erwartet. Im Interview erklärt David Bosshart, Leiter GDI Rüschtikon, was er den Teilnehmern auf den Weg geben will, wieso er bei vielen Firmen eine gewisse Hilflosigkeit feststellt und wieso es in gewissen Sparten keinen Spass mehr macht, CEO zu sein.

**Interview:** Marcel Baumgartner

### **Herr Bosshart, wie «authentisch» und «echt» sind die Schweizer Unternehmer im Allgemeinen?**

David Bosshart: Das hängt sehr stark von der Branche ab. Banken sind anders authentisch als die Dienstleister des Tourismus oder die Industrie. Generell können wir höchstens sagen: Authentisch sein heisst, wahrhaftig zu sich selbst sein. Sich nicht selbst betrügen, und seine starken Werte, die den Kunden bewusst sind, pflegen und immer weiterentwickeln. Sehr schön haben wir bei der UBS gesehen, dass eine Firma nicht beliebig mit ihren Werten spielen kann. Wer über Jahrzehnte ein Image von seriös, risikoavers, verlässlich aufgebaut hat, kann nicht plötzlich gegen die Tops der Investmentbanker wie Goldman Sachs oder J.P. Morgan antreten. Sonst zerstört man sich selbst – und zwar in rasantem Tempo.

### **Ihr Referat steht unter dem Motto «Warum Echtheit und Klarheit zu den entscheidenden Erfolgsfaktoren werden». Heisst das, dass diesen Faktoren derzeit noch zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt wird?**

Ich stelle eine gewisse Hilflosigkeit bei vielen Firmen fest, weil die Veränderungen viel massiver und schneller kommen, als wir das wahrnehmen. Die neuen Vorbilder für die kommenden Märkte

und sich entwickelnden Nationen sind nicht mehr Westeuropa oder Amerika – Russland, China, Indien gewinnen. Aber mit denen können wir allein schon wegen ihrer Grösse gar nicht in den Wettbewerb treten. Wir müssen zuerst wissen: Was wollen wir? Mit wem können wir es aufnehmen? Gegen wen haben wir wie eine Chance? Dann sehen wir sehr rasch, dass wir zu dem stehen sollten, was wir können, und was wir in Zukunft besser machen können. Wenn Sie Golf spielen wollen, sollten Sie nicht gegen Tiger Woods antreten. Wenn Sie billig sein wollen im Detailhandel, sollten Sie nicht mit dem Preis gegen Aldi argumentieren. Authentizität heisst, seine Chancen und Limiten kennen, und Spass an seiner Leistung haben.

### **Was haben die Entwicklungen für einen Einfluss auf die Unternehmen? Müssen Sie sich anders orientieren?**

Die Zukunft, vor allem für mittelständische Unternehmen, liegt in guten Partnerschaften und Kooperationen. Niemand mehr ist alleine stark genug. Aber man braucht Partner, die zu einem passen. Sonst geht gar nichts mehr.

## Was muss ich berücksichtigen, um als Unternehmer einen authentischen Eindruck zu hinterlassen?

Nochmals ganz klar: Ein Unternehmer hat seine Prinzipien, an die hält er sich. Er braucht auch eine gewisse Sturheit, wenn er vom Erfolg seiner Strategie überzeugt ist. Aber die Spielregeln kann er flexibel anpassen und neu gestalten. Darin liegt der Punkt: sich selbst treu bleiben, seine Linie durchziehen, aber anpassungsfähig bleiben. Und notfalls hat er den Mut, nein zu sagen. Auch wenn es um ein grosses Geschäft geht.

## Hinterlassen hohe Managerlöhne einen authentischen und echten Eindruck?

Dieses Thema betrifft vor allem die öffentlich gelisteten Firmen. Es macht heute keinen Spass mehr, CEO einer gelisteten Firma zu sein. Mehr denn je reden Investoren, Verwaltungsrat und alle möglichen Anspruchsgruppen von Medien bis Behörden und Kunden drein. Man ist permanent der Kritik und der kurzfristigen Erwartungshaltung von allen Seiten ausgesetzt. Ein CEO riskiert heute sein Image, seine persönliche Intimität, und darum werden die Löhne bei gelisteten Firmen weiter steigen. Das ist leider normal, aber alles andere als vernünftig. Mit Authentizität hat das gar nichts mehr zu tun. Ein CEO ist ein Gefangener des heutigen Systems. Wer etwas anderes behauptet, lügt wahrscheinlich.

## Kann ich authentisch sein und dennoch grosse Gewinne erzielen?

Selbstverständlich.

## Was wollen Sie den Teilnehmern des Wirtschaftsforums auf den Weg geben?

Dass sie sich bewusst werden, dass die kommenden Veränderungen viel massiver sein werden als je zuvor. Die Vorbilder ändern sich. Die Informationen ändern sich. Aber die Menschen sind kaum zu ändern. Darum brauchen alle Unternehmen, auch Nonprofit-Organisationen und staatliche Betriebe, eine Strategie, die Orientierung und Sicherheit bietet. Daraus entsteht Vertrauen, Glaubwürdigkeit, eine Identität und damit Authentizität auch bei den Anspruchsgruppen. Wer permanent alles ändert, schafft nur Unsicherheit. Wer offen ist nach allen Seiten, ist vermutlich

### GDI – Unkonventionell und wegweisend

Seit über vierzig Jahren ist das Gottlieb Duttweiler Institut (GDI) ein Garant für unabhängige Forschung, die quere und unkonventionelle Denkweisen nicht nur zulässt, sondern fördert. So entstehen neue Ansätze und wegweisende Ideen. Dank weltweiter Vernetzung funktioniert das GDI als Wissensplattform, auf der wirtschaftliche und gesellschaftliche Themen am Puls der Zeit erforscht, diskutiert und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Das GDI ist ein Ort der Begegnung, ein Ort der kühnen Ideen, ein Ort der Überwindung mentaler Grenzen.





**Führend im Transport von flüssigen und losen Lebensmitteln.**

Transfood AG – Foodlogistik und internationale Lebensmittel-Tank- und Silo-Transporte  
 Juchstrasse 45 – CH-8501 Frauenfeld – Telefon +41 52 725 01 00 – info@transfood.ch – www.transfood.ch



**Landgasthof  
 Wartegg**

Wo der Gast im Mittelpunkt steht  
 Wo eine kreative Küche Sie begeistert  
 Wo Sie in gediegenen Räumen Ihre Feste feiern  
 Wo Sie in unter Platanen den Sommer geniessen können

als Ihre Gastgeber  
 Familie Jules und Monika Frei mit Team  
 8554 Müllheim-Wigoltingen, beim Bahnhof  
 Tel. 052 770 08 08, Fax 052 763 17 25  
 Mittwoch Ruhetag

[www.landgasthof-wartegg.ch](http://www.landgasthof-wartegg.ch)

*Ihre Zufriedenheit – unser Bestreben*

**Ob Seminar, Kongress, Weiterbildung, Sitzung oder Präsentation**

**5-800 Personen finden bei uns die besten Voraussetzungen.**

**Nutzen Sie unsere Erfahrung und Flexibilität.**



Hotel Thurgauerhof  
 Thomas-Bornhauser-Strasse 10, CH-8570 Weinfelden  
 Telefon +41 71 626 33 33, Telefax +41 71 626 34 34  
 info@thurgauerhof.com, www.thurgauerhof.com

**Das Team der Generalagentur Weinfelden:**  
*Kompetent, engagiert und motiviert im Dienste der Versicherten.*



**Die Mobiliar**  
 Versicherungen & Vorsorge

Generalagentur Weinfelden, Franz Koller  
 Bankstrasse 15, 8570 Weinfelden  
 Telefon 071 626 26 60 - Fax 071 626 26 61  
 Besuchen Sie uns unter: [www.mobiweinfelden.ch](http://www.mobiweinfelden.ch)



**Seit über 90 Jahren  
 mit Farbe zum Ziel**

Tel. 071 634 60 80 Fax 071 634 60 88  
[www.baumann-maler.ch](http://www.baumann-maler.ch)

# Das Programm

26. September 2008 an der WEGA

## Ab 08.15 Uhr

Begrüßungskaffee

## 09.00 Uhr

Begrüßung

Peter Schütz

## 09.05 Uhr

David Bosshart

«Authentizität – warum Echtheit und Klarheit für Industrie, Handel und Dienstleistungen zu den entscheidenden Erfolgsfaktoren werden.»

## 10.15 Uhr

Monika Matschnig

«Sie entscheiden über Ihre Wirkung. Immer. Überall.»

## 11.00 Uhr

Pause

## 11.30 Uhr

Oliver Weisbrod

«Marktnischen als Chancen für Authentizität»

## 12.15 Uhr

Swiss Tenors

Zwischentöne

## 12.45 Uhr

Steh-Lunch

## 14.15 Uhr

Erich Stekovics

«Erfolg braucht Leidenschaft; oder Früchte zum hineinbeissen.»

## 15.00 Uhr

Persönlich nachgefragt

Mona Vetsch im Gespräch mit Herbert Bolliger

## 15.30 Uhr

Pause

## 15.55 Uhr

Kurt Imhof

«Der Fetisch Authentizität und die Zerstörung des Privaten»

## 16.40 Uhr

Schlusswort

Peter Schifferle

## Anschliessend

Schlussapéro

# Leo Wundergut & Swiss Tenors

Die Schweiz hat sie also auch: Tenöre der Spitzenklasse. Und noch viel mehr: Gründer, Spiritus Rector und jugendlich dramatisches Tenor-Urgestein ist Leo Wundergut. Die Formation bildet die «Zwischentöne» am Wirtschaftsforum Thurgau.

Zum Repertoire der Swiss Tenors gehören neben Highlights aus Oper, Operette und Musicals auch bekannte Schweizer Songs und Schlager des 20. Jahrhunderts (Geschwister Schmid, Cabaret Fédéral, Cabaret Cornichon etc.) sowie Prügel- und Wrestlingnummern erster Güte. Mit ihrem neuen Hazy-Osterwald-Medley ehren sie nicht nur den 85-jährigen Grandseigneur der Schweizer Unterhaltungskunst, sondern lassen seine unvergessenen Melodien mit frischem Wind aufleben.



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

## Jetzt anmelden

Planen Sie diesen wertvollen Tag in Ihrer Agenda für nur 675 Franken und erleben Sie einen Tag, der Ihnen Power für neue Taten bringt. Es erwarten Sie hervorragende Referate, viele Gelegenheiten zu intensivem Networking, ein köstlicher Business-Stehlunch, Kultur pur und und und.

### Anmelden

Die Anmeldung ist übertragbar. Rückvergütung gewähren wir im Verhinderungsfall: bis 30 Tage vorher 70%, bis 14 Tage vorher 50%, später erfolgt keine Rückvergütung.

### Anreise

Benutzen Sie das Felsen-Parking im Zentrum von Weinfelden. Bahnreisende erreichen das Tagungszentrum bei der katholischen Kirche ab Bahnhof Weinfelden in fünf Minuten. Ab Bahnhof und ab Felsen-Parking ist der Weg zum Tagungszentrum beschildert.

### Tagungsort

Das Wirtschaftsforum Thurgau findet jeweils am WEGA-Freitag, im WEGA-Tagungszentrum, Freistrasse 13, bei der katholischen Kirche Weinfelden in unmittelbarer Nähe zum Bahnhof und Parkhaus Felsen statt.

**Anmeldung unter: [www.wirtschaftsforumthurgau.ch](http://www.wirtschaftsforumthurgau.ch)**



# Im Zentrum stehen Inhalte – nicht Namen

Er ist einer der Männer der ersten Stunde. Mit der diesjährigen Veranstaltung ist das Dutzend voll. Nationalrat Werner Messmer blickt auf die elf Wirtschaftsforen zurück und stellt fest, dass insbesondere die Konstanz einen bleibenden Eindruck hinterlassen hat.

**Interview:** Marcel Baumgartner

## **Herr Messmer, kann man Sie als «Geburtshelfer» des Thurgauer Wirtschaftsforum bezeichnen?**

Ja, das ist gar nicht so falsch. Nachdem ich kurze Zeit der Thurgauer Industrie- und Handelskammer vorstand, übernahm ich das Präsidium des Thurgauer Gewerbeverbandes. Diese Konstellation führte zu einer engen Beziehung der beiden Verbände, speziell zwischen deren Präsidenten Peter Schifferle und mir. Sie führte auch zu verschiedenen gemeinsamen, erfolgreichen Projekten wie zum Beispiel «Chance Thurgau». Dazu gesellte sich mit Markus Vogt ein Freund, der nur so sprudelte von Ideen. Dieses Trio «zeugte» dann nicht nur das Wirtschaftsforum, sondern auch den «Thurgauer Apfel».

## **Wie schwer war die «Geburt» dieses Anlasses?**

Die grösste Hürde ist immer der Zweifel am Gelingen eines Projektes. Bedenken und Vorbehalte galt es zu überwinden. Entscheidend aber war dann der feste Glauben der drei Geburtshelfer an den Erfolg. Mit Herzblut vertraten wir die Idee in den Vorständen und bei möglichen Sponsoren. Scheinbar wirkten wir glaubwürdig und überzeugend, denn es war kaum Widerstand auszumachen.

## **Und wie sind Sie mit der Entwicklung des «Kindes» zufrieden?**

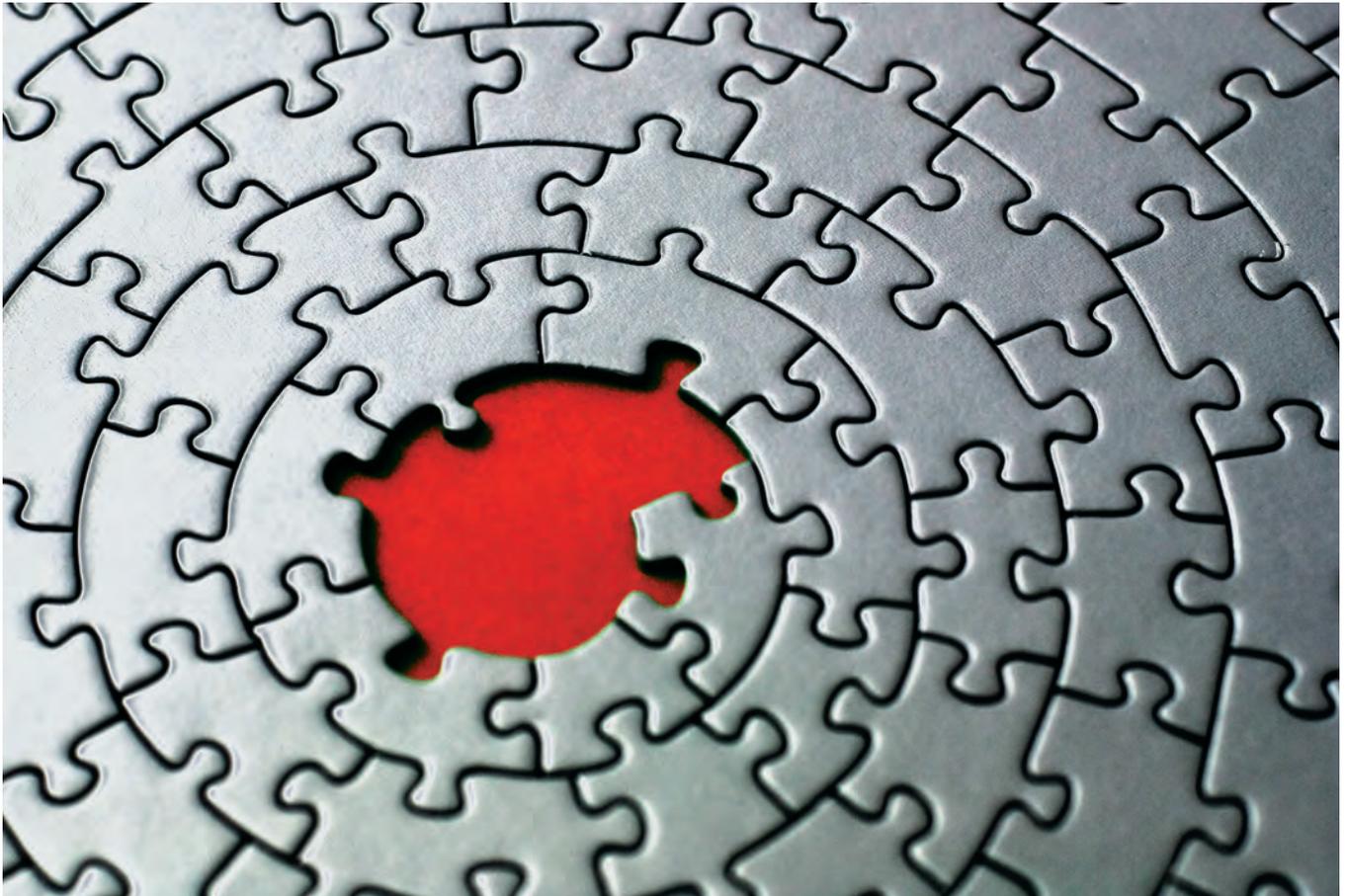
Sehr. Es war schnell den Kinderschuhen entwachsen, ist heute kerngesund und geniesst grosses Ansehen. Am meisten befriedigt die Tatsache, dass die allermeisten Besucher Dauergäste sind, was belegt, dass sie das bekommen, was sie sich vorstellen und wünschen. Das ist der schönste Lohn eines jeden Veranstalters.

## **Was waren rückblickend die Highlights?**

Entscheidend für einen Erfolg ist der Start. An unserem ersten Forum engagierten wir nur einen einzigen Referenten. Wir hatten Glück, der Referent schlug ein, begeisterte und legte somit den Grundstein für die Zukunft. Obwohl anschliessend eigentlich jedes Forum ein Highlight war, bleibt das erste aus erwähnten Gründen in besonderer Erinnerung.

## **Gibt es Referenten, die Ihnen speziell in Erinnerung geblieben sind?**

Wir legten immer grossen Wert auf eine gute Ausgeglichenheit der Referenten. Im Zentrum unseres Interesses stand der Inhalt, die Botschaft, und nicht der Name. Klingende Namen sind noch kein Garant für gute Inhalte und ich bin froh, dass diese Phi-



osophie heute noch angewendet wird. Natürlich freut sich jeder Veranstalter über Topshots, aber sie müssen sich in das Tagesthema einordnen lassen und nicht umgekehrt. Darum will und kann ich keinen Referenten speziell hervorheben.

### **Wie hat sich das Forum während all der Jahre verändert bzw. entwickelt?**

Die Ausgeglichenheit der Referenten, die Konstanz des Niveaus, die praxisorientierten Themen sind die Stärken des Thurgauer Forums. Kritik wurde ernst genommen, aufgetretene Mängel sofort korrigiert. Somit erreichte unsere Veranstaltung schon nach wenigen Jahren eine hohe Qualität, welche in den folgenden Jahren gehalten werden konnte. So beeindruckt also weniger die Veränderung, sondern die Konstanz, ganz besonders beeindruckt dabei die Vielzahl der Dauergäste, die jedes Jahr treu dabei sind. Eigentlich die zuverlässigste Qualifikation der Veranstaltung.

### **Gab es auch Bereiche, die weniger zufrieden stellend waren?**

Natürlich gab es auch an unserem Forum zu korrigieren. Sei es bei der Technik, der Pausengestaltung, der Verpflegung usw. Speziell in den ersten Veranstaltungen merkten wir aber auch, wie schnell sich ein Einbruch speziell bei den Referenten auf die Anmelde-

freudigkeit auswirkt. Darum bin ich dankbar, dass uns unverzüglich die richtigen Korrekturen gelungen sind.

### **Worin unterscheidet sich der Anlass Ihrer Meinung nach von anderen, ähnlichen Veranstaltungen?**

Erstens begrenzen wir die Teilnehmerzahl auf 250. Das ermöglicht uns, das Forum in einem Saal durchzuführen, der schon seiner Raumgestaltung wegen eine spezielle Atmosphäre ausstrahlt. Die räumliche Nähe zu den Referenten ist für alle Teilnehmer einzigartig. Zweitens legt das Thurgauer Wirtschaftsforum wert auf Kultur, weshalb an jedem Forum auch die Musik in ihrer Vielfalt oder kabarettartige Auftritte innerhalb des Programms ihren Platz finden.

### **Wen hoffen Sie dereinst einmal am Wirtschaftsforum anzutreffen?**

Natürlich würden auch wir uns über die Teilnahme eines Bundesrates freuen. Da das Forum aber ein Bestandteil der WEGA ist, sind wir zeitlich an diese Messe gebunden. Darum fällt das Forum immer in die Zeit der Herbstsession und während dieser Zeit hält der Bundesrat seine wöchentliche Sitzung am Freitag ab. Aber wer weiss, vielleicht treffe ich doch einmal einen Vertreter unserer Landesregierung am Wirtschaftsforum Thurgau.

Der sichere Wert  
in Ihrem Keller

WEINGUT  
BURKHART  
WEINFELDEN

B

Weingut Burkhardt, Hagholzstrasse 5, 8570 Weinfelden  
Tel: 071 622 47 79, Fax: 071 622 47 89  
info@weingut-burkhardt.ch, www.weingut-burkhardt.ch



Wir sorgen uns um Ihren Abfall.

Wir finden auch für Sie das optimale Entsorgungskonzept.  
Wir entsorgen vorschriftsgemäss, umweltverträglich und kostenoptimiert. Heute und auch in Zukunft.

Juchstrasse 45, 8501 Frauenfeld  
Telefon 052 728 05 11, www.hugelshofer.ch



#### Sie suchen einen Veranstaltungsort für ...

- Ihre Generalversammlung oder Delegiertenversammlung
- Ihre Vorstandssitzung
- Ihre Klausurtagung
- Ihren Mitarbeiterausflug
- Ihr Vorstands- oder Mitarbeiteressen
- Ihre Geburtstagsfeier mit musikalischer Umrahmung



#### Sie finden bei uns ...

- zeitgemäss eingerichtete Seminarräume
- Konzerte in barockem Ambiente
- einen festlichen Speisesaal
- ein reichhaltiges Angebot aus Küche und Keller
- einen kulturellen Schauplatz
- ein flexibles Team, das Sie bei der Planung Ihres Anlasses gerne unterstützt



#### Besuchen Sie uns im historischen Kulturerbe

Weitere Informationen finden Sie unter:

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

oder rufen Sie uns an: Telefon 071 978 72 20.



# Eine Erfolgsstory ereignet sich nicht von selbst

Nach welchen Massstäben werden Themen und Referenten gesetzt? Markus Vogt, einer der Initianten und Realisator des Wirtschaftsforums Thurgau erklärt, wieso die Veranstaltung so erfolgreich ist und blickt zurück auf eine der grössten Pannen des Forums.

**Interview:** Stefan Millius

## **Herr Vogt, was hat den Anstoss gegeben zur Entstehung des WFT innerhalb der WEGA?**

MarkusVogt: Das war eindeutig Professor Fredmund Malik. Ich hatte in einer Phase beruflicher Neuorientierung an seinem Management Zentrum St.Gallen ein Seminar besucht, und der Mann hat mich so überzeugt und mir aus dem Herzen gesprochen, dass ich spontan den Wunsch hatte, ihm eine gebührende Plattform mit einem hochkarätigen Publikum zu schaffen. Am 1. WFT 1997 hat er denn auch einen ganzen Tag lang 180 Teilnehmende in seinen Bann gezogen und begeistert; das Wirtschaftsforum war geboren! Da war übrigens auch ein tüchtiges unternehmerisches Risiko dabei. Ich hatte für einen respektablen Honorarbetrag unterschrieben, ohne Sicherheit, dass das Forum funktionieren würde...

## **Welches waren die wichtigsten Faktoren, die zum anhaltenden Erfolg dieser für die Ostschweiz neuen und einmaligen Veranstaltung geführt haben?**

Ich habe eigentlich vor allem die von Professor Malik entwickelten Prinzipien «Richtiges und Gutes Management» in die Tat umgesetzt. Ich hatte sie schon lange mit mir herumgetragen, ohne dass sie so klar formuliert waren: in erster Linie die absolute Orientierung auf das Ergebnis hin. Damit etwas Gutes und Erfolgreiches zustande kommt, müssen das Ziel und das Ergebnis allen Beteiligten möglichst klar vor Augen stehen. Dann richten sich auch die Ideen und Energien darauf aus, und es wird etwas bewegt. Meine Vision war, ein hochkarätiges Forum für die führenden Leute aus Industrie, Gewerbe und Verwaltung zu schaffen. Nicht zu gross, auf die Ostschweiz fokussiert, mit aktuellen Themen, die einen starken und direkten Bezug haben zu den Tätigkeiten der Teilnehmenden. Mit einem angenehmen und perfekt organisier-

ten Rahmen für Ideenaustausch und Begegnung. Jeder Teilnehmende sollte nach Hause gehen können mit einer klaren Vorstellung: «Das und das setze ich jetzt konkret um!»

## **Was haben die Teilnehmenden am Forum am meisten geschätzt und was hat so viele bewegt, Jahr für Jahr wieder dabeizusein?**

Ich denke, ausschlaggebend war, dass wir das Forum konsequent auf die tatsächlichen Bedürfnisse der Teilnehmenden ausgerichtet haben, und dass wir uns bemühten, es bis ins letzte Detail so perfekt wie möglich zu organisieren. Da gäbe es so Vieles aufzuzählen: Die Nähe zwischen Publikum und Referentinnen sowie Referenten. Wir haben sie bewusst miteinander gemischt. Der straffe, gut eingehaltene Zeitplan. Das hochstehende Catering in den Pausen und beim «Stehlunch». Die funktionierende Technik. Die gehaltvollen Unterlagen und die Feedback-Kultur mit den Teilnehmenden. Die professionelle Kommunikation im Vorfeld und danach. Die kulturellen Einlagen mit Pfiff und Niveau (sie gehörten übrigens von Anfang an zu meinem Konzept). Das alles waren Puzzleteile dieser Erfolgsstory. Einmal abgesehen von den aktuellen Themen und der Qualität und Bekanntheit der Referenten, versteht sich.

## **Was hat Sie bei der Auswahl der Themen und Referenten geleitet?**

Wir haben immer nach Themen gesucht, die gerade am Horizont der Aktualität auftauchten und die einen starken und direkten Bezug hatten zur Tätigkeit und zu den Führungsaufgaben der Teilnehmenden. Bei der Referentensuche bemühte ich mich immer, mindestens einen bekannten Namen zu gewinnen, vor allem aber

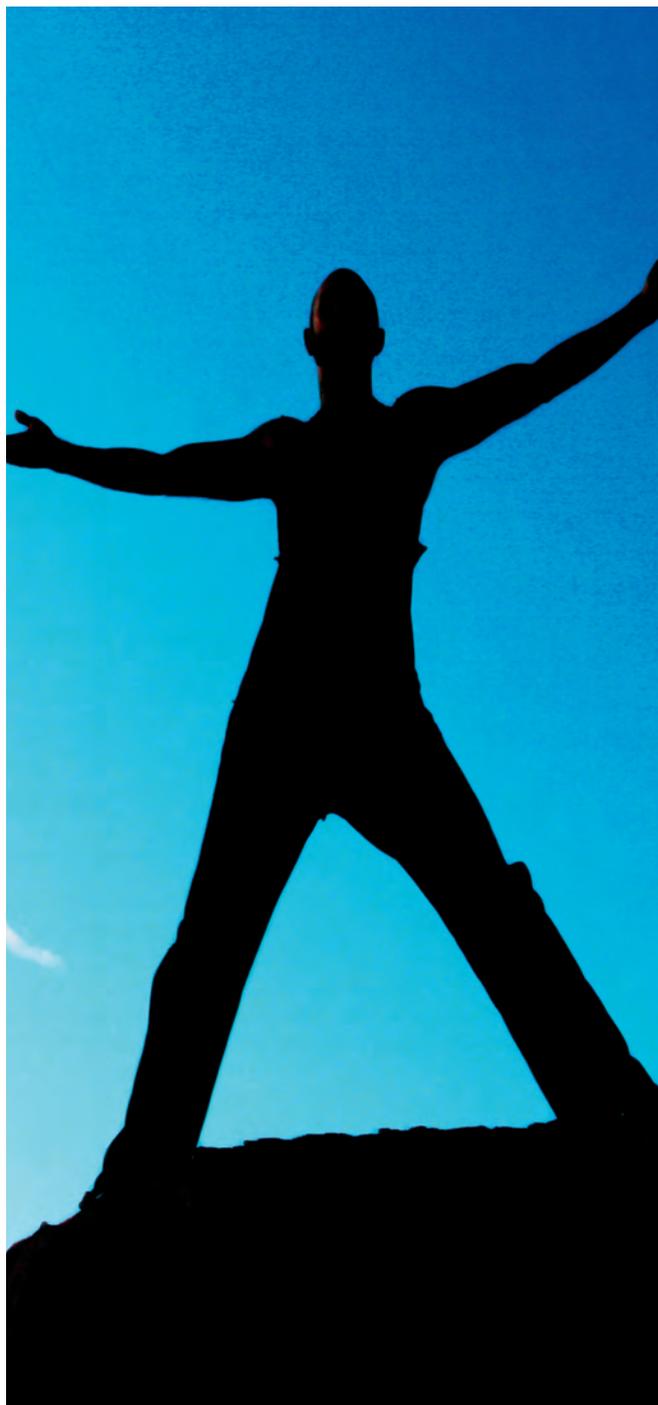
Leute, die wirklich etwas zu sagen hatten und dies auch mit Beispielen aus ihrer Alltagspraxis belegen konnten. Schöne Ideen waren schon gut, aber was die Teilnehmenden am meisten interessierte, war ja stets der Transfer in ihre eigene Arbeitswelt. Dazu kamen professionelle Moderatoren, meist vom Fernsehen oder von anderen Medien. Bei dieser Suche bin ich keine Kompromisse eingegangen, und das hat sich gelohnt. Sie war aber auch aufwändig; ich habe meist schon neun Monate vor dem Forum damit begonnen. Der Termin war ja von der WEGA her fixiert, und die Leute mussten dann auch verfügbar sein.

### **Gab es auch Schwierigkeiten und Pannen, mit denen das WFT zu kämpfen hatte?**

Natürlich gab es die, und sie haben mich manchmal ganz schön ins Schwitzen gebracht. Nur zwei Beispiele: Einmal hatte Alexander Pereira, der Zürcher Opernhaus-Direktor, auf mein wiederholtes Bitten und Drängen hin endlich seine Teilnahme zugesagt. Aber genau eine Woche vor dem Forum kam eine Absage; er musste ins Ausland fliegen, um ein Kinderheim einzuweihen an dem Platz, wo sein Vater bei einem Flugzeugabsturz umgekommen war. In letzter Minute organisierte die damalige Moderatorin Alenka Ambrosz einen Termin mit einem professionellen Kamerateam, besuchte Alexander Pereira und nahm ein Interview auf. So konnte sich der berühmte Opernintendant bei meinem Publikum persönlich entschuldigen. Das Forum war gerettet. Ein andermal war mir ein Kapuziner-Pater als Moderator empfohlen worden, den ich aber nie persönlich erlebt hatte. Nach einer Stunde Forum wurde klar, dass er dieser Aufgabe überhaupt nicht gewachsen war. Wir mussten ihn heimschicken, und Werner Messmer, der dem Forum über all die Jahre treu zur Seite stand, musste «fliegend» übernehmen. Mit der Folge, dass im nächsten Jahr die Anmeldungen zögerlicher eintrafen als gewohnt. Es verträgt nicht viel bezüglich Qualität...

### **Was für ein Mensch und Berufsmann steht hinter der Vision WFT und den vielen andern Projekten, die Sie für den Thurgau und Weinfelden realisiert haben?**

Mein «Herkunftsland» ist die Versicherungsbranche. Während über 20 Jahren war ich Generalagent der Berner Versicherung für den Thurgau. 1993 übernahm ich als Mitglied der Direktion die Verantwortung für die ganze Ostschweiz. Nach der erfolgreichen Zusammenführung von Berner Versicherung und Berner Leben in der Ostschweiz schied ich dort aus und machte mich selbständig, mit Schwerpunkt im Bereich Beratende Kaderselektion für Verkauf und Marketing. Seit 1995 war ich Präsident der WEGA und habe mich auch sonst vielfältig engagiert, wenn es darum ging, Weinfelden und den Thurgau zu fördern, besser zu positionieren und zu verkaufen. Diese Region hat so viel zu bieten und liegt mir seit je so am Herzen, dass ich immer wieder neue Projekte anriss und durchzog. Zum Beispiel den Thurgauer Motivationspreis «Thurgauer Apfel», das Tourismusforum Thurgau, die Schlaraffia Wein- und Gourmetmesse oder die erste Schweizer Kirchenmesse Swissegglise. Aus demselben Motiv wirkte ich auch im geschäftsleitenden Ausschuss von Thurgau Tourismus mit. Das Thurtal und seine Menschen haben mich immer bewegt und angespornt, so Vieles in Bewegung zu bringen.



#### **WFT – die Themen:**

- 1997: Chance Thurgau – vom Wort zur Tat
- 1998: Management ist der wichtigste Konkurrenzfaktor
- 1999: Der Kanton Thurgau begrüsst das neue Jahrtausend
- 2000: Die Herausforderung Kommunikation
- 2001: Die Verantwortung des Unternehmers
- 2002: Die Chancen von Rand- und Grenzregionen
- 2003: Branding – eine Marke ist mehr als ein Logo
- 2004: Neues Vertrauen finden
- 2005: Wachstum? Wachstum.
- 2006: Innovationsimpulse – Anregungen zum Anpacken
- 2007: Gewinn in der Wirtschaft – dominierendes Ziel oder Basis für nachhaltigen Erfolg
- 2008: Authentizität – echt oder aufgemotzt?

# BDO

BDO Visura

Treuhand und Immobilien  
Wirtschaftsprüfung  
Unternehmensberatung und Informatik  
Steuer- und Rechtsberatung



«Ganz schön clever - das neue Tool von BDO Visura!»

## «Internet-Treuhänder» Das zeitgemässe Hilfsmittel, um Sie spürbar zu entlasten.

Besuchen Sie unsere Info-Veranstaltung «BDO Visura Internet-Treuhänder Frühstück»:  
**Dienstag, 25. November 2008, 07.30 - 09.00 Uhr, Hotel Thurgauerhof, Weinfelden**

Informationen und Anmeldung bei:

**BDO Visura**, Löwenstrasse 16, 8280 Kreuzlingen, Telefon 071 677 97 97, Fax 071 677 97 98  
kreuzlingen@bdo.ch, [www.bdo.ch](http://www.bdo.ch)



**Lilienberg – Oase und Treffpunkt für Unternehmerinnen, Unternehmer und unternehmerische Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft!**



Unsere Webseite [www.lilienberg.ch](http://www.lilienberg.ch) gibt Ihnen einen Überblick über unsere Aktivitäten sowie das Raumangebot und die Infrastruktur für die Durchführung Ihrer eigenen Anlässe.

Mit einem Jahresbeitrag von CHF 50.– können Sie als **Lilienberg Interessent** Foren und ausserordentliche Gespräche erleben. Sie erhalten ausserdem unsere Lilienberg Zeitschrift sowie den Aus- und Rückblick über unsere Anlässe.

Lilienberg Unternehmerforum, CH 8272 Ermatingen, Telefon +41 71 663 23 23, [info@lilienberg.ch](mailto:info@lilienberg.ch)

Treuhand  
Wirtschaftsprüfung  
Gemeindeberatung  
Unternehmensberatung  
Steuer- und Rechtsberatung  
Informatik - Gesamtlösungen

**OBT**

Bahnhofstrasse 3  
8570 Weinfelden  
Tel. 071 626 30 10

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

**Alle werben  
um Ihre Gunst.**



**Avalanche**



**Espérance**



**Prima Donna**



**First Red**

Unter vielen auszuwählen, die Ähnliches versprechen, ist gar nicht leicht. Bei Wirtschaftsprüfern und Treuhändern ist es wie bei der Wahl der richtigen Rose für einen Rosenstrauss. Erst eine sorgfältige Prüfung schafft Klarheit. OBT bietet Ihnen Gewähr für echt schweizerische Gründlichkeit, Kompetenz aus einer Hand und persönliche Nähe. Nehmen Sie uns beim Wort.

**abacus business software**

Integriertes Dokumentenmanagement – durchgängig digital – von A-Z papierlos > Intelligente, vernetzte, papierlose Archivierung > Zeit- und kostensparender Datenaustausch mit zertifizierter, gesetzeskonformer Sicherheit

< digital erp >

 **ABACUS**

CH-9301 Wittenbach-St. Gallen, Tel. 071 292 25 25, [www.abacus.ch](http://www.abacus.ch)