

**Rahel Scherz und  
Nathalie Glaus**

## Frauenpower – auch in Service-Clubs

Seite 30

# Service-Clubs in der Ostschweiz

**Harald Marschner**

«Die Welt braucht unsere  
grenzenlose Zuwendung» 8

**Ilse Oehler**

«Müssen wir über  
die Bücher?» 12

**Karl Lüönd**

Warum es heute dringend  
Service-Clubs braucht. 17

**Thomas Druyen**

Über Verdienste, Vermögen  
und Veränderungen. 24

**Jahre 125**  
seit 1886  
**Labhart**  
GOLDSCHMIEDE  
UHRMACHER  
ST.GALLEN  
CHRONOMETRIE Inhaber: Romano Prader

oben an der MARKTGASSE 23  
ST.GALLEN, www.chronometrie.ch

## Das Haus der berühmten Marken

Blancpain  
Breitling  
Bulgari  
Century  
Certina  
Eterna  
Fortis  
Franck Muller  
**IWC**  
Jaeger-LeCoultre  
Max Bill  
Montblanc  
Nomos  
Omega  
Oris  
Reuge  
Erwin Sattler  
Ulysse Nardin  
Vacheron Constantin  
Victorinox





BMW Cabrios

[www.faessler-garage.ch](http://www.faessler-garage.ch)



Freude am Fahren



# SONNE GENIESST MAN AM BESTEN IM FAHRTWIND.

BMW und Cabrio: Eine Kombination, die pure Freude am Fahren verspricht. Das neue BMW 6er Cabrio ist die wohl ästhetischste Form des Gefühls von Freiheit. Ein wahres Meisterwerk, das unsere Reihe dynamischer Cabrios vollendet. Entdecken Sie auch das neue BMW 1er Cabrio, das elegante BMW 3er Cabrio und den sportlichen BMW Z4 in unserem Showroom – und erleben Sie das Gefühl Cabrio bei einer Probefahrt. Mehr Informationen unter [www.faessler-garage.ch](http://www.faessler-garage.ch)

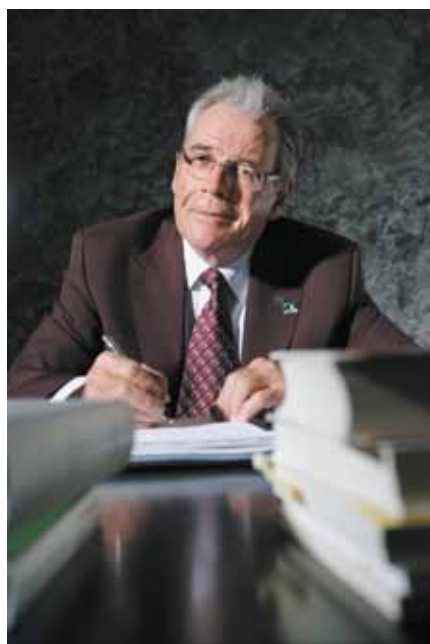
## DIE BMW CABRIOS.

**BMW EfficientDynamics**  
Weniger Verbrauch. Mehr Fahrfreude.

**Sepp Fässler AG**  
Feldstrasse 11  
9050 Appenzell  
Tel. 071 788 30 60  
[www.faessler-garage.ch](http://www.faessler-garage.ch)

**Sepp Fässler (Wil) AG**  
Toggenburgerstrasse 78  
9500 Wil  
Tel. 071 913 99 33

# Zum Kerngeschäft der Service-Clubs



Unter dem Titel «Jung, verantwortungsvoll, vernetzt» wusste der Zürcher «Tages-Anzeiger» (wer denn sonst?) zu berichten, die Service-Clubs seien bei den Jungen «out». In Zürich entstehe «eine Szene von sozial verantwortlichen Jungunternehmern», Nachhaltigkeit sei ihr «Geschäftsmodell», mit Dinner im Park und Mittagessen im Hub Zürich ([www.hubzurich.org](http://www.hubzurich.org)): «Man weiss, dass Umweltschutz und Gewinne sich nicht beissen. Im Anzug fühlen sie sich ebenso wohl wie in Jeans und Turnschuhen. Ziel ist es, Geld zu verdienen. Aber nur mit Tätigkeiten, die der Gesellschaft dienen und der Natur nicht schaden.»

So einfach ist das. Es erinnert mich an meine Jugendjahre: die Zeit der Blumenkinder. Nur: Wo Blumenkinder und Helden von damals gelandet sind, wissen wir: bei den Realos oder in der Heimatlosigkeit – und einige wenige sind einfach stehen geblieben.

Dennoch oder gerade deswegen müssen wir die neuen Szenen ernst nehmen. Wir müssen die Sehnsüchte der Jungen, ihre Träume und Illusionen als Herausforderungen sehen, uns daran aufladen und daran reiben, weil Reibung Wärme schafft. Karl Lüönd bringt es in seinem Beitrag auf den Punkt: «Der Einblick in fremde Lebenswelten, der Nachvollzug anderer Denkweisen, die Entdeckung neuer Fragestellungen und die Formulierung schlüssiger Antworten könnten zum Kerngeschäft von Rotary, Lions und Kiwanis werden.»

Voraussetzungen dazu sind ein beschleunigter Integrationsprozess von Jungen und Frauen. Und der Blick über die Landesgrenzen. Der Verjüngungsprozess in den Serviceorganisationen sei «unsere grösste Herausforderung», stellt Ilse Oehler fest. Und nicht nur auf lokaler und nationaler Ebene müssen wir das Frauenpotenzial in einem ganz anderen Mass ausschöpfen als bisher, auch international. Gastreferent Harald Marschner führt dazu aus: «Der wichtigste Ansatz zum Handeln sind die Frauen; bei ihnen liegt der Ansatz zur Lösung. Armutsbekämpfung ohne Stärkung der Frauen wird nicht funktionieren. Wenn Geburtenraten sinken sollen, müssen die Frauen mehr Rechte bekommen, um ihr eigenes Leben und das ihrer Kinder bewusst mitgestalten zu können.»

Die traditionellen Service-Clubs haben durchaus eine Zukunft, wenn viele Clubmitglieder sich als gute Franchisenehmer ihrer Organisation verhalten und dem Franchisegeber (Rotary, Lions, Kiwanis) mit ihrer Dienst- und Diskursbereitschaft auch etwas zurückgeben. Nur starke, gut verankerte Marken wirken letztlich nachhaltig, nicht launenhafte städtische Szenen. Und starke Marken sind immer auch geprägt von einer gewissen «Ambivalenz». Altes neben Neuem, Sechseläuten neben Streetparade – das macht die starke Marke Zürich aus. Mit den Service-Clubs verhält es sich ähnlich – eine gute Portion Neugier vorausgesetzt.

Bruno Glaus

Governor 2010/11, Rotary Distrikt 2000 ([www.distrikt2000.ch](http://www.distrikt2000.ch))

# Wir sind noch stärker geworden

## Herzlichen Dank meinem Team.

Ein Jahr lang durfte ich mit Leidenschaft den Rotary Distrikt 2000 leiten – hervorragend unterstützt von meinen Mitarbeitenden. Wir sind in dieser Zeit gewachsen und noch stärker geworden. Dank viel Frauenpower:



**Nathalie Glaus**

Rechtsanwältin und Wirtschaftsinformatikerin M.A. HSG und lic. oec., betreut die Schwerpunkte IT-/Lizenz-Recht, Vertragsrecht KMU und international, Medienrecht und Gesellschaftsrecht (interessiert an VR-Mandaten).



**Dagmar Dörig-Meyer**

MLaw, Rechtsanwältin und öffentliche Notarin, betreut die Schwerpunkte Vertragsrecht, Arbeitsrecht, Gesellschaftsgründungen, Beurkundungen, Marken- und Werberecht.



**Véronique Dumoulin**

MLaw betreut ab Herbst 2011 die Schwerpunkte Familien-, Ehe- und Erbrecht, Erwachsenenschutzrecht, Scheidungsrecht und Strafrecht.

Sie haben gemeinsam mit meiner Frau lic. phil. Marlies Glaus, den juristischen Mitarbeitern Thomas Buser und Paul Zahner sowie den Mitarbeitenden im Sekretariat massgebend zum Erfolg beigetragen. Nach einem bewegten Governorjahr freue ich mich nun, wieder als Rechtsanwalt und öffentlicher Notar in «meinem» Team tätig sein zu dürfen. Und ich freue mich, wenn Sie Glaus & Partner Ihr Vertrauen schenken.

Dr. Bruno Glaus

# Glaus & Partner

RECHTSANWÄLTE

Anwaltspraxis | Beurkundungen | Mediation

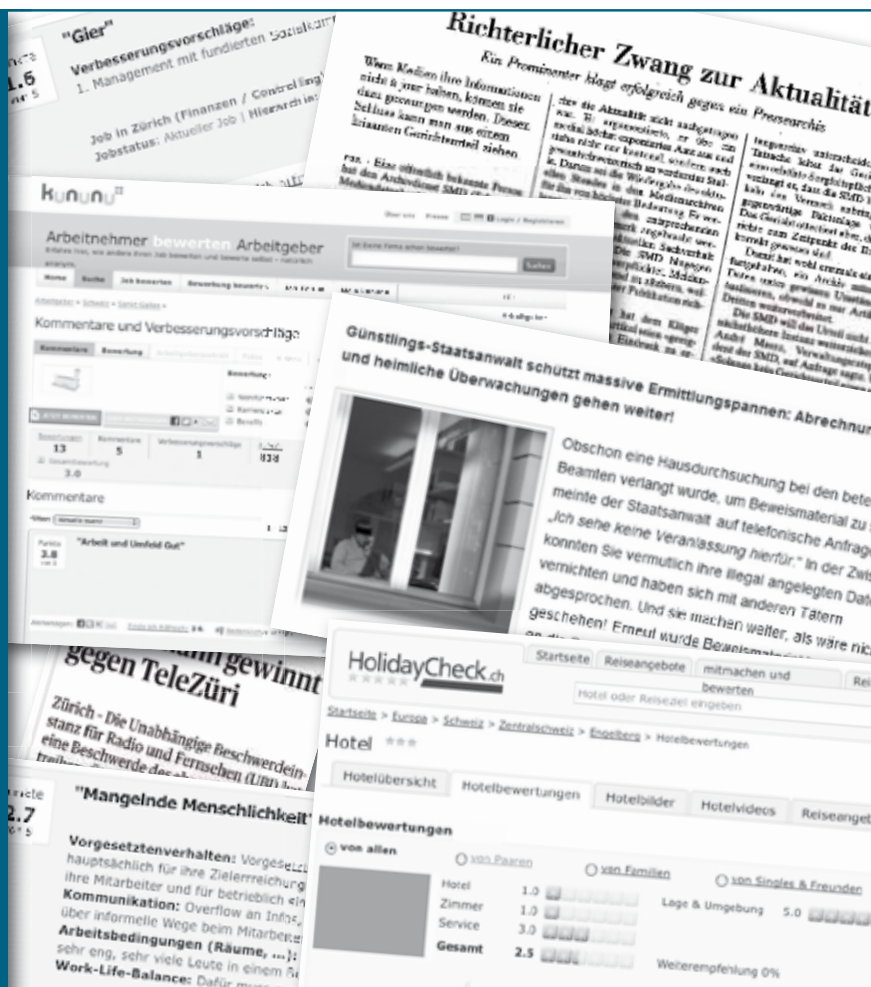
Obergasse 28 | 8730 Uznach | Telefon +41 (0)55 285 20 20 | praxis@glaus.com | www.glaus.com

Nathalie Glaus / Bruno Glaus

## «Neue Medien und Persönlichkeitsschutz»

erscheint im Winter 2011/2012

Jetzt bestellen  
zum Subskriptionspreis über  
[www.glaus.com](http://www.glaus.com)





## SPECIAL Service-Clubs 7/2011

**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

|                                                     |                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Verleger:</b>                                    | Natal Schnetzer                                                                                                                                                                   |
| <b>Redaktion:</b>                                   | Marcel Baumgartner (Leitung)<br>mbaumgartner@metrocomm.ch<br>Dr. Stephan Ziegler<br>Daniela Winkler                                                                               |
| <b>Fotografie:</b>                                  | Bodo Rüedi                                                                                                                                                                        |
| <b>Herausgeberin,<br/>Redaktion<br/>und Verlag:</b> | MetroComm AG<br>Zürcherstrasse 170<br>9014 St. Gallen<br>Tel. 071 272 80 50<br>Fax 071 272 80 51<br>www.leaderonline.ch<br>www.metrocomm.ch<br>leader@metrocomm.ch                |
| <b>Geschäftsleitung:</b>                            | Natal Schnetzer<br>nschnetzer@metrocomm.ch                                                                                                                                        |
| <b>Verlags- und<br/>Anzeigenleitung:</b>            | Martin Schwizer<br>mschwizer@leaderonline.ch                                                                                                                                      |
| <b>Marketingservice/<br/>Aboverwaltung:</b>         | Irene Hauser<br>sekretariat@metrocomm.ch                                                                                                                                          |
| <b>Abopreis:</b>                                    | Fr. 60.– für 18 Ausgaben                                                                                                                                                          |
| <b>Erscheinung:</b>                                 | Der LEADER erscheint 9x<br>jährlich mit Ausgaben<br>Januar/Februar, März, April,<br>Mai, Juni, August, September,<br>Oktober, November/Dezember,<br>zusätzlich 9 Special-Ausgaben |
| <b>Gestaltung/Satz:</b>                             | Marisa Gut                                                                                                                                                                        |
| <b>Produktion:</b>                                  | Sonderegger Druck AG, Weinfelden                                                                                                                                                  |

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

ISSN 1660-2757

metr•  
comm

SPECIAL



|                                                                                           |           |                                                                                |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Ethik, Toleranz und Dienst<br/>für den Nächsten</b>                                    | <b>6</b>  | <b>«Networking ist nicht das<br/>Wichtigste»</b>                               | <b>20</b> |
| Die Entstehung und Bedeutung der<br>Service-Clubs                                         |           | Im Gespräch mit Jean-Pierre Gagnebin                                           |           |
| <b>Wertgemeinschaft auch<br/>in der Grossstadt</b>                                        | <b>7</b>  | <b>Haben Vermögende eine<br/>Verantwortung gegenüber<br/>der Gesellschaft?</b> | <b>24</b> |
| Rotary: Mit einfacher Grundidee<br>zum weltumspannenden Netzwerk                          |           | Prof. Thomas Druyen über Verdienste<br>und Veränderungen                       |           |
| <b>«Wir müssen an vielen Ecken<br/>anpacken»</b>                                          | <b>8</b>  | <b>Nachhaltig Investieren zur<br/>Steigerung der Lebensqualität</b>            | <b>26</b> |
| Harald Marschner über die<br>wichtigsten Rotary-Ziele                                     |           | Antoinette Hunziker-Ebneter<br>über Sinn und Gewinn                            |           |
| <b>«Ausdruck der eigenen<br/>Persönlichkeit»</b>                                          | <b>11</b> | <b>«Gleichberechtigung will nicht<br/>Gleichheit»</b>                          | <b>30</b> |
| Kiwanis ist insbesondere im<br>karitativen Bereich tätig                                  |           | Im Gespräch mit Rahel Scherz<br>und Nathalie Glaus                             |           |
| <b>«Müssen wir über die Bücher?»</b>                                                      | <b>12</b> | <b>Die Bedeutung des Sponsorings</b>                                           | <b>36</b> |
| Ein Kommentar von Ilse Oehler,<br>Kiwanis-Mitglied                                        |           | Finanzielle Mittel für einen guten<br>Zweck                                    |           |
| <b>Offenheit und Transparenz</b>                                                          | <b>14</b> | <b>Andere Lebenskultur kennen-<br/>lernen</b>                                  | <b>41</b> |
| Philipp Brändle erklärt, nach<br>welchen Grundsätzen Kiwanis lebt                         |           | Der Stellenwert der Lehrlingsausbildung<br>beim Technologiekonzern Bühler      |           |
| <b>«Wir dienen»</b>                                                                       | <b>16</b> | <b>Damit Chancen nicht verpasst<br/>werden</b>                                 | <b>42</b> |
| Die ersten europäischen Lions<br>Clubs wurden in Schweden<br>und in der Schweiz gegründet |           | Stadler-CEO Jürg Gygax über die<br>Bedeutung der Service-Clubs                 |           |
| <b>Neugier als Kernkompetenz</b>                                                          | <b>17</b> |                                                                                |           |
| Die Zukunft der feinen Gesellschaft –<br>Von Karl Löönd                                   |           |                                                                                |           |

# Ethik, Toleranz und Dienst für den Nächsten

Ein Service-Club ist eine formal organisierte Gruppe von Menschen, die auf der Grundlage gemeinsamer Werte freundschaftliche Beziehungen innerhalb des Clubs pflegen und sich gleichzeitig gemeinsam für das Wohl Anderer einsetzen; dieser Einsatz bezieht sich auf humanitäre, soziale, medizinische, kulturelle oder Bildungszwecke. Service-Clubs sind weder religiös noch politisch gebunden; sie sind nationalitätenübergreifend und unterstreichen Wert und Bedeutung internationaler Freundschaft.

**D**ie traditionellen Service-Clubs gibt es in vielen, die grössten in fast allen Ländern der Welt. Die einzelnen Clubs gehören dabei jeweils einer Dachorganisation an, die gemeinsame Strukturen und Standards verwaltet und vermittelt, eine Plattform für internationale Begegnungen darstellt und ihrerseits grössere, nicht von einzelnen Clubs zu tragende humanitäre Initiativen organisiert. Das einzelne Clubmitglied gehört dabei aber nie der internationalen Organisation an, sondern jeweils dem einzelnen lokalen Club.

Je nach Grösse der einzelnen Organisation gibt es weitere Hierarchie-Ebenen zwischen dem einzelnen Club und dem jeweiligen Weltverband; oft gibt es sogenannte Distrikte, deren Grösse oft zwischen der eines deutschen Bundeslandes und der mehrerer grosser europäischer Staaten liegt; sie entsprechen aber nur selten den politischen oder administrativen Gebieten.

Wichtige Funktionen im Club – wie der Präsident – im Distrikt (der von einem Governor geleitet wird) oder im Dachverband – auch diesem sitzt ein Präsident vor – werden durch Wahl bestimmt, sind grundsätzlich ehrenamtlich und in der Dauer – meistens auf ein Jahr – begrenzt.

Die bekanntesten Service-Clubs sind die ursprünglich rein männlichen Clubs Rotary, Lions-Club und Kiwanis, die auch heute noch ausschliesslich weiblichen Clubs Zonta, Soroptimist und Ladies Circle, sowie Round Table mit ausschliesslich männlichen Mitgliedern unter 40 Jahren.

## Wie wird man Mitglied?

Üblicherweise kann man sich nicht um die Mitgliedschaft in einem Service-Club bewerben; jeder Club sucht sich, normalerweise innerhalb des Einzugsbereiches des Clubs, seine Mitglieder aus. Das geht in den meisten Fällen vom Vorschlag eines Mitglieds aus; nur mit dem Einverständnis aller anderen Mitglieder kann der Kandidat dann tatsächlich in den Club eintreten. Voraussetzung für eine Mitgliedschaft ist einerseits die berufliche Tätigkeit: Der Club soll aus Vertretern möglichst vieler Berufe bestehen und dabei möglichst alle im Einzugsbereich wichtigen Berufssparten widerspiegeln; diese Streuung bietet jedem Clubmitglied interessante Gesprächspartner aus anderen Beru-

fen. Andererseits werden persönliche Voraussetzungen genannt, insbesondere private und berufliche Ethik, Toleranz und Bereitschaft zu Mitwirkung und Dienst – Service – für den Nächsten. Ein besonders hohes Einkommen oder Vermögen, das grössere Geldspenden gestattete, ist im Gegensatz zu einem verbreiteten Vorurteil kein Kriterium; bildungshöhere Schichten sind allerdings in den Clubs weit überdurchschnittlich vertreten.

Regelmässige Treffen – bei Rotary einmal pro Woche, bei einigen Service-Clubs auch seltener – sollen die als wesentliches Element des Clublebens betrachtete Freundschaft der Mitglieder untereinander begünstigen; sie sind ausserdem Gelegenheit für kulturelle Aktivitäten. Dabei handelt es sich oft um Vorträge von Mitgliedern, aber auch von externen Vortragenden. Bei den in vielen Fällen als gemeinsames Essen veranstalteten Treffen werden auch den Club betreffende Fragen sowie insbesondere die Service-Aktionen des Clubs besprochen. Die Teilnahme an den Treffen ist grundsätzlich verbindlich; sie wird je nach Club mehr oder weniger kontrolliert und angemahnt. Zumindest theoretisch ist eine Entlassung aus der Mitgliedschaft wegen zu geringer Teilnahme möglich.

## Humanitäre Hilfe

Service-Aktionen gehen in den meisten Fällen vom einzelnen Club aus; grössere Aktionen werden auch im Distrikt oder sogar durch den Weltverband getragen. Neben humanitärer und medizinischer Hilfe in armen Ländern werden auch gemeinnützige soziale, kulturelle sowie erzieherische und aufklärende Aktionen im eigenen Land, oft in der eigenen Stadt, verwirklicht. Die Leistungen des Service-Clubs reichen dabei von der Grundidee über die Organisationstätigkeit, das Sammeln finanzieller Mittel innerhalb des Clubs und das Einwerben von Mitteln von Dritten, insbesondere von Firmen und Unternehmern – wobei der gute Ruf eines Service-Clubs oft für die Spendenbereitschaft entscheidend ist – bis hin zur praktischen Arbeit, auch und insbesondere von beruflich kompetenten Mitgliedern wie Ärzten oder Ingenieuren. Bekannte Beispiele sind Brunnenbauten und Impfaktionen in Entwicklungsländern. Oft nur lokal bekannt werden soziale Projekte für Kinder und Jugendliche oder die Rettung historischer Bauten oder sonstiger Kunstwerke. ■

# Die rotarische Idee

Rotary International ist die Dachorganisation der Rotary Clubs. Dabei handelt es sich um international verbreitete Service-Clubs, zu denen sich Angehörige verschiedener Berufe unabhängig von politischen und religiösen Richtungen zusammengeschlossen haben. Als seine Ziele nennt Rotary humanitäre Dienste, Einsatz für Frieden und Völkerverständigung sowie «Dienstbereitschaft im täglichen Leben».

Der Name *Rotary* (englisch für «rotierend, drehend») erwuchs ursprünglich aus dem wöchentlich wechselnden Treffpunkt der Mitglieder; heute entspricht ihm der Brauch, die meisten Ämter im Club normalerweise jährlich neu zu besetzen. Gegründet 1905, ist Rotary unter den Service-Clubs der älteste und einer der grössten. Laut Rotary sind in 166 Staaten insgesamt rund 1,2 Millionen Menschen aus allen Bereichen der Gesellschaft Mitglied in fast 33'000 Rotary Clubs.

Den ersten *Rotary Club* gründete der Rechtsanwalt Paul Harris (1868–1947) in Chicago am 23. Februar 1905 zusammen mit drei Freunden, dem Kohlenhändler Sylvester Schiele, dem deutsch-amerikanischen Bergbauingenieur und Freimaurer Gustav Löhr sowie dem Konfektionär Hiram Shorey. Die Gründungsmitglieder wählten Schiele zum Präsidenten des Clubs und den Drucker Harry Ruggles zum Schatzmeister.

Mit dem Zusammenschluss soll Harris das Ziel verfolgt haben, in der Grossstadt eine ähnlich stabile und vielseitige Wertegemeinschaft zu schaffen, wie er sie als Kind auf dem Land erlebt hatte, wo jeder entsprechend seinen Fähigkeiten andere nach Möglichkeit unterstützte. Der heute noch befolgte Grundsatz einer «Gemeinschaft von Berufsleuten» galt von Anfang an.

Die rotarische Idee fand 1925 Widerhall in der Schweiz, in der der erste Club in Zürich gegründet wurde, sowie in Österreich. Der erste deutsche Club konstituierte sich 1927 in Hamburg unter dem Vorsitz des Altkanzlers Wilhelm Cuno.

Die Geschichte von Rotary ist eng mit der Geschichte der Vereinten Nationen verbunden: Im Jahr 1945 beteiligten sich 49 Rotarier an der Erarbeitung der Charta der Vereinten Nationen, die UNESCO wurde auf Grundlage einer Rotary-Konferenz gegründet, und noch heute ist Rotary International als nicht-staatliche Organisation bei den Vereinten Nationen offizieller Beobachter.

Im Kampf gegen Kinderlähmung (Polio) begann Rotary im Jahr 1979 zunächst ein auf fünf Jahre angelegtes Projekt zur Verbreitung der Schluckimpfung. Mit seinem weltumspannenden Netz von ehrenamtlichen Helfern unterstützt Rotary die Bemühungen zur Ausrottung der Kinderlähmung vor Ort. Rotarier helfen bei der Verteilung des Impfstoffs, der Mobilisierung der Bevölkerung und der logistischen Organisation der Impfaktionen. PolioPlus wird durchgeführt in Zusammenarbeit mit der



Weltgesundheitsorganisation (WHO), dem Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen (UNICEF), den Gesundheitsbehörden der USA (CDC) und nationalen Gesundheitsministerien. Seit 1988 wurden 2 Milliarden Kinder geimpft. Mit der Aktion «End-PolioNow», einem Challenge von Bill und Melinda Gates zusammen mit Rotary in der Höhe von mehr als 550 Mio Dollar, versucht Rotary, die Krankheit ein für allemal auszumerzen. Die Schweizer Rotarier haben 2010/2011 mehr als 700'000 Franken an den Challenge beigetragen (siehe [www.polioplus.ch](http://www.polioplus.ch)). Zur Zeit sind weltweit noch etwas mehr als 2'000 Infektionen bekannt. In der Schweiz ist Rotary auch mit der mine-ex-Stiftung [www.mine-ex.ch](http://www.mine-ex.ch) (jährlich werden rund 800'000 Franken für die Opfer von Landminen zur Verfügung gestellt) sowie mit dem Working-Poor-Projekt [www.rokj.ch](http://www.rokj.ch) bekanntgeworden.

In Deutschland sind etwa 43'500 Mitglieder in 881 Clubs in 14 Distrikten organisiert. In der Schweiz und Liechtenstein gibt es drei Distrikte mit zur Zeit 210 Clubs und 12'230 Mitgliedern (mit einem Durchschnittsalter von 60 Jahren), davon genau 1'000 Frauen (Stand Mai 2011). In der Schweiz ist der Frauenanteil leicht höher als in den Nachbarländern Österreich und Deutschland. ■

# Die Welt braucht unsere grenzenlose Zuwendung

**Rotary wurde 1905 gegründet und ist damit die älteste Serviceorganisation der Welt. Die Mitglieder dieser faszinierenden internationalen und in allen freien Ländern vernetzten Gemeinschaft haben sich zu Toleranz, dem Respekt vor Religionen und Kulturen, dem Dienst an der Gemeinschaft und zu Rechtschaffenheit im Beruf und im täglichen Leben verpflichtet. Wichtigstes Ziel Rotarys aber ist es, Frieden und Völkerverständigung weltweit zu fördern. von Harald Marschner**

**A**lle 33'000 Rotary Clubs haben sich diesem Ziel verschrieben und setzen es in verschiedensten Ansätzen, hauptsächlich aber auf zwei Wegen, um: Einerseits durch internationale Jugendförderung wie Stipendien und Jugendaustausch, andererseits durch Weltgemeindendienst-Projekte, die den Armen dieser Welt helfen, ihr Los zu verbessern. Denn Frieden kann es nur geben, wenn die Armut beseitigt wird. Rotary und seine 1,2 Millionen Mitglieder in aller Welt besitzen dazu ein weltumspannendes Netzwerk, das zum Handeln einlädt und schon Grosses geleistet hat – wie zum Beispiel die Initiative «PolioPlus», die kurz vor der Ausrottung der Kinderlähmung steht.

Unsere Generation hat eine erstaunliche Entwicklung durchlebt; vor allem in den westlichen Ländern haben Wachstum und Frieden vielen Menschen Wohlstand gebracht. In den Schwellenländern sind Millionen in den Mittelstand aufgerückt. Allerdings sind auch heute noch mindestens 20 % der Menschheit in tiefster Armut und unvorstellbarem Elend gefangen. Diese Probleme, mit denen wir und die Welt konfrontiert sind, sind evident und werden laufend berichtet. Die Weltgemeinschaft hat im Vorjahr wieder einmal geklagt, dass die acht selbst gesteckten Ziele, die Millennium Development Goals (MDG), bis 2015 bei Weitem nicht erreicht werden können, vor allem nicht im südlichen Afrika.

Eines der drängendsten Probleme ist aus der Sicht vieler Experten die nach wie vor viel zu rasch wachsende Bevölkerung. Noch nie haben so viele Menschen auf unserem Planeten gelebt, noch nie wurden so viele Ressourcen verbraucht – und die Menschheit wächst weiter und weiter. Täglich kommen an die 204'000 Erdenbürger dazu. In nicht einmal zwei Tagen die Stadt Zürich, jährlich über 72 Millionen, das ist einmal Deutschland. Bis 2050 werden sich statt 6,9 Milliarden Menschen 9,1 Milliarden auf der Erde tummeln! Vor allem spitzt sich das Problem in Afrika zu; seine Bevölkerung wird sich bis in das Jahr 2050 von einer auf zwei Milliarden verdoppeln!

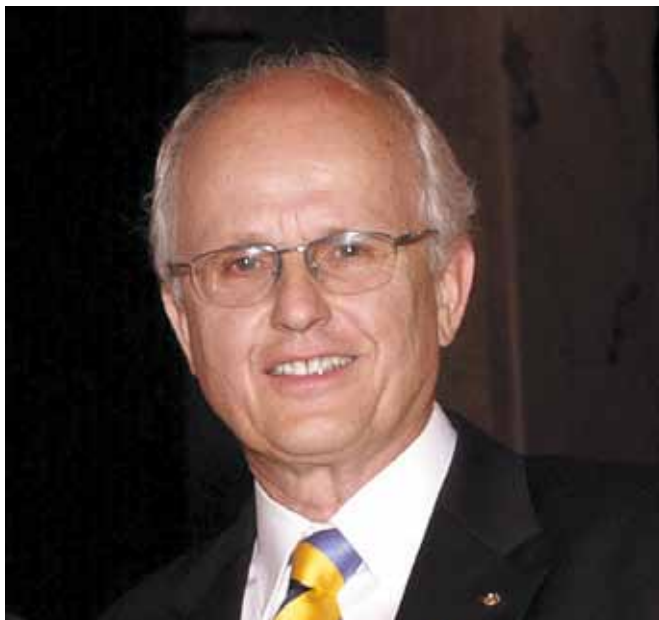
Machen wir das an einem fiktiven Beispiel fest: Wenn wir annehmen, dass die Schweiz seit 1960 so gewachsen wäre wie Nigeria, hätte sie heute 22 Millionen Einwohner, 2050 unvor-

stellbare 45 Millionen. Eine Horrorvision, mit der viele Länder Afrikas und des Nahen Osten sehr real leben müssen. Diese Länder sind in der Armutsfalle gefangen; die rasch wachsende Bevölkerung nimmt den Gesellschaften jede Chance, der Not zu entkommen, um in Bildung, Landwirtschaft oder Infrastruktur zu investieren. Heerscharen von jugendlichen, kaum gebildeten Menschen, die nichts mehr zu verlieren haben, stellen ein ungeheures Reservoir für radikale Parolen dar.

Was sind die Konsequenzen für diese Länder? Eine Milliarde Menschen leidet an chronischem Hunger mit allen physischen und psychischen Folgen! Fast ebenso viele haben keinen Zugang zu reinem Wasser, noch sehr viel mehr, 2,6 Milliarden, leben unter unvorstellbaren sanitären Verhältnissen. Die fortschreitende Armut und vor allem die Einkommensverteilung schreien zum Himmel. Jean Ziegler, der kritische Geist aus Genf, klagt den tausendfachen vermeidbaren Hungertod als Mord an, da unsere Gesellschaften die Möglichkeiten hätten, diese Tragödien zu verhindern, aber meist tatenlos zusehen.

Die UNO spricht das Bevölkerungswachstum ganz deutlich an, alle massgeblichen NGOs und die Akademien der Wissenschaften stossen in das gleiche Horn: Das ungebremsste Wachstum ist einer der wesentlichen Ursachen vieler gravierender Probleme. Die Beseitigung von Hunger und Armut, Schulbildung für alle Kinder, Reduzierung der Kindersterblichkeit, Verbesserung der Müttergesundheit und die Verfügbarkeit von Wasser wird ohne eine Verlangsamung des Bevölkerungswachstums nicht erreichbar sein. Einer der ganz wesentlichen Schlüssel zu Lösungen liegt beim Millenniumsentwicklungsziel (Millennium Development Goal) MDG 5b, dem ungehinderten Zugang zu Familienplanung für alle.

Was können, was sollen, was müssen wir als Bürger dieser Welt und als Rotarier tun? Genügt es, das Problem zu diskutieren und es ändern zu überlassen? Sehen wir die Not, hören wir die Hilferufe? Bekennen wir uns zur Aktion, setzten wir Beispiele, die Welt braucht die grenzenlose Zuwendung von uns allen! Mit einfachen Lösungen wird es allerdings nicht gehen. In Rotary hat sich schon seit Langem eine Action Group gebildet, die innerhalb Rotary für Projekte wirbt, die das Bevölke-



Harald Marschner

rungsproblem direkt ansprechen: «Rotary for Population & Development» ([www.rifpd.org](http://www.rifpd.org)) entwickelt gemeinsam mit Rotary Clubs in vielen Ländern Projekte, in denen Familienplanung, Müttergesundheit und Bildung von Frauen ganz wesentliche Elemente darstellen.

Der wichtigste Ansatz zum Handeln sind die Frauen, bei ihnen liegt der Lösung. Armutsbekämpfung ohne Stärkung der Frauen wird nicht funktionieren. Wenn Geburtenraten sinken sollen, müssen die Frauen mehr Rechte bekommen, um ihr eigenes Leben und das ihrer Kinder bewusst mitgestalten zu können. Frauen und Mädchen erhalten vor allem zu wenig Bildung, sie werden zu bald verheiratet, bei ihnen liegt die Hauptlast der Ernährung der Kinder. Dadurch haben sie kein eigenes Einkommen; sie bekommen viel zu viele Kinder, die sie meist gar nicht wollen.

So ist MDG 5, Müttergesundheit, vor allem 5b – der freie Zugang zu Familienplanung –, ein zentraler Ansatz für das Handeln. Über 200 Millionen Frauen wollen verhüten, können aber nicht, weil sie nichts darüber wissen, es sich nicht leisten können oder Verhütungsmittel aufgrund finanzieller, politischer, religiöser oder verschiedenster anderer Ursachen nicht verfügbar sind.

Studien belegen, dass jede dritte Schwangerschaft ungewollt ist. Zugang zu Familienplanung würde z. B. 52 Millionen weniger Geburten bedeuten, aber auch 22 Millionen weniger Abtreibungen. 140'000 Frauen sterben nicht bei der Geburt, und 1,4 Millionen Säuglinge verlören nicht ihr Leben ... Auch das eher konservative Rotary hat die Zeichen der Zeit erkannt: Seit August 2010 werden Projekte gefördert, in denen zur Verbesserung der Müttergesundheit und zur Krankheitsverhütung, z. B. von AIDS, Verhütungsmittel wie Kondome und Kontrazeptiva zur Verfügung gestellt werden.

Wir müssen an vielen Ecken anpacken: bei Bildung, Wasserversorgung, Basisgesundheits, Ernährung und Landwirtschaft. Überbevölkerung ist in den meisten Fällen die Ursache all dieser Probleme. Wenn wir dieses Übel bei der Wurzel packen, wird die Lösung der anderen Probleme leichter fallen.

Die «Millenniumsdoerfer» nach Prof. Jeffrey D. Sachs sind Modelle praktischer Hilfe in überschaubaren Regionen. Fünf

Schritte zur Selbsthilfe führen Dorfgemeinschaften aus der Armutsfalle heraus. Ebenso leisten Mikrokredite nach Mohammad Yunus, der Arme als Wirtschaftsfaktor und nicht als Almosenempfänger begreift, wesentliche Impulse zur Stärkung der Frauen. Wir Rotarier sollten uns nicht scheuen, diese Herausforderung verstärkt anzunehmen. Mit PolioPlus hat Rotary schon bewiesen, dass wir zu grossen Lösungen fähig sind. Nicht kleine Miniprojekte, sondern grosse gemeinsame Lösungen in enger Zusammenarbeit mit unseren afrikanischen Freunden sind das Ziel.

Rotary Clubs haben über Anregung der RFPD schon viele solcher Projekte in aller Welt organisiert. Das grösste und erfolgreichste Projekt wurde in Nordnigeria initiiert: «Maternal and Child Health», [www.muettergesundheits.eu](http://www.muettergesundheits.eu). Die Müttersterblichkeit konnte in den zehn von Rotary betreuten Krankenhäusern, in denen auch Familienplanung im Mittelpunkt steht, um über 50 % reduziert werden, ein sensationeller, international beachteter Erfolg. Das Projekt wird in einem Scaling-up weiter ausgebaut und auf andere Regionen übertragen – in Kooperation mit Behörden, religiösen Führern, anderen NGOs und vor allem mit den nigerianischen Rotary Clubs. Es ist ein Erfolgsmodell für die ganze Welt! ■

### Harald Marschner

Geboren am 9.3.1944 in Gross Schönaun, heute Tschechische Republik, seit 1948 wohnhaft in Perg, Oberösterreich. Verheiratet mit Annemarie, zwei Kinder – der Sohn, auch Rotarier, arbeitet als Steuerberater in Linz, die Tochter als Fotografin in Hamburg. Zwei Enkelkinder.

Volksschule und Matura an einem Realgymnasium, geschäftsführender Gesellschafter eines Familienunternehmens in Perg, führendes Unternehmen in der Baustoffindustrie, Anbieter von Wärmedämm-Verbundsystemen, verkauft in 2002. Vorsitzender des österreichischen Industrieverbandes für Wärmedämm-Verbundsysteme von 1995 bis 2003.

Rotarier seit 1984 im RC Linz-Urfahr, ab 1994 im RC Enns, Distrikt 1920, Clubpräsident 1999/2000, Assistant Governor 2002/05, Governor 2005/06, Vorsitzender des Länderausschusses Österreich – Tschechien 2009/10, Gemeindienstbeauftragter im Distrikt 1920 seit 2006.

«Rotary for Population & Development RFPD»-Mitglied seit 2003, Vizepräsident in Österreich seit 2006, Internationaler Chairman seit 2009.

Obmann eines Kulturvereines in Perg, Präsident des Club 41 Linz-Wels, Interesse an Geschichte mit dem Schwerpunkt Österreich und die Habsburger, regelmässiger Besucher klassischer Konzerte, Oper und Theater sowie Ausstellungen über Kunst und Geschichte.

Nichts ist inspirierender  
als ein weisses Blatt Papier.  
Es ist die Chance, etwas  
Einzigartiges zu kreieren.



### Der Audi A7 Sportback.

Ein völlig neues Fahrzeugkonzept mit innovativem Design, bei dem in jedem Detail die Kraft einer Stilikone steckt. Lang gezogene, fließende Linien strahlen Dynamik, Leichtigkeit und Eleganz aus. Ein Eindruck, der auf Antrieb alle Blicke auf sich zieht. Erleben Sie es selbst.



### City-Garage AG

Zürcher Strasse 162, 9001 St. Gallen  
Tel. 071 274 80 74  
[www.city-garage.ch](http://www.city-garage.ch)

Vorsprung durch Technik

Audi



# «Ausdruck der eigenen Persönlichkeit»

**Kiwanis International ist die Dachorganisation aller Kiwanis Clubs weltweit. Karitatives Engagement für andere Menschen und die Freundschaftspflege unter den Mitgliedern stehen im Mittelpunkt der rund 15'000 Kiwanis-Clubs, zu denen sich Persönlichkeiten aus allen Bereichen der Gesellschaft zusammengeschlossen haben. Nach Lions und Rotary ist Kiwanis die weltweit drittgrösste Service-Club-Organisation.**

**A**m 21. Januar 1915 rief Allen Browne in Detroit Kiwanis International ins Leben. Der ursprüngliche Name The Benevolent Order of Brothers wich bald der endgültigen Bezeichnung Kiwanis. Das Wort ist einer indianischen Sprache entlehnt und bedeutet so viel wie «Ausdruck der eigenen Persönlichkeit».

1916 legte die Vereinigung, deren Weltsitz sich heute in Indianapolis befindet, ihre Grundsätze fest, in denen unter anderem der Vorrang humaner und geistiger Werte vor materiellen Interessen betont wird. Das Motto «we build» wurde beschlossen, 1998 wurde es vom jetzt gültigen Motto «serving the children of the world» abgelöst. Kiwanis ist insbesondere im karitativen Bereich tätig. Neben weltweiten wohltätigen Zielen verfolgen die Clubs auf regionaler und lokaler Ebene Projekte, um anderen Menschen, insbesondere Kindern zu helfen.

Bereits ein Jahr nach der Gründung entstand in Hamilton in Kanada der erste Kiwanis-Club ausserhalb der Vereinigten Staaten, doch bis zur Ausdehnung jenseits von Nordamerika liess sich die Organisation – im Gegensatz zu anderen Clubs – fast ein halbes Jahrhundert Zeit. Erst 1961 fiel in Toronto der Beschluss zur weltweiten Verbreitung der Kiwanis-Idee; deshalb hat die Vereinigung ausserhalb Nordamerikas bis heute weniger Mitglieder als Rotary oder Lions. 1963 gründete sich der erste europäische Club in Wien, im selben Jahr der erste deutsche Club in Frankfurt am Main. Nachdem in Europa zahlreiche Clubs in verschiedenen Ländern entstanden waren, wurde 1968 Kiwanis International – European Foundation (KI-EF) mit zur Zeit 30'000 Mitgliedern ins Leben gerufen. Der Sitz der europäischen Hauptverwaltung befindet sich heute in Gent in Belgien.

Heute ist Kiwanis in 80 Ländern mit (Stand: 1. November 2010) 597'500 Mitgliedern (256'500 Erwachsenen/341'000 Jugendlichen), die in 16'400 (8'700 Erwachsenen/7'700 Jugendlichen) Clubs organisiert sind, vertreten.

Für die Gründung eines Kiwanisclubs sind 10 bis 15 Mitglieder erforderlich. Die Organisationsurkunde erhält der neue Club, wenn er 20 Mitglieder erreicht. Erst dann wird er mit allen Rechten und Pflichten in die weltweite Kiwanisfamilie aufgenommen. An der Spitze des Clubs steht der für ein Jahr



gewählte Präsident, der bei seiner Arbeit von Vizepräsident, Sekretär (Geschäftsführer) und Schatzmeister unterstützt wird. Sekretär und Schatzmeister können im Gegensatz zum Präsidenten nach Ablauf der einjährigen Amtszeit wiedergewählt werden. Dies gilt auch für die so genannten Chairmen (Referenten), die als Vorstandsmitglieder für bestimmte Aufgaben (Öffentlichkeitsarbeit, Programmgestaltung etc.) zuständig sind. Seit 1987 nimmt Kiwanis Frauen auf. Neben reinen Herrenclubs gibt es nun auch Damen- und gemischte Clubs. ■

# Müssen wir über die Bücher?

«Service-Clubs: Ihre Spenden sind Millionen wert. Die grossen Organisationen in der Schweiz bieten Gleichgesinnten Plattformen, lassen sie in Berufswelten blicken und das Netzwerk pflegen. Ihr soziales Engagement beträgt rund zehn Millionen Franken.» So titelte die Handelszeitung in ihrer Ausgabe vom 9. Mai 2007. von Ilse Oehler, Kiwanis

**U**nd weiter stellt der Artikel fest: Die Mitglieder leisteten im Jahr 2006 rund 230'000 Arbeitsstunden Freiwilligenarbeit. Sie merken es: Die Wirtschaftszeitung spricht von uns, den Rotariern, den Lions und von Kiwanis! Gehen wir ruhig davon aus, dass die heutigen Zahlen die aus dem Jahr 2006 erwähnten um einiges übertreffen.

Die ZEWO-Spendenstatistik aus dem Jahr 2009 stellt fest, dass Privatpersonen in der Schweiz pro Jahr circa 1,5 Milliarden Franken spenden. Wie vieles unterliegt auch das soziale Potenzial einem herausfordernden demografischen Wandel. Dass die Leute immer älter werden, zeigt sich in der Altersstruktur aller Service-Clubs. Während in der Schweizer Gesamtbevölkerung etwas mehr als 20 % über 60 Jahre alt sind, sind es bei unseren Mitgliedern fast 40 %. In Genf und Lausanne und in einigen Distrikten im Raum Zürich sogar fast 50 % oder mehr. Entsprechend untervertreten sind in allen drei Serviceorganisationen die Jahrgänge unter 40. Und weniger als zehn Prozent der Mitglieder sind Frauen. Hier besteht Bedarf an Ausgleich. Mehr Frauen bei gleichzeitiger geschlechtsspezifischer Verjüngungskur fordern uns jugendliche Alte heraus. «Mann» weiss es ja längst: Alle Clubs, die sich für Frauen geöffnet haben, haben durch das aktive Mitwirken der Frauen für die Gemeinschaft wegen ihrer besonderen Leistungsbereitschaft nur gewonnen.

Weil die Alterung der Gesellschaft weiter fortschreitet, ist der Verjüngungsprozess in unseren Clubs eine der grössten Heraus-

forderungen. Ich bemerke dazu lautstark: Mit den jungen Alten im Club alt zu werden, das ist das ganz besondere Miteinander von glaubwürdigen Menschen, das uns auszeichnet.

## Müssen wir über die Bücher?

Bleibt man glaubwürdig, solange man Mitglied ist, das heisst normalerweise lebenslänglich? Ich frage mich: Sind wir wirklich, alle Kiwaner, Lions und Rotarier, ein Leben lang glaubwürdig? Gibt es Ausschlüsse, spricht man darüber, tut man dies diskret? Wie steht es mit der Streitkultur? Oder genügt das Verständnis, dass es überall «menschelet», auch in unserem Clubleben? Die Antwort darauf liegt im Satz von Günther Uecker «Widersprüche im Menschen vereint sind Ausdruck seiner Poesie». Dazu meine ich, «... so lebte es sich doch fast ungeniert». Es sind alle lieb und nett zueinander. Das könnte beinahe mit langweilig verwechselt werden. Das Clubleben ist geprägt von unterschiedlichen Charakteren – Teamplayer, Individualisten, Selbstverliebten, Meckerern und jenen, denen es ganz einfach gefällt, in einer Runde aufgehoben zu sein.

In Gemeinschaften braucht es denkende Salz- und Pfefferstreuende. Passenderweise werden die meisten Referate um das Essen herumgebaut. «Liebe geht durch den Magen», auch unsere sozialen Aktivitäten entspiessen sinnigerweise daraus. Gedankenaustausch, rege Diskussionen werden zum Erlebnis, sie schärfen Geist und Seele. Es sind die Clubprogramme mit ausgewählten Referenten und Themen, die auf gesellschaftspo-

Anzeige

## Pizol – so weitsichtig

... vom Bodensee über hunderte Gipfel  
in 5 Ländern!  
Der besondere Ausflug für Ihren Club!

**pizol**  
Bad Ragaz – Wangs

HEIDI LAND

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





*Ilse Oehler*

litische Situationen aufmerksam machen. Deren Inhalt kann ein möglicher Impulsgeber sein, um frühzeitig aktiv und gemeinsam zu handeln, sich sozial zu engagieren.

Wenn wir weiterhin «Markenzeichen» sein wollen, müssen wir auf aktuelle Fragen rasch und kompetent antworten. Qualität steht in engem Zusammenhang mit der Vielfalt der Berufsgattungen und fördert bei den Mitgliedern das Verständnis für immer komplexere Zusammenhänge. Und: Wir müssen der Mobilität in der Gesellschaft durch flexible Optionen in den Clubs mehr Gewicht beimessen. Zu evaluieren sind zeitgemässe Präsenzvorgaben mit einem umsetzbaren Modell. Kreative Angebote bieten neuer «Kundschaft» Anreiz, einem Club beizutreten.

Die statutarisch vorgegebene Rotation bei den Stabswechseln ebnet den Weg, sich von der Basis her zu erneuern. Dabei muss der wesentliche Aspekt der sein, gemachte Erfahrungen auch zu kommunizieren. Das Rad müsste also nie von den Nachfolgenden neu erfunden werden. Ein Quäntchen Öl in das Getriebe im richtigen Moment am richtigen Ort und das «Unternehmen Kiwanis» hält sich mit den vorgegebenen Strategiemassnahmen in Schwung. Die klugen Charakterköpfe sind es, die das Unterfangen in die Zukunft führen. Sie sind einer vornehmen Aufgabe verpflichtet und übernehmen Verantwortung.

### **Social Media – der Trend des Jahrzehnts**

Im Internet spielt das Netzwerken seine Stärken auf neuen Ebenen aus. Das elektronische Networking zieht vor allem junge, von unseren «klassischen» Begegnungsformen bislang nicht

erreichte Generationen an. Und – sie fordern mit sozialen Anliegen. Der Soziologe Gunnar Heinsohn nennt es die «Lebenswelle». Sie bewegt sich stürmisch auf allen Kontinenten. Die Medienentwicklung führt dazu, dass manch Älteren vieles entgeht oder wir es überhören oder überlesen, obwohl wir die Trends in der Gesellschaft buchstäblich riechen müssten.

Auch das Spenden ist per SMS um eine zeitgemässe und attraktive Art erweitert worden, erstmals initiiert und lanciert von zwei Kiwanern zusammen mit dem grössten Telekom Unternehmen in der Schweiz in 2009.

### **«Humanitäre Werte» – der Kern bleibt unverändert**

Ungeachtet der demografischen Entwicklung bleibt der Kern unseres Profils unverändert: Es geht um die Förderung und das Einfordern von «Humanitären Werten» auf allen Ebenen. An einem Beispiel von Kiwanis illustriert: Im District hat die Fondation Kiwanis Stiftung sich im Herbst 2008 entschlossen, ein Projekt zu etablieren, das bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen präventive Wirkung gegen Alkoholmissbrauch zeigen soll. Es entstand das Projekt mit dem Bau von heute 5 alkoholfreien Kiwanis Cool-Bars. Jugendliche machten mit bei der Namenssuche sowie bei der Bearbeitung des kommunikativen Auftritts. Vollständig ausgerüstete mobile Bars sind an 5 dezentralen Standorten in der Schweiz über ein Reservations-System abrufbar. Vereine und andere Organisationen erhalten diese Bars zweckbestimmt angeboten.

Am 7. bis 10. Juli 2011 findet in Genf die 96. weltumfassende Kiwanis Convention statt, gleichzeitig der offizielle Startschuss für das globale Projekt «Stopp dem Starrkrampf». Kiwanis International und Unicef haben sich zusammengetan, um den maternen/neonatalen Tetanus (MNT) zu beseitigen und so das Leben von unzähligen Babys und Müttern zu retten. Denn jedes Jahr sterben schätzungsweise 60'000 Neugeborene und 30'000 Mütter an dieser Krankheit. Diese neue Absicht löst das 1992 initiierte, weltweit anerkannte Erfolgsprogramm gegen Jodmangelkrankheiten (Iodine Deficiency Disorders IDD) ab, das mit klar definierter Zielsetzung wesentlich zur Eliminierung von Jodmangel beitrug. Mit einem Spendenvolumen von rund 75 Millionen US\$ wird es in die Geschichte eingehen.

### **Austausch und Allianzen sind erwünscht**

Wenn wir drei grossen Serviceorganisationen untereinander mehr Wissen austauschen, stärkt dies die humanitären Werte regional und international nachhaltig. Eine Voraussetzung, diesem Anspruch Rechnung zu tragen, ist die Rekrutierung neuer belebender Kräfte für unsere Anliegen. Eine offene Club-Kultur spricht die kommende Generation an. Wir bleiben interessant und weiterhin im erwünschten Gespräch, auch in der Öffentlichkeit. Die Anstecknadel am Revers macht noch kein Servicemitglied aus. Das stete Bemühen, den vorgegebenen Normen den Vorrang vor den materiellen Werten zu geben, ist sinnstiftend.

Tun wir Gutes und sprechen darüber. ■



# Offenheit und Transparenz

**Nach welchen Grundsätzen die Mitglieder von Kiwanis leben und handeln, ob man von einer verschworenen Gemeinschaft sprechen kann und wie er persönlich in diese Kreise vorgestossen ist, erklärt Philipp Brändle, Lt. Governor Division 18 im District Schweiz-Liechtenstein-Südtirol, im Gespräch.**

## **Philipp Brändle, was unterscheidet Kiwanis von Lions oder Rotary?**

Alle drei Serviceorganisationen setzen sich aus Persönlichkeiten verschiedener Berufsgruppen zusammen und haben sich unabhängig von politischen und religiösen Richtungen zusammengeschlossen. Humanitäre, karitative sowie freundschaftliche Gedanken stehen im Vordergrund. Neben weltweiten wohltätigen Zielen verfolgen die Kiwanis-Clubs Projekte auf regionaler und lokaler Ebene, um anderen Menschen, insbesondere Kindern und Jugendlichen, zu unterstützen.

In der Schweiz gibt es in rund 200 Clubs mehr als 7'000 Kiwanerinnen und Kiwaner, weltweit sind es 8'000 Clubs und Junior Clubs in 96 Ländern mit 260'000 erwachsenen Mitgliedern und 320'000 jugendlichen Mitgliedern. Der Name «Kiwanis» stammt aus einer Indianersprache und bedeutet so viel wie «Wir handeln».

## **Wie sind Sie zu diesem Service-Club gestossen?**

1992 hatte ein damaliger (und heutiger) Geschäftspartner und Kiwanis-Freund die Idee, im Toggenburg einen zusätzlichen Service-Club zu gründen. Rotary und Lions gab es schon, Ambassador und Kiwanis standen noch zur Auswahl. Interessierte trafen sich bereits zu einem Gedankenaustausch. Auch war die Aufnahme von weiblichen Mitgliedern seit 1987 vorgegeben.

Ich lernte während meiner Ferien im Sommer 1993 den damaligen Kiwanis Chair für New Club Building, Ernst Fröhlich, kennen. Ein Gesprächsthema war auch Kiwanis. So haben wir dann bis Mitternacht alle Termine von der Organisation über die Gründung bis zur Charterfeier festgelegt. 1995 präsidierte ich den KC Wattwil-Toggenburg. Als Pate des KC Wattwil-Toggenburg begleitete ich während der Gründung den KC Benken-Linth. Durch meinen beruflichen Standort wechselte ich 2005 zum KC Benken-Linth und präsidierte auch diesen Club während zweier Jahre. Nach einem reinen Männerclub nun in einem gemischten Club aktiv zu sein, ist Herausforderung und Lerneffekt zugleich.

## **Können Sie in irgendeiner Form davon profitieren?**

Ich trage an meinem Jackett immer den Kiwanis-Pin und beobachte immer wieder, dass der Gesprächseinstieg im beruflichen Bereich einfach leichter fällt – egal, welcher Serviceorganisation das Gegenüber angehört. Dann betrachte ich Kiwanis als eine Art «Volkshochschule»: Gerade durch den jährlichen Wechsel des Programmverantwortlichen und die Vielschichtigkeit der

beruflichen Ebenen im Club lernt man sein Umfeld und seine persönlichen Interessen kennen. Dies empfinde ich als ungeheuer spannend und lehrreich.

## **Haben die Clubs heute noch dieselbe Bedeutung wie etwa vor 20 Jahren?**

Ich denke schon, auch wenn einzelne Clubs mit Nachwuchsproblemen kämpfen. Dies ist eher eine momentane gesellschaftliche Entwicklung: Der Egoismus des Einzelnen kommt vor der Gemeinschaft. Ich stelle jedoch gerade in meiner heutigen Division eine sehr gesunde Altersdurchmischung der Clubs fest. Und dies mit einem ungeheuren Engagement auch der jüngeren Clubmitglieder. Ich selbst bin nach bald 20 Jahren Mitgliedschaft immer noch stolz, Kiwaner zu sein, und stelle dies mit Freude auch bei den jüngeren Mitgliedern fest.

## **Kann man Sie als eine «verschworene Gemeinschaft» bezeichnen?**

Dies würde ich so nicht sehen. Vielmehr als eine Gemeinschaft «auf Augenhöhe». Die goldene Regel von Kiwanis heisst «Verhalte Dich immer so, wie Du erwartest, dass sich Deine Mitmenschen Dir gegenüber verhalten». Dieser Grundsatz lebt sich nicht nur im Clubleben sehr gut.

## **Was sind Ihre persönlichen Hauptanliegen?**

Was ich an Kiwanis und deren Mitgliedern schätzen gelernt habe, ist die Offenheit, die Transparenz, aber vor allem der gegenseitige Respekt untereinander. Das ist für mich Bereicherung.

## **Nach welchen Kriterien nehmen Sie ein neues Mitglied auf?**

Der Vorschlag für die Aufnahme eines neuen Mitglieds wird der Aufnahmekommission eingereicht. Diese prüft Persönlichkeit und Berufsqualifikation der vorgeschlagenen Person. Bei positivem Ergebnis wird die Kandidatur allen Mitgliedern bekannt gegeben. Sofern kein Mitglied Einspruch erhebt, wird die Persönlichkeit zu den nächsten Veranstaltungen eingeladen und eingeführt. Bei abschlägigem Sinn – oder wenn ein Mitglied Einspruch erhebt – ist das Verfahren abgeschlossen. ■

# «Wir dienen»

**Der Lions Clubs International ist ein 1917 gegründeter Service-Club. Der Sitz befindet sich heute in Oak Brook, Illinois. Die international tätige Institution ist mit 1'338'803 Mitgliedern (Stand 1. Juli 2010) in 46'148 Clubs aus 205 Ländern und Gebieten die mitgliederstärkste Service-Cluborganisation der Welt.**

**D**ie ersten europäischen Lions Clubs wurden 1948 in Schweden und in der Schweiz (in Genf und in Zürich) gegründet. In Europa gab es am 1. Juli 2010 in 9'638 Clubs 270'372 Mitglieder. Der erste deutsche Lions Club wurde am 5. Dezember 1951 in Düsseldorf gegründet und hat die Club-Nummer 21'602. Am 1. Juli 2010 hatten die 1'451 deutschen Lions Clubs (davon 419 gemischte und 80 Damenclubs) 48'881 Mitglieder, die in 16 selbstständige Distrikte aufgeteilt sind.

Der Lions Club wurde als Organisation mit reinen Herrenclubs gegründet. Heute gibt es auch Damenclubs und gemischte Clubs, in denen Männer und Frauen aufgenommen werden. Das Grundprinzip der Clubs ähnelt dem von Rotary International insofern, als in jedem einzelnen Club viele unterschiedliche Berufsgruppen vertreten sein sollen.

Die Haupttätigkeiten der Clubs sind – meist nichtöffentliche – Vortragsveranstaltungen und Gesprächsrunden. In der Öffentlichkeit treten Lions Clubs hauptsächlich im Zusammenhang mit Spendenaktionen auf, was in den USA etwa im Gegensatz zu Deutschland für die Arbeit einer Wohltätigkeitsorganisation nicht ungewöhnlich ist.

Der Name LIONS ist gleichzeitig Akronym für den englischen Wahlspruch: «Liberty, Intelligence, Our Nation's Safety» (dt.: «Freiheit, Intelligenz, Sicherheit unserer Nation»).

Das offizielle Motto der Vereinigung lautet «We serve» (engl.) oder «Wir dienen». Damit verpflichtet sich jedes Lions-Mitglied,

den Dienst am Nächsten über seinen persönlichen Profit zu stellen.

Melvin Jones (\* 13. Januar 1879 in Fort Thomas, Arizona, USA; † 1. Juni 1961), ein Chicagoer Versicherungskaufmann und Sekretär des «The Business Circle», gründete Lions Clubs International. Der 7. Juni 1917, das Datum der von ihm einberufenen Vereinigungsversammlung, wird offizielles Gründungsdatum. 1945 vertrat er den Lions Clubs International bei den Vereinten Nationen in San Francisco (Kalifornien). Seine Lebensphilosophie war: «you can't get very far until you start doing something for somebody else» («Du kommst nicht sehr weit, bis Du beginnst, etwas für andere zu tun»), Melvin Jones war auch Mitglied der Garden City Lodge No. 141 der Freimaurer in Chicago.

In den allermeisten Clubs kann nur Mitglied werden, wer dazu eine explizite Einladung (Kooptation) des Clubs erhalten hat. Die Prozeduren können geringfügig von Club zu Club variieren.

Alle Lions Clubs haben das Ziel, im freundschaftlichen Miteinander Gutes zu tun. Daher wird Wert auf eine altruistische, weltoffene Einstellung gelegt. Die politische Gesinnung, Religion oder Herkunft spielen bei der Auswahl des Kandidaten ebenso wenig eine Rolle wie im Clubleben.

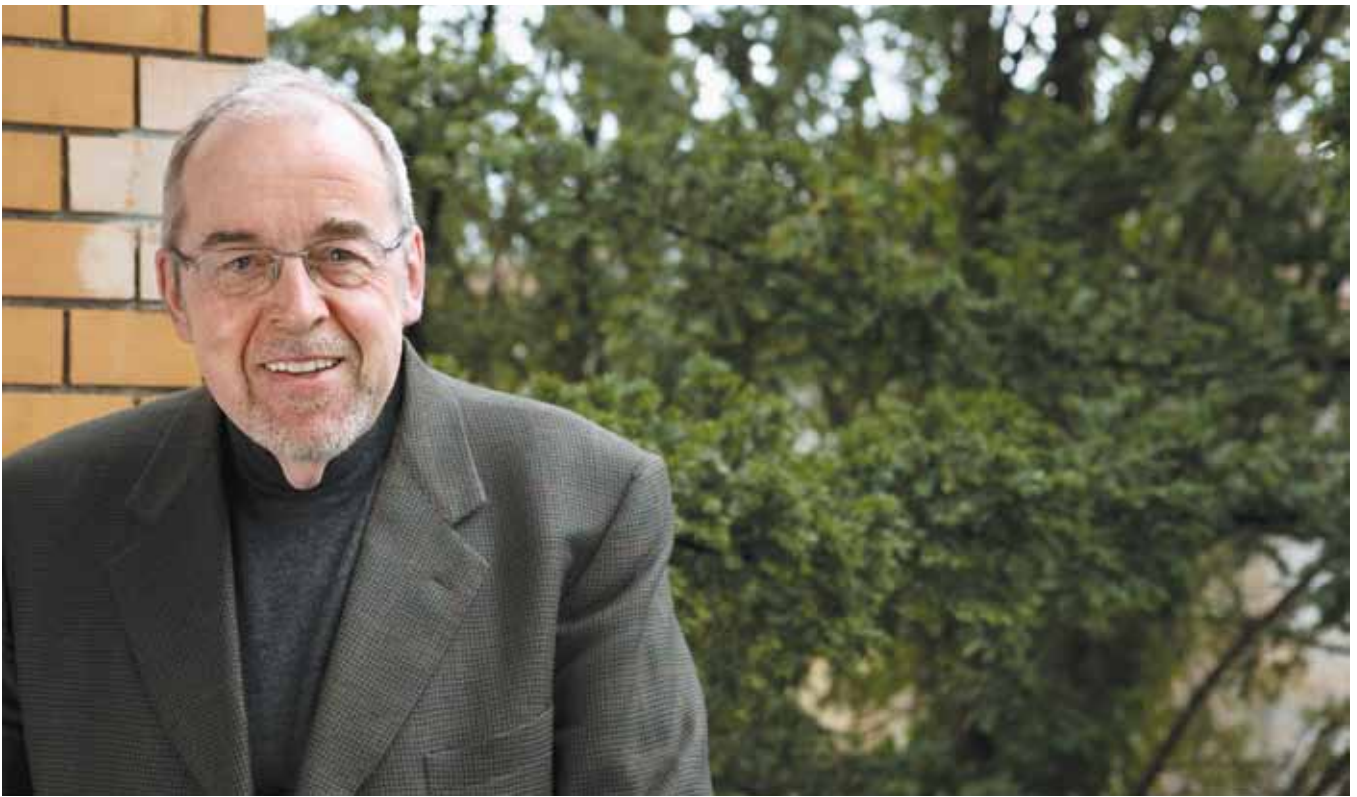
Die Lions Clubs versuchen, eine ausgeglichene Mischung der Berufe im Club zu erreichen. Im Gegensatz zu Businessclubs sollte nicht der persönliche Erfolg der aufzunehmenden Mitglieder, sondern die Einsatzbereitschaft für das Gemeinwohl im Vordergrund stehen. Die Nutzung des Lions-Netzwerks zu Geschäftszwecken ist daher unerwünscht. ■



Neugier als Kernkompetenz – die Zukunft der feinen Gesellschaften

# Warum es heute dringender denn je Service-Clubs braucht

Aber ja doch: Wir sind eine feine Gesellschaft! Unsere Schilder zieren die Eingänge der besseren Häuser. Unsere Pins stecken in der Regel in teurem Tuch. Service-Clubs gelten als elitär, männlich, schwer zugänglich, heimlichtuerisch, als undurchschaubare Plattformen der Begüterten und «Mehrbesessenen». *von Karl Lüönd\**



Karl Lüönd

**S**elbst in Medien, deren Verleger und Chefredaktoren bei uns Mitglieder sind, werden wir oft als Vereinigungen zur gegenseitigen Förderung von Karrieren, Positionen und Aufträgen dargestellt, mit anderen Worten als Bestandteil des helvetischen Filzes. Bestenfalls auf lokaler Ebene wahrgenommen werden dagegen unsere Activities. Manchmal werden sie belächelt beziehungsweise unterschwellig oder ausdrücklich als Alibiaktionen abqualifiziert.

Wer von Öffentlichkeit und Medien missverstanden wird, ist in der Regel selber schuld. Wenn wir uns um unsere Selbstdarstellung nicht kümmern und unsere Kommunikationstalente vor allem nach innen richten, brauchen wir uns nicht zu wundern, wenn draussen ein schräges oder verzerrtes Bild entsteht. Wenn wir wollen, dass sich an diesem Aussenbild etwas ändert, müssen wir offen sein, öffentlich werden und offensiv vorgehen.

Warum haben wir bis jetzt nur geschwiegen, uns geärgert oder bestenfalls auf Druck hin reagiert?

## Das Eigenbild

Service-Clubs sind Kreise von Freunden (und immer mehr Freundinnen, erfreulicherweise), die sich bewusst sind, dass sie nicht allein auf der Welt leben, und die neugierig genug sind, über den Tellerrand der eigenen Branche und des eigenen Lebenskreises hinausblicken zu wollen. Service-Clubs holen im Idealfall fremde Welten und deren Probleme an den Tisch und setzen sich damit auseinander. Eigentlich sind sie Institutionen der Erwachsenenbildung.

Bei aller politischen, sozialen und gesellschaftlichen Verschiedenheit haben sich die Mitglieder auf einige mehrheitsfähige Grundsätze festgelegt, zum Beispiel:

- Wer in seinem Leben Glück und Erfolg gehabt hat, ist über die bürgerlichen Pflichten hinaus gehalten, einen persönlichen Beitrag zugunsten derjenigen zu leisten, denen es nicht so gut geht.
- Persönlicher Einsatz nach dem Milizprinzip ist ein Teil dieser bürgerlichen Selbstverpflichtung. Im Vordergrund stehen Projekte und Initiativen, die den Sozialstaat ergänzen oder wichtige kulturelle Anliegen fördern.
- Wer ein erfülltes Leben führen will, muss sich für andere interessieren: für andere Meinungen, andere Menschen, andere Lebensgebiete. Zugleich teilt er sein Wissen und seine Erfahrungen mit anderen. Ohne diese Einblicke in andere Lebenswelten wäre unser Dasein ärmer.
- In einer Wirtschaftswelt, die immer arbeitsteiliger wird und die die Spezialisierung auf die Spitze treibt, dienen Service-Clubs der Vernetzung über die Grenzen von Branchen und Interessengruppen hinweg. Das «Zuschauen» von Positionen, Stellen, Aufträgen usw. ist hingegen in Zeiten der «corporate governance», des Vieraugenprinzips und des transparenter gewordenen Wettbewerbs schon aus Systemgründen die grosse Ausnahme. Was eine kluge Vernetzung – zum Beispiel auf der Plattform eines Service-Clubs – bringen kann, ist ein Informationsvorsprung, ist Zusammenhangswissen, vielleicht einmal ein direkterer Zugang. Was ist falsch daran?

### Der historische Kontext

Unsere internationalen Serviceorganisationen sind alle am Ende der Gründerzeit entstanden: Rotary 1905, Kiwanis 1915, Lions 1917. Der Kulturhistoriker Philipp Blom hat diese Zeit zwischen dem Auslaufen der Belle Epoque und dem Ersten Weltkrieg in seinem Bestseller «Der taumelnde Kontinent» meisterhaft beschrieben. Alles, was das 20. Jahrhundert später geprägt

hat, war damals schon im Kern vorhanden: Sozialismus und Faschismus, Kernphysik und Relativitätstheorie, Konzeptkunst und Konsumgesellschaft, Massenmedien, Technologie, Demokratisierung, Motorisierung, Psychoanalyse ... In einem Klima der Hochkonjunktur erlebten die Söhne und Enkel der Gründer die Komplexität, die hektische Wandelbarkeit und vor allem die unerhörte Beschleunigung der modernen Gesellschaft. Sie suchten Orientierung durch Kontakte quer durch den gesellschaftlichen Garten.

Schon damals war der Kapitalismus kein Streichelzoo. Die Kehrseite der gründerzeitlichen Erfolgsgeschichte wurde durch immer schärfer werdende Verteilungskämpfe sichtbar. Die Arbeiterbewegung begehrte auf, auch in der Schweiz. Allein in Zürich hat es zwischen 1880 und 1914 über 450 teilweise gewalttätige Arbeitskämpfe gegeben. Damals sahen die Vernünftigeren unter den kapitalistischen Erfolgsbürgern ein, dass der Bourgeois, der rücksichtslose Erfolgsmensch, abgelöst werden musste durch den Citoyen: den sozial verantwortlichen, über die Steuerpflicht hinaus solidarischen und gemeinschaftsfähigen Staatsbürger. Der Generalstreik von 1918 war der heilsame Schock, der das Schweizer Bürgertum lehrte, den Klassenkampf durch ausgleichende Gerechtigkeit und durch soziale Verständigung zu überwinden. Mitten in dieser Schock- und Aufbauperiode nach dem 1. Weltkrieg, im Jahre 1925, kam die Service-Club-Idee durch die Gründung des ersten Rotary Clubs in die Schweiz.

### Die gesellschaftliche Gegenwart

Die Welt, in der wir leben, ist immer schwieriger zu verstehen. Alles hängt mit allem zusammen. Eine Schlampererei in einem japanischen Kernkraftwerk – und die schweizerische Energiepolitik steht Kopf. Unruhen in Nordafrika und im Nahen Osten – und der Gaspreis steigt massiv. Glencore geht an die Börse –

Anzeige

**keller**  
MÖBELMANUFAKTUR

**Wo Feines entsteht.**

Keller Züberwangen AG  
Ebnifeld 2 | 9523 Züberwangen  
[www.kellerzueberwangen.ch](http://www.kellerzueberwangen.ch)

und die verschwiegene Welt des Rohwarenhandels wird zum öffentlichen Thema. Nicht erst die jüngsten Aktualitäten haben uns gelehrt: Wir müssen noch viel offener und achtsamer werden in Bezug auf die gesellschaftlichen Positionsverschiebungen und die sozialen und politischen Bewegungen – global, national, lokal.

Hier wächst den Service-Clubs eine enorme neue Aufgabe zu, die weit über die hergebrachte Beiläufigkeit von netten Lunch- und Dinnervorträgen hinausgeht. Der Einblick in fremde Lebenswelten, der Nachvollzug anderer Denkweisen, die Entdeckung neuer Fragestellungen und die Formulierung schlüssiger Antworten könnte zum Kerngeschäft von Rotary, Lions und Kiwanis werden. Das würde freilich für die Programmgestaltung bedeuten: Lust an der Auseinandersetzung mit dem Neuen und Ungewohnten. Konfrontation mit Denkweisen, die unserem bürgerlichen Mainstream entgegengesetzt sind. Ich wünsche mir in der Tat mehr Rote und Grüne, mehr kluge Querdenker und Nonkonformisten – nicht nur als Referenten, sondern auch als Clubmitglieder.

### Neugier als Kernkompetenz

Neugier sollte unsere Kernkompetenz werden. Was wir selber glauben, das wissen wir ja schon; das braucht uns keiner zu bestätigen. Wenn aber diese Welt fundamental neue Fragen stellt, werden wir die Antworten nur in einem Klima der Offenheit finden. Der Service-Club als Heimat des freien Geistes, als Plattform des Nachdenkens und des Austauschs selbstbewusster und verantwortlicher Bürgerinnen und Bürger – ob es bei der Vision bleibt oder ob es Wirklichkeit wird, hängt davon ab, ob wir uns getrauen.

Service-Clubs haben eine grossartige Chance. Sie gründet darin, dass die moderne Wirtschaftswelt in allen Bereichen den Röhrenblick fordert und damit die Spezialisten fördert (um den despektierlichen Begriff «Fachidioten» zu vermeiden!). Immer mehr Leute verstehen von immer weniger Dingen immer mehr. Auf einmal stellen sich dann aber Fragen, die in keinem Fachbuch beantwortet werden: Passt unser Produkt noch in die umweltpolitische Landschaft? Was stellen wir sozialpolitisch an, wenn wir eine Abteilung nach Taiwan auslagern oder ein Schweizer Werk schliessen und den Auftrag nach Ungarn vergeben? Sollen wir für unsere Geschäftsreisen im Flugzeug CO<sub>2</sub>-Kompensationen bezahlen?

Die grossartige Chance der Service-Clubs wäre, das laterale, vernetzte Denken und den von Neugier getriebenen Debattenstil einzuüben. Panoramaschau statt Röhrenblick! Konfrontation mit den gesellschaftlichen Gegenkräften. Service-Clubs als Trainingslager des gesellschaftlichen Dialogs, als Arenen des aufbauenden Streits. Das wäre doch ein lohnendes Ziel! Wir müssen es bloss wollen.

*\*Der Publizist und Buchautor Karl Lüönd (geb. 1945) beschäftigt sich heute freiberuflich mit wirtschaftshistorischen Firmenbiografien und Beratungsmandaten im Medienbereich. Er ist Gründungsmitglied des Lions Clubs Oerlikon und gehört dem Herausgebertat der Zeitschrift LION an ([www.lueoend.ch](http://www.lueoend.ch))*

«Ich war nie Kunde bei Wegelin & Co., weil es meine Frau schon war.»

Napoleon III



WEGELIN & Co.

PRIVATBANKIERS SEIT 1741

► Für die, die noch nicht alles über Kaiserin Eugénie von Frankreich wissen: [www.wegelin.ch](http://www.wegelin.ch)

# «Networking ist nicht das Wichtigste»

**Menschen vernetzen sich heute anders bzw. vielfältiger als noch vor einigen Jahrzehnten. Hat dieser Wandel Auswirkungen auf die Service-Clubs? Und welchen persönlichen Nutzen hat man von einer Mitgliedschaft bei Rotary, Kiwanis oder Lions? Im Gespräch mit Jean-Pierre Gagnebin, District Governor, D 102 E, Lions Clubs International.**

## **Jean-Pierre Gagnebin, wann hatten Sie das erste Mal Kontakt mit dem Lions Club?**

Ich lernte die Lions schon sehr früh durch einen Vorgesetzten kennen, von dem ich einiges über deren Aktivitäten erfuhr. Es beeindruckte mich, dass er mit Stolz sein Lions-Abzeichen trug, mit dem er sich zu seiner Serviceorganisation bekannte.

Konkret wurde Lions für mich aber erst, als ich von einem Freund für eine mögliche Mitgliedschaft angefragt wurde. Das ist jetzt 14 Jahre her. Mein Einverständnis, Lions zu werden, und meine Aufnahme in den Lions Club Glattal haben seither mein Leben bereichert. Mir gefällt die Kombination von Vertrauen und Toleranz, sozial-engagiertem Handeln und gesellschaftlichem Zusammensein mit Freunden.

## **Hat sich die Bedeutung des Clubs im Laufe der Jahre verändert?**

Aufgrund meiner eigenen langen Lionsjahre kann ich sagen, dass sich für mich die Bedeutung nicht grundsätzlich verändert, aber eine neue Dimension angenommen hat. Seit Beginn meiner Governorlaufbahn unterstützen mich meine Clubkollegen sehr. Vor allem langjährige Mitglieder waren stolz darauf, einen Governor aus ihren Reihen zu haben. Das beflügelt und motiviert mich enorm, und ich freue mich sehr über die Unterstützung.

## **Wir sind heute auf allen möglichen Kanälen vernetzt. Welchen Stellenwert hat ein Service-Club noch?**

Facebook, Twitter und andere Kanäle können nie auch nur annähernd einen Service-Club konkurrenzieren. Aber diese Instrumente sind eine Tatsache. Sie werden die Art, wie wir miteinander kommunizieren, verändern. Networking ist nicht das wichtigste Element eines Service-Clubs, aber es gehört dazu. Letztlich jedoch verbinden Rotarier, Kiwaner und Lions die persönliche Begegnung und der direkte Austausch an den Meetings. Sie teilen dieselben Werte, dasselbe soziale Engagement. Allein bei den Lions sind es weltweit 1,35 Mio. Freiwillige, die helfen können. Service-Clubs erhalten dadurch nicht nur im eigenen Land einen hohen Stellenwert bei der sozialen Festigung unserer Gesellschaft: Ihre weltweite Struktur trägt auch viel zur Völkerverständigung bei.

## **Alles um uns herum verändert sich ständig. Muss sich auch ein Club wie Lions verändern, muss er in gewisser Weise mit der Zeit gehen?**

Nicht nur die Clubs, auch die ganze Lions-Organisation muss eine Anpassung an den Wertewandel in der Gesellschaft vornehmen. Im Kabinett des Distrikts Ost haben wir zum Beispiel neue Musterstatuten erarbeitet und das Aufnahmereglement angepasst, beides mit dem Ziel, die Clubs anzuregen, den heutigen gesellschaftlichen Gegebenheiten Rechnung zu tragen. Es muss uns gelingen, uns als Lions-Organisation zu profilieren, «unique» zu sein, sodass sich potenzielle Mitglieder auch heute noch angesprochen fühlen.

## **Wie schaffe ich es, aufgenommen zu werden?**

An erster Stelle sind Wunsch und Wille gefragt, sich in einen Service-Club einzubringen. Das ideale Neumitglied ist eine Persönlichkeit mit Ausstrahlung, kompetent, erfolgreich im Beruf und bereit, sich in eine bestehende Gemeinschaft zu integrieren, bei Activities mitzuwirken und Chargen im Club zu übernehmen.

## **Und welches wäre mein grösster Nutzen daraus?**

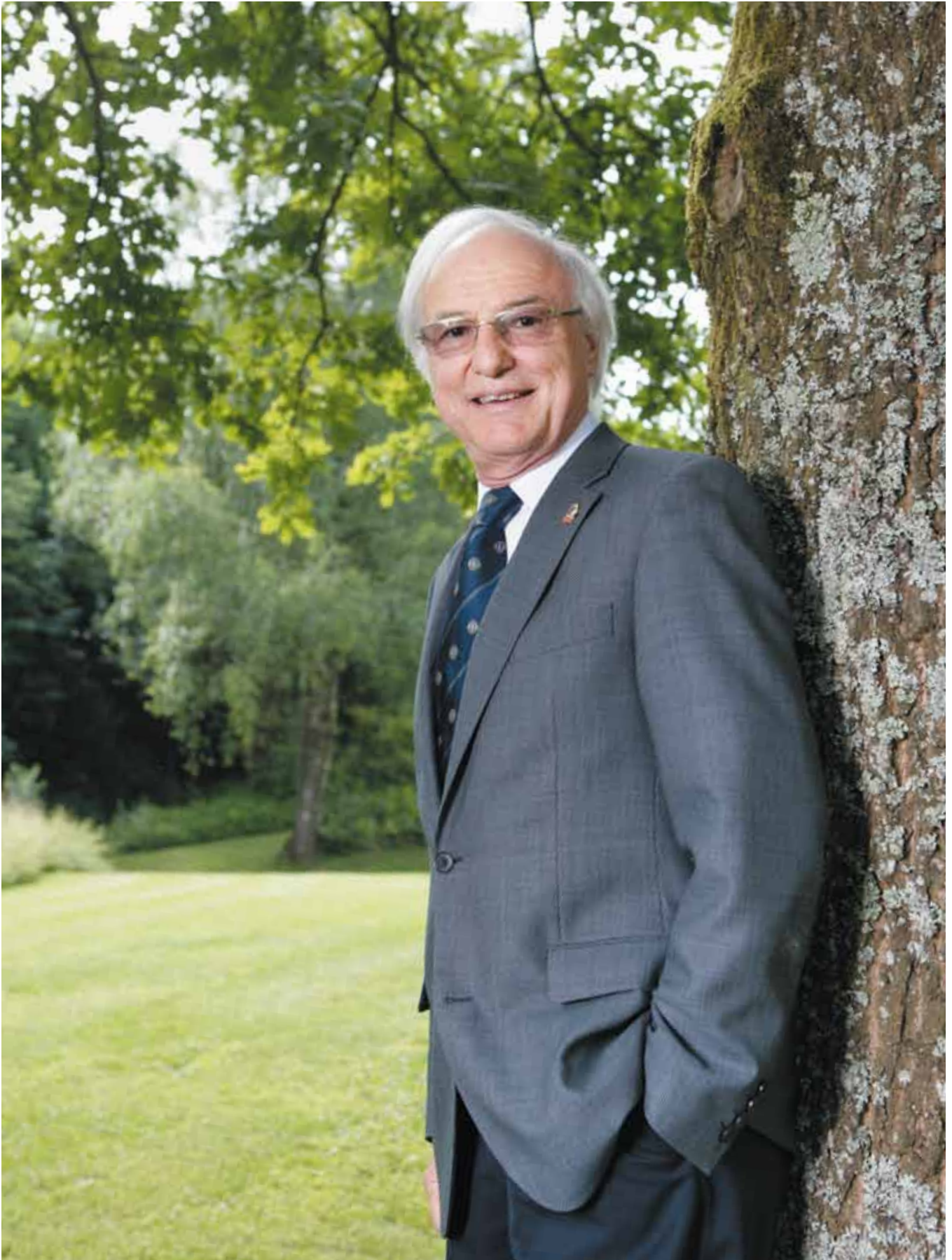
Neben einem neuen Freundeskreis, in dem man sich freut, einander jede zweite Woche zu sehen, möchte ich zwei «Nutzen» hervorheben: Sie begegnen Menschen, denen Sie sonst nie begegnet wären, und Sie helfen Menschen, denen Sie sonst nie hätten helfen können.

## **Gibt es noch genügend Personen, die sich für ein Engagement in einem Service-Club interessieren?**

Mir gefällt Ihre Formulierung «Engagement». Ein Lion soll mehr sein als einfach nur Mitglied. Darin liegt die quantitative Beschränkung. Wir Lions wollen, wie andere Service-Clubs auch, ein qualitatives Wachstum. Lions sollen sich in jeder Beziehung durch besonderen Einsatz qualifizieren. Im Moment können wir die Austritte durch Neuaufnahmen kompensieren. Klares Ziel wäre es aber zu wachsen, mehr Hände zu haben, um zu helfen. Ein erfreuliches Wachstum erreichten wir in meinem Governorjahr durch Gründung von drei neuen Lions Clubs. Es gibt also durchaus genügend interessierte Menschen.

## **Wenn Sie zurückblicken: Was waren Ihre persönlichen Highlights?**

Da muss ich nicht lange überlegen: mein Präsidialjahr in meinem Club und nun mein Governorjahr. Als Präsident kann man dem Club etwas zurückgeben. Mir gefällt das Wort von Robert Townsend: «Echtes Führungsverhalten muss dem Wohl der Gesellschaft dienen, nicht der Bereicherung der Anführer.» Das gilt



*Jean-Pierre Gagnebin*

natürlich auch für den Governor. Bei dieser Aufgabe kommen die unzähligen interessanten Begegnungen in der Schweiz wie auch international hinzu. Ein unvergesslicher Moment war die Ernennung zum District Governor durch den internationalen

Präsidenten. Sie fand anlässlich der International Convention in der Convention Hall in Sydney zusammen mit 760 Kolleginnen und Kollegen aller anderen Distrikte und im Beisein von fast 10'000 Lions statt. ■

# WIM AG – Immobilien mit Klasse



## Wängi TG «Wiesengrundpark»

Wohnen an der Achse Zürich–Wängi–St.Gallen: **5½ Zimmer Attika, NWF 179.5 m²/Dachterrasse 143.6 m²**

Individuelles und exklusives Wohnen an sehr sonniger, ruhiger Lage am Rande des Zentrums von Wängi mit Anspruch auf hohe Flexibilität bestimmen das Konzept dieser Wohnanlage. Die funktionellen Wohnungsgrundrisse sind nach den neusten architektonischen Erkenntnissen angelegt und bieten bis ins Detail höchsten Wohnkomfort.

**Bezug** Herbst 2012 **Verkaufspreis** CHF 1'030'000.–

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



Wängi TG «Wiesengrundpark»

## Jonschwil SG «Wildbergpark»

Individuell wohnen in gesunder Umgebung:

**5½ Zimmer Attika, NWF 153.3 m²/Dachterrasse 173.3 m²**

Die fünf Wohneinheiten pro Mehrfamilienhaus gliedern sich sehr gekonnt in die Umgebung bestehend aus Einfamilienhäusern und feinkörnigen Mehrfamilienhäusern ein. Der moderne Baustil mit grossen Terrassen und Flachdach passt sich ausgezeichnet in die gehobene Wohnkultur von Jonschwil ein. Der von der Käuferschaft bemusterte Innenausbau bietet mit moderner Technik und qualitativ guten Materialien ein lebenswertes Wohngefühl.

**Bezug** Herbst 2011 **Verkaufspreis** CHF 1'050'000.–





### Amriswil TG «Wohnpark Egelmoos»

Amriswil blüht auf – mit viel Lebensqualität:

**4½ Zimmer Attika, NWF 127.6 m<sup>2</sup>/Dachterrasse 78.1 m<sup>2</sup>**

Am Zentrumsrand der sympathischen Stadt im Oberthurgau entstanden 33 Wohnungen, 32 haben Ihren Eigentümer bereits gefunden. Die funktionellen Wohnungsgrundrisse bieten überdurchschnittliche Grosszügigkeit. Die unkonventionelle Raumkonzeption vermittelt ein spannendes Raumgefühl und eine attraktive Wohnatmosphäre. Grossflächige Verglasungen bringen viel Licht in sämtliche Wohnräume. Die Innenausstattung wird nach den Wünschen des Eigentümers gestaltet.

**Bezug** ab November 2011 **Verkaufspreis** CHF 668'000.–



Amriswil TG «Wohnpark Egelmoos»



### St.Gallen–Rotmonten «Häuser im Waldgut»

Individuell wohnen in gesunder Umgebung: **7 Zimmer Einfamilienhaus, NWF 194m<sup>2</sup>**

An exklusiver Adresse «Glärnischstrasse 20» entstehen zwei Einfamilienhäuser und ein Zweifamilienhaus in klarer, moderner Architektur mit attraktiven Grundrissen. Grosse Fensterflächen lassen viel Licht ins Innere. Mit den grossen Terrassen-Holzdecks des jeweiligen Erdgeschosses wird der Wohnraum nach Aussen ins Grüne erweitert. Die MINERGIE-Ausführung entspricht den neusten ökologischen und energietechnischen Erkenntnissen.

**Bezug** ab November 2011 **Verkaufspreis** CHF 1'750'000.–

In dieser sehr individuellen, einzigartigen Überbauung ist ebenfalls eine 5½ Zimmer Gartenwohnung mit 137m<sup>2</sup> im Verkauf.

**Verkaufspreis** CHF 1'200'000.–

Investition und Genuss – wir verwirklichen ihre Träume

#### WIM AG

Bauträgersgesellschaft  
und Investorin

Industriestrasse 26  
9300 Wittenbach

T 071 292 39 00  
info@wim.ch / www.wim.ch



# Haben Vermögende eine Verantwortung gegenüber der Gesellschaft?

Prof. Dr. Thomas Druyen gilt als einer der renommiertesten Reichtums- und Vermögensforscher im deutschsprachigen Raum. Der deutsche Soziologe hält den einzigen europäischen Lehrstuhl für Vergleichende Vermögenskultur und ist im Vorstand des gleichnamigen Instituts an der Sigmund Freud Privatuniversität Wien. Ein Gespräch über Verdienste, Vermögen und Veränderungen.

**Interview:** Marcel Baumgartner **Bild:** zVg.

**Thomas Druyen, nach einer Studie der Asiatischen Entwicklungsbank hatte die Finanzkrise alleine 2009 weltweit Vermögenswerte im Umfang von 50 Billionen Dollar vernichtet. Welche Gesellschaftsschichten mussten am meisten bluten, damit die Waage wieder ins Gleichgewicht gerät?**

Diese Dimensionen sind für den normalen Menschenverstand nicht zu begreifen. Auch die Suche nach den grössten Verlierern führt auf eine falsche Spur. Natürlich haben auch viele Reiche sehr viel Geld verloren, das liegt auf der Hand. Aber es geht auch darum, den systemischen Zusammenhang zu erkennen: Wenn in einer solchen Krise die Preise für Reis exponentiell steigen, dann leiden auch diejenigen, die ohnehin nichts haben. Die Politik, die die Finanzmärkte retten musste, oder Arbeitsplätze, die verloren gingen, haben ganze Gesellschaften in Mitleidenschaft gezogen. Finanzkrisen sind internationale Flächenbrände, die nachhaltig das Gleichgewicht zerstören.

**Darf man ganz grundsätzlich sagen, dass sich die Gesellschaft in der Vergangenheit einen Standard aufgebaut hat, den sie nicht halten kann?**

Das Niveau des Wohlstands wäre durchaus zu erhalten, wenn die Ungleichverteilung nicht extrem zunehmen würde. Vor allem die spekulativen und finanzarithmetischen Gewinnspiele torpedieren nachhaltige Strukturen. Die unglaublichen Summen, die hier im Spiel sind, stehen in keinem Verhältnis zu den Gewinnmöglichkeiten der Dienstleistungs- und Güterwirtschaft. Da ist etwas aus den Fugen geraten.

**Derzeit wird viel über ethisches Handeln gesprochen. Aber der Mensch vergisst schnell. Wie schnell geht es, bis wir uns wieder in eine Sackgasse bewegen? Und wer trägt die Schuld daran?**

Ethische Versprechen sind immer nur so gut, wie sie in der Wirklichkeit umgesetzt werden. Hier dominieren Lippenbekenntnisse. Ein grosser Teil der Menschheit lebt chancenlos in der Sackgasse, eine Änderung ist nicht in Sicht. Ich denke, dass wir wieder vordringlich dazu kommen müssen, kaufmänni-



*Prof. Dr. Thomas Druyen, Direktor des Institutes für Vergleichende Vermögenskultur und Vermögenspsychologie an der Sigmund Freud Privatuniversität in Wien.*

sche und unternehmerische Tugenden an den Tag zu legen. Die Schuldfrage kann man nicht aus der Hüfte geschossen beantworten. Wir sprechen heutzutage sehr viel von Hebelwirkungen. Diejenigen, die diese Hebel in der Hand haben, müssen massiv an ihre Verantwortung erinnert werden.

**Sie fordern von Wirtschaft und Banken, ihre Gewinnabsichten in eine vernünftige Relation zu ihrer Verantwortung zu bringen. Aber: Hinter beiden Bereichen stehen Menschen. Menschen handeln nicht immer vernünftig.**

Da wir dies wissen, haben wir Rechtsmittel, Aufsichtsgremien und kulturelle Richtlinien. In diesen guten Bahnen sollten wir uns bewegen. Wer zulasten aller anderen ausschert, muss zur Rechenschaft gezogen werden.

**Kann ich als «Normalsterblicher» einen Beitrag leisten oder steht und fällt es mit dem Handeln der Vermögenden und der vermögenden Institutionen?**

Das wäre ja grausam, wenn unsere Zukunftsfähigkeit nur von einer Gruppe abhängig wäre! Die weit überwiegende Mehrheit der Menschen in unseren Regionen leistet unentwegt einen Beitrag sowohl in beruflicher, familiärer als zuweilen auch in gemeinnütziger Weise. Dieses Engagement kann noch gesteigert werden, aber wir sollten uns klarmachen, dass dies bereits ein Privileg ist. Denn in anderen Teilen der Welt kann man sich

## «Finanzkrisen sind internationale Flächenbrände»

leider noch nicht einmal selbst helfen. Die wirtschaftlich zusammengewachsene Zivilisation bedarf einer neuen Logik der Zwischenmenschlichkeit und auch der Selbstverantwortung.

**Haben Vermögende eine Verantwortung gegenüber der Gesellschaft?**

Selbstverständlich. Aber das ist nichts Neues. Seit Jahrtausenden werden Privilegien auch genutzt, um Verantwortung für sich und andere zu übernehmen. Nur bei einer Weltpopulation von sieben Milliarden Menschen, die auch immer mehr technisch vernetzt sind, verändert sich diese Verantwortung von der Mildtätigkeit zu einer überlebenswichtigen Notwendigkeit. Diejenigen, die über herausragende Ressourcen verfügen, sollten ihre finanziellen, unternehmerischen, politischen und philanthropischen Möglichkeiten konsequent nutzen. Vor allem ihr Einfluss sollte eingesetzt werden, denn die staatlichen Organisationspflichten und ihre Repräsentanten sind eben nicht aus ihrer Verantwortung zu entlassen.

**Wer ist überhaupt im klassischen Sinne «vermögend»?**

In unserer Vermögensforschung unterscheiden wir zwischen Reichen und Vermögenden. Ganz holzschnittartig formuliert, kümmern sich die Reichen nur um sich selbst, während die Vermögenden auch ihr Umfeld bedenken und dementsprechend handeln.

**Hat die Finanzkrise gewissermassen flächendeckend Neid und Missgunst ausgelöst?**

Neid und Missgunst sind menschliche Anlagen, die in bestimmten alltäglichen Situationen und Konstellationen zum Ausbruch kommen. In relativ homogenen Gesellschaften wie in Schweden sind sie nicht so häufig anzutreffen wie dort, wo die Un-

gleichheit fatale Ausmasse angenommen hat. Die Finanzkrise hat diesen Reflex im Allgemeinen nicht wesentlich verstärkt. Aber das Gefühl der Ungerechtigkeit und der Eindruck, dass viele Verantwortliche nicht für ihr Verhalten sanktioniert werden, lässt den Wutpegel allmählich steigen.

**Das Tun einiger weniger Personen bringt ganze Länder ins Schwanken. Das lässt nicht optimistisch in die Zukunft schauen. Müssen wir unser System der Märkte neu erfinden?**

Es ehrt mich, dass Sie bei mir eine Antwort auf diese Fragen vermuten, an denen schon Legionen von Fachleuten und Prognostikern gescheitert sind. Aber ein solcher Ausblick kann nicht mit wenigen Sätzen seriös abgehandelt werden. Im März erschien mein neues Buch «Vermögenskultur – Verantwortung im 21. Jahrhundert»; nach dessen Lektüre sollten wir uns die Frage noch einmal vornehmen. ■

Anzeige

www.schuetzengarten.ch

**Genuss in seiner schönsten Form.**

**Schützengarten**  
Das vortreffliche Bier.

# Nachhaltig Investieren zur Steigerung der Lebensqualität: Sinn und Gewinn

Immer mehr konsumieren, immer mehr erleben wollen, das stellt sich immer deutlicher als Sackgasse heraus. Der Trend zur Erlebnisorientierung hat seinen Zenit überschritten. Die Orientierung an rein materiellen Werten stösst zusehends an Grenzen.

*Von Antoinette Hunziker-Ebnetter, CEO Forma Futura Invest AG, Mitglied im Rotary Club Zürich*

An den Generalversammlungen einiger Banken gehen die Kleinaktionäre angesichts der exorbitanten Gehälter und Boni der Banker auf die Barrikaden. Im krassen Gegensatz dazu ist die Situation bei der Sozialhilfe zu sehen. In der Schweiz bezieht gemäss der jüngsten Sozialhilfestatistik bald jeder 4. Jugendliche zwischen 18 und 25 Jahren Sozialhilfe, in der Stadt Zürich ist es jedes 9. Kind. Insgesamt sind fast 45% aller Sozialhilfeempfänger unter 26 Jahre alt. Die Sozialhilfe bezahlt die Lebenshaltungskosten – für einen Einpersonenhaushalt sind das CHF 960 plus die Miete und die Krankenkasse.

Diese Tatsache stimmt nachdenklich; umso mehr, als unser Land zu den reichsten dieser Erde zählt. Damit einher geht eine bedenkliche Entwicklung am Arbeitsmarkt: In den letzten Jahren sind laufend Stellen für weniger qualifizierte Arbeitskräfte verschwunden oder in Billiglohnländer ausgelagert worden. Auch Wissensarbeitsplätze werden ausgelagert. Eigentlich nur, wenn man den Endkunden kennt und professionell in einer soliden Firma arbeitet, hat man noch einen ziemlich sicheren Arbeitsplatz. Zudem führt die Finanz- und Wirtschaftskrise zu steigender Arbeitslosigkeit.

Der Zukunftsforscher Professor Horst Opaschowski drückt diesen Sachverhalt mit der Formel  $0,5 \times 2 \times 3$  aus. Das heisst, die Hälfte der Menschen arbeitet doppelt so viel und verdient drei Mal so viel. Noch mehr zu arbeiten macht für diese Menschen keinen Sinn. Das Vermögen vieler dieser Menschen ist inzwischen so gross, dass sie es in ihrem ganzen Leben nicht verbrauchen können. Und was dann?

«Those, who find themselves with more money than they need or want are looking for ways to do something useful with their surplus», schreibt der britische Bestseller-Autor Charles Handy in seinem neuesten Buch «The New Philanthropists». Wer also über mehr Geld verfügt, als er effektiv braucht oder möchte, sucht nach Wegen, mit dem Überschuss etwas Sinnvolles zu tun. Dieser Gedanke ist so neu nicht.

«Wir sind Wesen mit einem Willen zum Sinn.» So hat es bereits der Wissenschaftler Viktor Frankl im letzten Jahrhundert analysiert. Wir möchten Sinn stiften und etwas Sinnvolles gestalten auf dieser Welt.

Die Suche nach dem Sinn jenseits des Konsums beschäftigt immer mehr Investoren und Investorinnen. Sie stellen sich die zentrale Frage: Was ist uns wirklich wichtig? Als mündige, reflektierende Menschen machen sie sich Gedanken über die negativen Auswirkungen, die durch das heutige Wirtschaftssystem und die Finanzwelt vertreten werden.

Dazu in paar Beispiele:

- Menschen in industrialisierten Ländern essen jährlich 6 bis 7 Kilogramm an Lebensmittelzusatzstoffen. Gleichzeitig sind 1,2 Milliarden Menschen unterernährt und hungern. Während 852 Millionen chronisch hungern, sind ungefähr gleich viele übergewichtig.
- Die Pharmaindustrie erforscht Substanzen, die uns noch länger leben lassen, während jährlich 3 Millionen Menschen an Aids und 2 Millionen Menschen an Luftverschmutzung sterben.
- Jede Kuh in Europa wird mit zweieinhalb Dollar pro Tag subventioniert. Ein Afrikaner verdient an einem Tag gerade mal die Hälfte davon.
- Die USA geben jedes Jahr 10 Milliarden Dollar für Entwicklungshilfe aus. Das ist etwa gleich viel Geld, wie für Pornographie ausgegeben wird, und 60-mal weniger, als die USA für das Militär ausgeben (>600 Milliarden Dollar pro Jahr)
- Zudem sorgen zahlreiche Finanzskandale für unrühmliche Schlagzeilen, riesige Verluste und haben einen tiefen Vertrauenskrise ausgelöst.

Eine steigende Zahl von Menschen findet sich in der Welt nicht mehr zurecht. Sie leiden an Entfremdung, Orientierungslosigkeit, Identitätsproblemen und Depressionen. Angesichts dieser Ungleichgewichte und Skandale muss man sich ernsthaft fragen: Fliesst das Geld vom Finanzsystem in die richtigen Bereiche? Immer deutlicher zeigt sich, dass Profit-Maximierung und materieller Wohlstand nicht die einzigen und nicht die prioritären Ziele der Menschen sind.

Analysieren wir aber das gängige Wertesystem der Wirtschaft, stellen wir sehr schnell fest: Die Orientierung ist nach wie vor einseitig. Werte wie materielles Wachstum, Profit, Effizienz, Kurzfristigkeit, Individualismus und lineares Denken herrschen im heutigen Wertesystem vor. Doch entsprechen diese Werte

noch den Bedürfnissen der Kunden, der Investoren?

Immer weniger, meinen angesehene Vordenker. Nehmen Sie Konjunkturforscher Leo Nefiodow, den bekannten Vertreter der Theorie der langen Wellen und ein Vordenker der Informationsgesellschaft. Seine Publikationen zu den Kontradiereff-Zyklen für die Prognose der Konjunktur sind Bestseller. Er ist davon überzeugt, dass im Rahmen des sechsten Kontradiereff-Zyklus, der sich in einer frühen Phase befindet, an die Stelle des Wohl-Stands zusehends das Wohl-Befinden treten wird. Dieses Wohl-Befinden versteht er in einem ganzheitlichen Sinn, also nicht nur körperlich sondern auch seelisch, ökologisch und sozial.

Oder nehmen Sie den britischen Zukunftsforscher Doktor Patrick Dixon: Er sieht für die kommenden zwei Dekaden Fragen der Ethik in den Fokus rücken. Er prognostiziert, dass Kunden und Investoren wählerischer und achtsamer werden. Sie werden ihre Zeit nutzen, um bisherige Investitionen zu hinterfragen und um herauszufinden, welche Investitionsmöglichkeiten ihren eigenen Werten nahe kommen.

Ich teile die Ansichten dieser Vordenker. Die Prioritäten werden sich zunehmend weg von Materie hin zu immateriellen Werten verschieben, von Gewinn hin zu Gewinn mit Sinn, von Quantität zu Qualität, insbesondere hin zu Lebensqualität. Materielle Werte verlieren an Wert, während immaterielle Werte an Wert gewinnen. Ich bin überzeugt, dass die Menschen in dem, was sie tun, verstärkt eine nachhaltige Lebensqualität anstreben werden. Was meine ich damit genau?

Lebensqualität ist kein eindimensionales Ziel. Im Grundsatz besteht sie aus mehreren Komponenten, die wiederum von verschiedenen Treibern beeinflusst werden. Die Hauptelemente nachhaltiger Lebensqualität sind neben der Deckung materieller Bedürfnisse die Sicherheit, die Gesundheit, die Wahl- und Handlungsfreiheit – dafür braucht es Bildung – sowie gute soziale Beziehungen.

Treiber dieser Komponenten sind beispielsweise der Wunsch nach sauberer und ressourceneffizienter Produktion, das Eintreten für Chancengleichheit oder das Streben nach eigenem Wohlbefinden im Schoss einer funktionierenden Gemeinschaft. Die neuen Luxus-Güter sind Ruhe, Sicherheit, intakte Natur, Freundschaften, aber auch Zufriedenheit und Lebenssinn.

Es gilt, die Lebensqualität unter Wahrung der biophysischen Kapazität der Erde zu schaffen, zu verbessern und für nachfolgende Generationen zu erhalten (Bsp. Ökologischer Fussabdruck von Mathis Wackernagel).

Damit wird eines ganz deutlich: Im Sinne der Maslowschen Pyramide muss Konsum künftig höheren Ansprüchen genügen, als bloss ein momentanes Bedürfnis zu befriedigen. Ebenso werden Finanzanlagen mehr bieten müssen, als nur finanziellen Anliegen gerecht zu werden oder eine Rendite einzubringen.

Mündige Investoren und Investorinnen wissen Bescheid über



Antoinette Hunziker-Ebnetter

die finanziellen Zusammenhänge in Wirtschaft und Gesellschaft. Sie wollen ihre Finanzkraft nutzen, um positive Veränderungen zu bewirken. Ihre Finanzen betrachten sie als Mittel für eine lebenswerte Zukunft. Sie wollen ihr Geld zum Nutzen aller einsetzen.

Ob es nun Konsumentinnen oder Konsumenten, Anlegerinnen oder Anleger sind: Mit den eingesetzten Geldern wollen sie einen Mehrwert für die Zukunft, einen Beitrag zu nachhaltiger Lebensqualität schaffen.

Mit dieser Entwicklung vor Augen wird klar, dass Lebensqualität zum Leitwert und damit zum Wertschöpfungsprinzip für Wirtschaft und Unternehmen wird. Zukunftsmärkte werden demnach immer auch Sinnmärkte sein – bezogen auf Gesundheit, Natur, Kultur und Bildung. Die Sinnorientierung stellt Wirtschaft und Unternehmen vor grosse Herausforderungen. Denn sie müssen den neuen Bedürfnissen und Kriterien der Anlegerinnen und Anleger genügen. Investitionen, die nachhaltige Lebensqualität schaffen, werden ins Zentrum des Interesses rücken. Dazu zählt die gesamte Medizin und Medizinaltechnik; die Biotechnologie; der Komplex Ausbildung und Pädagogik mit ihrem Ziel, junge Menschen hin zu einem sinnvollen Leben zu führen; die Weiterbildung von Erwachsenen in einer Welt, in der sich die Berufsbilder ständig verändern. Auch die Informationstechnik kann sinnstiftend sein, soweit sie der Ausbildung und Verbreitung von Demokratie und Mitbestimmung dient. Anlagen in erneuerbare Energien wie Wasser, Wind, Photovoltaik und Biomasse zählen dazu oder Mikrokredite für Kleinunternehmerinnen und Kleinunternehmer.

Allen diesen Bereichen ist der Aspekt der Langfristigkeit oder Nachhaltigkeit gemeinsam, einer der fundamentalen Werte aller Menschen, die über das eigene Lebensende hinaus einen Beitrag zur Erhaltung unserer Umwelt und Gesellschaft leisten wollen.

Die Entwicklung hin zu sinnvollen, nachhaltigen Anlagen hat gravierende Auswirkungen auf traditionelle Grossfirmen, die sich bereits heute manifestieren. Themen wie Corporate Governance, eine umweltschonende Produktion, das Management von Diversität und Chancengleichheit werden ein deutlich stärkeres Gewicht erhalten.

Neben finanziellen Aspekten werden Fragen der Umweltverträglichkeit und des sozialen Engagements mehr und mehr in die Bewertung der Unternehmensleistung einbezogen. Die Berücksichtigung dieser drei Dimensionen – ökonomisch, ökologisch und sozial – führt zu einer Verlagerung vom Shareholder Value zum Stakeholder Value. Immaterielle Werte, so genannte Intangibles, sind zu wichtigen Faktoren für die Marktakzeptanz und den Marktwert eines Unternehmens geworden. Sie machen heute bereits einen grossen Teil der Unternehmensbewertung aus, amerikanische Studien sagen bis zu 80%. Erfolg werden insbesondere diejenigen Unternehmen haben, die diesen Wandel nicht als Bedrohung empfinden, sondern die Chancen erkennen und wahrnehmen, die sich daraus ergeben. ■

# Neue Zeitrechnung in der Finanzwelt

Die VP Bank ist im Kundensegment der KMUs stark engagiert. Als Liechtensteinische Bank mit Zugang zum EWR haben wir sowohl Einblick in die Mechanismen der Europäischen Union als auch in den vermeintlich geschützten Schweizer/Liechtensteiner Heimmarkt. Ein Erfahrungsbericht.

**D**ie kommerziellen Kunden beschäftigen sich zunehmend mit Fragen, die in Verbindung zu neuen Regulatorien, der Frankenstärke, der Zins- und Konjunkturentwicklung oder zu Steuerreformen in vielen Ländern stehen. Ursache hierfür ist oftmals die massive Verschuldung in zahlreichen Staaten der Welt und deren

verzweifelte Suche nach Lösungen. Mitbeteiligt sind namhafte Institutionen wie EZB, SNB, EU, IWF und Einzelregierungen der EU aber auch der USA. Veränderungen sind nicht neu, die Häufung der Themen und der schnelle Wandel dagegen schon. Die Frage stellt sich, wie ein Unternehmer auf diese Herausforderungen reagiert. Verschiedene Kundengespräche münden



immer wieder in drei Schlussfolgerungen, welche nachfolgend näher beleuchtet werden.

### Handeln statt jammern

Dass sich die Rahmenbedingungen verändert haben, ist unbestritten. Ein Unternehmer zeichnet sich dadurch aus, dass er versucht, weitestgehend selber für sich und seine Firma zu entscheiden. Ein Seufzer hinsichtlich der dramatisch veränderten exogenen Faktoren sei erlaubt, dann aber muss eine innerbetriebliche Analyse folgen. Rentabilitätsüberlegungen zu einzelnen Produkten, Steigerung des Automatisierungsgrades, Kostensparprogramme durch Konzentration auf das Notwendige sowohl in den Produkten als auch in der Produktion, Outsourcing und Veränderungen im Personal sind nur einige Stichworte. Ziel soll es sein, die Unternehmung fit für die Veränderungen zu machen. Wir plädieren bei unseren Kunden dafür, sich trotz immer noch ansprechender Ergebnisse gezielt einem Fitnessprogramm zu unterziehen, um gestärkt in die Zukunft zu gehen.

### KMUs sind keine Devisenspekulanten

Gerade exportorientierte Unternehmen sind aktuell immensen Devisenrisiken ausgesetzt, welche zu grossen Wertberichtigungen 2010 geführt haben. Erträge aus der angestammten Produktion wurden durch diese Währungsverluste oft neutralisiert, und es ist nur schwer abzuschätzen, wohin die Währungsreise noch führen wird. Werden KMUs so eher zu Devisenspekulanten als zu Produzenten/Händlern? Auch wenn damit Kosten verbunden sind, empfehlen wir, sich gegen Währungsrisiken abzusichern. Natural Hedging durch bessere Kanalisierung der Zahlungsströme, Devisenswaps oder Termingeschäfte können hier hilfreich sein. Ein Finanzchef ist gut beraten, sich in diesen turbulenten Zeiten genauestens zu informieren, welche Instrumente für seinen Betrieb am besten geeignet sind. Es gibt sogar Firmen im grenznahen Bereich, die erwägen, für Grenzgänger die Löhne nur noch in Euro zu bezahlen. Der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt.

### Politik muss steuern

Gerade beim Thema Lohnzahlung in Euro ist auch die Politik gefordert. AHV, Pensionskassen etc. müssten dann auch in der Lage sein, eurobasierte Abrechnungen zu erstellen. Steuervorteile, um Investitionen zu tätigen, oder Einschränkungen beim administrativen Aufwand sind mögliche Themen, wo die Politik massgeblich beeinflussen kann. Selbstredend, dass natürlich auch gezielt Regularien gelockert werden müssen, so beispielsweise bei Bauvorhaben.



### Über die Person

Rolf Jermann ist Leiter Firmenkunden und Kredite der VP Bank in Vaduz. Dort ist er für das gruppenweite Kreditgeschäft verantwortlich. Bis zu seinem Wechsel zur VP Bank arbeitete er bei der Credit Suisse in St.Gallen, Zürich und Toronto sowie bei der St.Galler Kantonalbank, wo er im nationalen und internationalen Kreditgeschäft tätig war. Rolf Jermann ist eidg. dipl. Bankfachmann und hat sich an der Swiss Banking School sowie an der University of Toronto im Spezialgebiet International Banking and Finance weitergebildet. Kontakt: rolf.jermann@vpbank.com

### Über das Unternehmen

Die VP Bank wurde 1956 gegründet und gehört mit über 700 Mitarbeitenden zu den grössten Banken Liechtensteins. Heute ist sie neben Vaduz und Zürich an weiteren sechs Standorten weltweit vertreten. Die VP Bank bietet massgeschneiderte Vermögensverwaltung und Anlageberatung für Privatpersonen und Intermediäre. Aufgrund der gelebten offenen Architektur profitieren die Kunden von einer unabhängigen Beratung: Empfohlen werden sowohl Produkte und Dienstleistungen führender Finanzinstitute als auch bankeigene Investmentlösungen. Die VP Bank ist an der Schweizer Börse SIX kotiert und hat von Standard & Poor's ein «A-»-Rating erhalten.

### Fazit

Unternehmer sind grundsätzlich selber dafür verantwortlich, ihre Firma den veränderten Verhältnissen anzupassen. Ständig seinen Unmut über das Unvermeidliche kundzutun, macht auch unternehmerisch keinen Sinn. Erfolgsentscheidend ist, dass sich jeder Unternehmer laufend ein Netzwerk von kompetenten Gesprächspartnern auf- oder ausbaut und kreative Gedanken zulässt. Gleichzeitig steht es ausser Frage, dass viele Dinge in unserer Gesellschaft mit vereinten Kräften besser bewältigt werden können. Und hier kommt der Politik eine tragende Rolle zu. ■

# «Gleichberechtigung will nicht Gleichheit»

Beide sind sie in Führungspositionen tätig. Und beide gehören sie einem Service-Club an. Im Gespräch erklären Rahel Scherz, Rotary, und Nathalie Glaus, Lions, inwiefern sie die «Frauenfrage» im Alltag noch begleitet und wo Unterschiede nach wie vor gefragt sind.

**Interview:** Marcel Baumgartner **Bilder:** Bodo Rüedi

**Wir schreiben das Jahr 2011. Wieso eigentlich ist die Gleichberechtigung nach wie vor ein Thema? Wieso gilt es als einzigartig, wenn eine Frau den Posten eines CEOs bekleidet?**

Rahel Scherz: Die Antwort darauf wüsste ich auch gerne. Aber ernsthaft: Ich kann mir keinen Reim darauf bilden. Von einem Gleichgewicht kann heute – zumindest in gewissen Branchen – noch keine Rede sein. Im IT-Bereich beispielsweise, in dem ich tätig bin, dominieren nach wie vor die Männer. So sass ich heute Morgen an einem Meeting sieben Herren gegenüber. Allerdings ist es auch abhängig von der Nationalität: Wäre die Sitzung in London mit einer dort ansässigen Firma gewesen, hätte es auch genau umgekehrt sein können.

Nathalie Glaus: Ich bin auch der Meinung, dass es branchen- und ebenso stufenabhängig ist. Als Anwältin kenne ich das aus eigener Erfahrung: Während an der Universität die Frauen noch die Mehrheit stellen, sieht es in den oberen Etagen der Kanzleien genau anders aus. Offensichtlich geht ein gewaltiger Teil dieser Frauen in irgendwelchen Stabsstellen verloren, bei denen sie keine Mandats- geschweige denn Führungsverantwortung haben.

**Das Thema wurde kürzlich von der «Weltwoche» aufgegriffen. Dabei kamen insbesondere teilzeitarbeitende Frauen in Führungspositionen, die nebenbei eine Familie haben, nicht gut weg. Was entgegnen Sie solchen Kritiken?**

Glaus: Mich (lacht), als Beweis, dass es durchaus möglich ist, Beruf und Familie unter einen Hut zu bekommen.

Scherz: Genau. Und es gibt zahlreiche Beispiele, die belegen, dass es kein Nachteil sein muss.

Glaus: Allerdings muss man ehrlich sein: Verharmlosen darf man diese Doppelbelastung nicht. Es ist eine Challenge, die ohne entsprechendes Umfeld, welches das Ganze mitträgt, nicht möglich ist. Ausser Sie sind bereit, ihre Kinder zu 100 Prozent fremdbetreuen zu lassen. Ich persönlich habe das Glück, dass mein Mann teilzeitarbeitet und ich auf meine Mutter zurückgreifen kann. Aber ein solch flexibles Umfeld ist wohl eher die Ausnahme.

**Glauben Sie daran, dass das die Gleichberechtigung dereinst – in zwei oder drei Generationen – gar kein Thema mehr sein wird, dass sie normal ist und nicht mehr darüber diskutiert wird?**

Scherz: Ich glaube das, ja.

Glaus: Tust Du das wirklich?

Scherz: Ja. Es ist ja nicht so, dass man uns Frauen nicht zutraut, Führungspositionen einnehmen zu können. Es ist ein Thema, weil sich viele Frauen nicht zwischen Job und Familie entscheiden wollen und sie das hilfreiche Umfeld – wie Du es angesprochen hast – nicht haben. Aber: Immer mehr Familien trauen sich, ihre Kinder in eine Tagesstätte zu geben. Im Vergleich zu Schweden oder Amerika hinkt die Schweiz zwar immer noch stark hinterher, aber das wird sich mit der Zeit ausgleichen. Die Akzeptanz wird sich einstellen. Ich hoffe es zumindest.

Glaus: Hoffen tue ich es auch. Aber ich bin da etwas weniger zuversichtlich als Du. Weil Gleichberechtigung nicht nur eine Frage ist von Tagesstättenangeboten und der Bereitschaft der Arbeitgeber, Teilzeitstellen anzubieten, sondern auch eine Frage des Willens von Frau (und Mann), Vorzüge und Nachteile einer Aufgabenteilung in Familie und Beruf in Kauf zu nehmen.

**Ist es nicht egoistisch, wenn sich eine Frau nicht zwischen Job und Familie entscheiden will, wenn sie beides unter einen Hut bringen will?**

Scherz: Natürlich kann man es als egoistisch bezeichnen. Gefährlich wird es dort, wo man auf gar nichts mehr verzichten kann und will: Weder auf die Karriere noch auf die Familie oder die grossen Auslandsferien. Das geht dann halt irgendwann nicht mehr auf.

Glaus: Aber eine Frau, die nicht zwischen Job und Familie entscheiden will, ist deswegen nicht weniger egoistisch als ein Mann in derselben Position. Gesellschaftlich ist es aber so, dass sich eine Frau mehr rechtfertigen muss. Ein Beispiel: Wenn ich am Mittwochnachmittag mit meinen Kindern im Freibad bin, sagt mir ganz sicher niemand, ich sei eine coole Mutter. «Opfer» aber mein Mann seine Arbeitszeit dafür, bekommt er von allen Seiten Schulterklopfen. Von daher deutet schon Ihre Frage darauf hin, dass hier mit unterschiedlich langen Ellen gemessen wird.

**Eine gewisse Verschiebung ist doch aber feststellbar. Immer mehr Familienväter arbeiten nicht mehr zu 100 Prozent.**



Glaus: Trotzdem sind Männer tendenziell weniger dazu bereit, einen Karriereknick in Kauf zu nehmen. Und den gibt es nun halt einfach, wenn man Kinder bekommt.

**Braucht es in Verwaltungsräten oder auch in der Führungsetage eine Quotenregelung?**

Scherz: Nein. Der Beste oder die Beste soll die Stelle bekommen. Ob Frau oder Mann ist egal.

Glaus: Aber denkst Du nicht auch, eine solche Regelung könnte helfen, immerhin einmal auf einen gewissen Level der Gleichstellung zu kommen?

Scherz: Ich weiss nicht, ob man den Frauen damit einen Gefallen tun würde.

Glaus: Weil es dann eben doch nur die Quotenfrau wäre, meinst Du?

Scherz: Genau. Und deshalb bin ich dagegen.

Glaus: Ich bin bedingt – bis zu einem gewissen Level – dafür, damit überhaupt Bewegung in die Landschaft kommt. Auf der einen Seite wären Unternehmen/Verwaltungsratsgremien gezwungen, Frauen ernsthaft zu suchen (wer ernsthaft sucht, findet auch!). Auf der anderen Seite baute jede weitere Frau in einer Topposition Schwellenängste ab. Junge Frauen brauchen Vorbilder.



**Nathalie Glaus** ist Rechtsanwältin, Wirtschaftsinformatikerin und Mitglied der Geschäftsleitung bei Glaus & Partner Rechtsanwälte in Uznach. Sie ist Mitglied beim Lions Club Linth, verheiratet und Mutter von zwei Töchtern.



**Rahel Scherz** ist Mitglied des Verwaltungsrates und Managing Director bei der Banking Software Training AG (BST) in Rapperswil-Jona. Die Firma beschäftigt heute international 30 Mitarbeitende und 13 Freischaffende. Rahel Scherz ist Mitglied beim Rotary Club Lintheben und verheiratet.

**Müssten sich die Frauen nicht auch besser verkaufen? Frauen stellen sich tendenziell weniger gerne ins Rampenlicht.**

Glaus: Ja, das ist irgendwie klassisch. Das sieht man auch bei Vereinen: Im Vorstand helfen die Frauen gerne mit. Aber wenn es dann ums Präsidium geht, treten sie alle doch wieder einen Schritt zurück. Das hat schon was. Wir haben beispielsweise auch nicht jubiliert, als man uns sagte, dass wir aufs Cover dieses Magazins kommen werden.

Scherz: Man gibt den kleinen Finger, und Sie nehmen die ganze Hand (lacht).

Glaus: Wirklich besser sind die Männer aber im Knüpfen von Seilschaften. Das fehlende oder weniger starke Networking wird den Frauen immer wieder zum Verhängnis. Denn gerade bei Verwaltungsratsmandaten wird oftmals auf das persönliche Netzwerk zurückgegriffen.

**Service-Clubs wurden ja lange auch als Altherrenclubs wahrgenommen. Wie sind Sie da hineingekommen?**

Glaus: Ich war Präsidentin der Kindertagesstätte in Uznach, und der Lions Club hat gewisse Aktivitäten gesponsert. So entstand der Kontakt, und ich wurde angefragt. Lions Linth ist noch ein junger Club mit entsprechend jungen Mitgliedern, was für mich sehr entscheidend war. Die Möglichkeit, mich regelmässig mit spannenden Führungspersönlichkeiten auszutauschen, reizte mich.

Scherz: Ich bin durch meinen Vater zu Rotary gekommen. Er lancierte dort das Projekt «Mikrokredite für Frauen in Palästina».

Nach seinem Tod wurde ich angefragt, ob ich das Projekt weiterführen wolle.

#### Wie ist der Frauenanteil in den Service-Clubs?

Scherz: Verschwindend klein. Es gibt ja auch Clubs, die gar keine Frauen haben oder keine wollen. Letzteres ist für mich dann schon unbegreiflich.

#### Trotzdem sind Sie ein Teil von Rotary geworden?

Scherz: Ja klar. Man kann es ja besser machen und etwas verändern. Schliesslich ist Rotary aus reinen Herrenclubs entstanden. Das lässt sich nicht von heute auf morgen aufbrechen.

Glaus: Bei Lions ist es genauso.

#### Wir haben nun erstmals in der Geschichte der Schweiz mehr Frauen als Männer im Bundesrat. Wie wichtig sind solche Symbole?

Glaus: Solche Bilder sind extrem wichtig, gerade auch für die nächsten Generationen. Es braucht Frauen, die auf dem Cover

eines Unternehmermagazins sind. Es braucht Frauen im Bundesrat. Es braucht Frauen in der Führungsetage und im Verwaltungsrat.

#### Und es braucht Frauen in Service-Clubs.

Glaus: Genau. Sie alle leben vor, was möglich ist.

#### Arbeiten Frauentteams anders als Männerteams?

Scherz: Hören Sie mir bloss auf mit Klischees wie dem «Zickenkrieg». Das stimmt einfach nicht. Natürlich gibt es Frauentteams, die nicht funktionieren. Aber bei Männern ist es genauso.

Glaus: Logisch gibt es Unterschiede zwischen Männern und Frauen. Das ist ja auch gut so. Und daher kommen auch die vielen Klischees. Ich bin der festen Überzeugung, dass jedem reinen Männerteam eine Frau als Ergänzung gut tut. Umgekehrt gilt das natürlich genauso. Gleichberechtigung will ja nicht Gleichheit. Es ist wichtig – und gerade für Unternehmen ein grosser Vorteil –, dass die verschiedenen Fähigkeiten genutzt und unterschiedliche Sichtweisen eingebracht werden. ■

Anzeige



## BEWEGT SCHON IM STILLSTAND.

Das neue BMW 6er Cabrio definiert die Grenzen der Freude neu. Es ist der Inbegriff der Vollendung: klare Formen, fließende Bewegungen und kompromisslose Dynamik. So ist das neue BMW 6er Cabrio schon heute wegweisend für die Zukunft. Ein Werk der Perfektion, das man bewundern kann – aber entdecken muss. Erleben Sie dieses Kunstwerk reiner Ästhetik in unserem Showroom. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

### DAS NEUE BMW 6er CABRIO.

#### BMW EfficientDynamics

640i Cabrio 7,9 l/100 km 235 kW (320 PS)

#### Christian Jakob AG

Schuppisstrasse 9  
9016 St. Gallen  
Tel. 071 282 49 69  
[www.christianjakob.ch](http://www.christianjakob.ch)

#### Christian Jakob AG

Unterdorfstrasse 85  
9443 Widnau  
Tel. 071 727 20 40

# «Vertrauen ist das Fundament jeder Beziehung»

**Gregor Bucher (\*1971) ist seit Januar 2010 Geschäftsführer der St.Galler City-Garage AG. Im Gespräch verrät das Kiwanis-Mitglied, warum er sich bei einem Service-Club engagiert, was er an der Mitgliedschaft besonders schätzt – und weshalb die City-Garage in Zukunft noch mehr auf Geschäftskunden setzen möchte.**

**Interview:** Stephan Ziegler **Bild:** Bodo Rüedi

**Gregor Bucher, Sie sind 40 Jahre jung. Wo liegen Sie mit diesem Alter in Ihrem Service-Club, den Kiwanis St.Gallen?**

Der Jüngste bin ich zwar nicht, aber ich gehöre sicher zu den «Jungen» in meinem Club.

**Warum, denken Sie, hat es in den Service-Clubs relativ wenig junge Mitglieder?**

Eine gewisse Maturität wird natürlich vorausgesetzt. Für einen Service-Club wird man empfohlen und gewählt, Bewerbungen sind verpönt. Es ist Ehrensache, dass ein Service-Club hinter den Kulissen arbeitet und für seine guten Taten keine Werbetrommel rührt.

**Welche Vorteile sehen Sie für sich persönlich durch die Mitgliedschaft?**

Für jedes Mitglied ergeben sich automatisch Vorteile durch die gelebten Kiwanis-Grundsätze. Ein Beispiel: Ich bin vor rund anderthalb Jahren als «Auswärtiger» nach St.Gallen gekommen und kannte als Thurgauer hier kaum jemanden. Dank meiner Kiwanis-Mitgliedschaft ist es mir aber sehr schnell gelungen,

**«Das Engagement ist nicht nur Aufwand, sondern auch Bereicherung»**

viele Kontakte zu knüpfen und die Stadt, ihre Geschichte und Errungenschaften, aber auch ihre Probleme kennenzulernen. Ich durfte Menschen aus verschiedensten Branchen begegnen und wurde sofort in die Gemeinschaft integriert. Das brachte und bringt mir sehr viel. Als Kiwanis-Mitglied haben Sie sofort Gleichgesinnte um sich, zu denen Sie ein gewisses Grundvertrauen haben können. Wo sonst ist das möglich?

**Das Vorurteil eines «Fressklubs» lassen Sie demnach nicht gelten.**

Keinesfalls. Wir treffen uns wohl jeden Montag zum Essen, dabei geht's aber nicht ums Essen an sich, sondern darum, Menschen kennenzulernen, die Gemeinschaft zu pflegen – und Wissen vermittelt zu bekommen, denn wir hören auch immer

einen interessanten Vortrag und legen gemeinsam Ziele und Sozialaktionen fest.

**Nun ja, es gibt unzählige Veranstaltungen, die sich das «Networking» auf die Fahne geschrieben haben.**

Natürlich, aber dort ist die Zusammensetzung der Teilnehmer immer wieder anders, Sie müssen immer wieder erst eine Art Basis aufbauen, wenn Sie neue Kontakte knüpfen. In einem

**«Als Kiwanis-Mitglied haben Sie sofort Gleichgesinnte um sich»**

Service-Club aber ist es, wie wenn man einen Schweizer in, sagen wir, Australien trifft: Man hat sofort ein Grundvertrauen und einen gemeinsamen Nenner, auf dem man aufbauen kann. Die Hürden, sich kennenzulernen und Vertrauen zu fassen, sind einfach viel niedriger.

**Dann sind Sie bei Kiwanis dabei, um geschäftliche Kontakte zu knüpfen?**

Das steht nicht im Vordergrund. Es ist mir wichtig, durch das Engagement bei den Kiwanis, die sich ja besonders für Kinder und Jugendliche einsetzen, etwas an die Gesellschaft zurückzugeben, die mir viel gegeben hat. Uns geht es so gut, da kann man sich ruhig auch mal ehrenamtlich für einen guten Zweck einsetzen, finde ich. Das Engagement ist aber nicht nur Aufwand, sondern auch Bereicherung: Sie glauben gar nicht, wie viel einem das für das «Seelenwohl» bringt.

**«Engagement» ist ein gutes Stichwort. Das haben Sie sich auch bei Ihrer Arbeit in der City-Garage AG auf die Fahne geschrieben.**

Das ist richtig. Es bedeutet aber nicht nur mein persönliches Engagement, sondern das von jedem einzelnen Angestellten unseres Unternehmens. Eines unserer Ziele ist, bis 2012 zu den 20 besten Betrieben der Schweiz zu gehören. Daran arbeiten wir tagtäglich, und das braucht ein grosses Engagement. Ich bin stolz darauf, wie sich unsere Leute mit dem Betrieb identifizie-



Gregor Bucher, Geschäftsführer der City-Garage AG, St. Gallen:  
**«Es ist Ehrensache, dass ein Service-Club hinter den Kulissen arbeitet und für seine guten Taten keine Werbetrommel rührt»**

#### **Gregor Bucher**

(\*1971) wurde per 25. Januar 2010 vom Verwaltungsrat der City-Garage AG als neuer Geschäftsführer gewählt. Er übernahm damit die operative Leitung eines der führenden und zugleich traditionsreichsten (Gründung 1957 durch den späteren St. Galler Bundesrat Kurt Furgler) Familienunternehmen der Automobilbranche mit mehreren Filialen in der Ostschweiz (St. Gallen, Goldach, Will, Rickenbach und Heiden). Bucher hat langjährige Erfahrung in der Automobilbranche: Nach einer Ausbildung zum Automechaniker und einer Weiterbildung zum technischen Kaufmann arbeitete er bei der Amag und startete dort seine Karriere als Ressortleiter Kundendienst-Marketing. Während dieser Zeit absolvierte er eine Weiterbildung zum Betriebswirtschafter mit eidg. Diplom. Nach einem Sprachaufenthalt im Ausland arbeitete er als Assistent der Geschäftsleitung bei einem Markenhändler. 2006 wechselte Bucher zum Autogewerbeverband Schweiz (AGVS) und übernahm als Geschäftsleitungsmitglied die Leitung des Bereichs Handel und Kommunikation. Parallel dazu schloss er sein Studium zum Executive MBA Marketing ab.

ren und sich für ihn engagieren. Denn nur so verdienen Sie sich das Vertrauen Ihrer Kunden.

#### **Gibt es weitere Ziele, die Sie sich – als relativ «neuer» Geschäftsführer – für die City-Garage AG vorgenommen haben?**

Wir wollen immer noch besser werden. Punkt. Das ist das globale Ziel. Dann gibt es natürlich viele kleinere Ziele, wie zum

### **«Ich bin stolz darauf, wie sich unsere Leute mit dem Betrieb identifizieren»**

Beispiel, dass wir den Bereich «Nutzfahrzeuge» der Marke Volkswagen bis 2013 stark ausbauen wollen. Oder dass wir per 1. Juli dieses Jahres einen eigentlichen Flottenmanager einstellen, der sich ausschliesslich um Geschäftskunden kümmert. Diese haben mit ihm einen Ansprechpartner für all ihre Belange. Diesen Bereich wollen wir forcieren.

#### **Inwiefern unterscheiden sich denn Geschäfts- von den Privatkunden?**

Einmal abgesehen von dem Offensichtlichen wie der Menge

der Fahrzeuge, nehmen wir Unternehmen soviel Arbeit wie möglich rund ums Auto ab. Wir bieten interessante Konditionen und stellen sicher, dass ihre Autos immer fahren – auch ausserhalb der Bürozeiten. Wir leisten da wirklich viel, damit sich ein Unternehmen ausser beim Tanken kaum mehr mit seinen Fahrzeugen beziehungsweise deren Wartung kümmern muss. Wir erleben übrigens häufig, dass der Privatkunde auch zum Geschäftskunden wird oder umgekehrt. Denn wer in einem Bereich gute Erfahrungen mit uns gemacht hat, vertraut uns auch den anderen an.

#### **Mit «Vertrauen» liefern Sie ein weiteres Stichwort. Das ist das Fundament einer Beziehung, auch zwischen Garage und Kunde.**

Absolut. Würde man uns nicht vertrauen, gäbe es uns nicht mehr, so einfach ist das. Gleichzeitig ist dies auch die grösste Herausforderung, denn dieses Vertrauensverhältnis bleibt nicht einfach so, wir müssen – wie der Schneider für einen neuen Anzug – immer wieder neu Mass nehmen und uns entsprechend auf unsere Kunden einstellen. Der Kunde ist unser Schiedsrichter. Er entscheidet, ob er unsere Dienste auch ein nächstes Mal wieder in Anspruch nehmen will oder nicht. Daran arbeiten wir stets. ■

# Finanzielle Mittel für einen guten Zweck

Ohne Sponsoren wäre eine Konferenz wie jene Mitte Juni, die gemeinsam von Rotary, Kiwanis und Lions abgehalten wird, nicht möglich. Wie und woher die entsprechenden Mittel zusammengetragen werden, erklärt Rotarier Josef Güntensperger, Geschäftsleiter Feresta GmbH.

## Josef Güntensperger, was macht die Konferenz für einen Sponsor so attraktiv?

Als Grundlage für mögliches Sponsoring bildet eine Fachtagung oder ein Forum eine sehr gute Gesprächsgrundlage mit potenziellen Sponsoren. Bei einem solchen Treffen wird die Veranstaltung sachlich vorgestellt und zum Schluss natürlich auch auf den guten Zweck vom Sponsoring hingewiesen.

Es ist einfacher, einen Sponsoringbetrag zu erhalten, wenn der Zweck für den Sponsor klar ersichtlich ist und der angesprochene Sponsor einen Sinn sieht, das Projekt zu unterstützen. Nicht jedes Projekt lässt sich gleich vermarkten. Verschiedene Faktoren sind zu beachten:

- Projekt im Ausland oder in der Schweiz
- Sponsoringbeitrag zu einem Teil zugunsten eines bestimmten Projekts oder zu 100 % zugunsten des Projekts
- Zugunsten von politisch benachteiligten Personen oder zur Unterstützung von anderweitig benachteiligten Personen/Institutionen
- Möglichkeit der Wahrnehmung vom Sponsor in den Medien oder auf der Veranstaltung etc.

Wenn die Möglichkeit besteht, auf eine Veranstaltung zurückzugreifen (wie in unserem Fall), hilft dies, erfolgreich für die Sache zu werben.

Anzeige

[www.pwc.ch/kmu](http://www.pwc.ch/kmu)

## ***PwC ist in St. Gallen, weil Sie es auch sind.***

Erst Nähe schafft Vertrauen. Und erst Nähe schafft Vertrautheit. Deshalb ist PwC nicht nur in Zürich, Bern oder Genf. Sondern auch in St. Gallen, wo Sie unsere Mitarbeitenden gern vom Know-how der Schweizer Nummer 1 in der Beratung von KMU profitieren lassen. Wann dürfen wir auch Sie dabei unterstützen, die Performance Ihres Unternehmens zu verbessern?

**pwc**

PricewaterhouseCoopers AG, Neumarkt 4/Kornhausstrasse 26, Postfach, 9001 St. Gallen  
Tel. 058 792 72 00, Fax 058 792 72 10

© 2011 PwC. All rights reserved. "PwC" refers to PricewaterhouseCoopers AG, which is a member firm of PricewaterhouseCoopers International Limited, each member firm of which is a separate legal entity.



Josef Güntensperger

**Wie fällt das Sponsoring aus? Welche Mittel werden eingesetzt?**

Der Sponsoringgesamtbetrag beträgt total 50'000 Franken. Dies dank der zwei Hauptsponsoren Raiffeisen und Feresta sowie sehr vieler Co-Sponsoren. Dabei wurde ich unterstützt

von Daniela Mettler, Kiwanis, und Werner Romer, Lions. Also auch hier eine Service-Club-übergreifende gute Zusammenarbeit.

**Wird eine längerfristige Partnerschaft angestrebt?**

Ja, in unserem Rotary-Projekt «Gemeinsam gegen die Armut in Palästina» werden Familien (vor allem Frauen) mit Mikrokrediten unterstützt. Der Rotary Club Linthebene strebt eine langfristige Partnerschaft mit ASALA, the Palestinian Business Women's Association, an.

**Was verbindet Sie persönlich mit den Service-Clubs?**

Als Mitglied des Rotary Clubs Linthebene gehört es zu meinen Aufgaben, mich auch persönlich für soziale Projekte einzusetzen. Dabei geben die Service-Clubs – in meinem Fall Rotary – eine gute Grundlage, Menschen zu unterstützen, denen es schlechter geht als uns in der Schweiz. ■

## Die Rotary-, Lions- und Kiwanis-Service-Clubs bedanken sich für die grosszügige Unterstützung des Service-Club-Forums 2011.

### Hauptsponsoren

# RAIFFEISEN

Wir machen den Weg frei

# FERESTA

Höhe ist unsere Stärke

### Co-Sponsoren

BST Banking Software Training AG, Jona  
 Kaufmann Schreinerwerk, Gommiswald  
 Romer's Hausbäckerei AG, Benken  
 HakaGerodur AG, Kunststoffrohre und Profile, Benken  
 Holcim Group Support Ltd., Zürich  
 Glaus & Partner, Rechtsanwälte, Uznach  
 Zellweger Management Consultants AG, Pfäffikon  
 Fontana & Fontana AG, Werkstätten für Malerei, Jona  
 pva Spektrum Holz, Altendorf  
 Fujifilm (Switzerland) AG Industrial, Dielsdorf  
 ErvoCom AG Communications Systeme, Wangen  
 Senn Architekten AG, Pfäffikon  
 Adrian Mettler AG, Licht mit Technik, Benken  
 Dr. med. Michael Richter, Kardiologie, Pfäffikon  
 Rowa Tunnelling Logistics AG, Wangen SZ  
 Basler Versicherung AG, Generalagentur Oberer Zürichsee, Lachen+Rapperswil



Das Team der Sepp Fässler AG am Sitz in Wil ...

## Emotionen auf Rädern

Die Sepp Fässler AG in Appenzell und Wil verkörpert mit BMW und MINI die Freude am Fahren

Die Ostschweiz ist blau-weiss. Dass in unserer Region die Marke BMW so tief verankert ist, liegt nicht zuletzt auch an der Sepp Fässler AG. Die offiziellen BMW und MINI Vertretungen in Appenzell und Wil sind weit über die Region hinaus für Innovation, Kompetenz und Zuverlässigkeit bekannt. Ein weiterer Ausbau des Angebots in Appenzell soll bestehenden und neuen Kunden künftig noch mehr bieten.

**D**er Name Sepp Fässler ist seit fast vier Jahrzehnten untrennbar mit dem Standort Appenzell verbunden. Hier entstand ab 1969 aus einem Ein-Mann-Betrieb Schritt um Schritt das Unternehmen, das heute mit den Marken BMW und MINI in der Ostschweiz Massstäbe setzt. Inzwischen ist die Firma zur Gruppe gewachsen: Neben dem angestammten Sitz in Appenzell besteht seit 2007 ein zweiter in Wil, wo sich zudem auch das Occasions-Center der Gruppe befindet. Zudem besteht eine Beteiligung an einem Occasions-Center in Chur. Insgesamt stehen rund 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Dienst der Sepp Fässler AG – beziehungsweise im Dienst der Kunden.

### Alles rund ums Fahren

In Appenzell und in Wil steht BMW- und MINI-Enthusiasten das gesamte Angebot rund um die Kultmarken zur Verfügung. In den grosszügigen Präsentationsräumen informieren die Mitarbeiter der Sepp Fässler AG über die gesamte Palette der BMW- und

MINI-Modelle. Service- und Reparaturarbeiten werden in den angegliederten Werkstätten durchgeführt, unterstützt von modernster Technologie. Tankstelle, Shop und Waschanlage runden das Angebot ab.

Allerdings: Es ist nicht allein dieses Rundum-Paket, das Kunden – selbst solche aus der Region Zürich und weiter entfernt – nach Appenzell und Wil bringt. BMW und MINI sind Mar-





... und in Appenzell.

ken, die für positive Emotionen und berührende Momente stehen – vom Fahrspass über die Technologie bis zum Design. Diese Freude am Fahren ist bei der Sepp Fässler AG in jedem Arbeitsschritt erkennbar. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind stolz auf die Marken, die sie repräsentieren, und auf das Unternehmen, für das sie tätig sind. Das spiegelt sich in der grossen Motivation und dem Engagement, das sie an den Tag legen.

### Luxussportwagen als Attraktion

Auf Besucher der Sepp Fässler AG in Appenzell wartet übrigens ein besonderer Leckerbissen: Neben BMW und MINI sind hier auch stets Modelle der exklusiven Sportwagenmarke Wiesmann zu finden. Der deutsche Hersteller von sportlichen Luxusfahrzeugen hat in den 25 Jahren seines Bestehens rund 1'000 Autos ausgeliefert. Damit bleibt ein Wiesmann – mit der bewährten BMW-Technologie – auf der Strasse eine Ausnahmerecheinung. Der Blick auf diese Raritäten ist ein Grund mehr für einen Besuch bei der Sepp Fässler AG. Wobei die Palette der angestammten Marken BMW und MINI dafür natürlich schon genügend Gründe liefert.

Apropos Grund: Woran liegt es, dass Kunden der Sepp Fässler AG überdurchschnittlich treu sind? Firmengründer Sepp Fässler und sein Sohn Roger Fässler, der heute den Standort Appenzell

leitet, sind sich einig: Die Nachhaltigkeit spielt eine grosse Rolle. Der Verkauf eines Autos ist hier nicht der Abschluss, sondern der Beginn einer Beziehung. Wer von der Kompetenz des Fässler-Teams überzeugt ist, kehrt immer wieder gerne hierher zurück. Mitspielen dürfte dabei auch, dass viele Kunden – gerade solche mit weiterer Anreise – diese Termine mit dem Angenehmen zu verbinden wissen: In Appenzell liegt der malerische Alpstein direkt vor der Tür, am Standort Wil lockt das nahe Toggenburg. Während das Team der Sepp Fässler AG sich um das Fahrzeug des Kunden kümmert, wird es diesem mit Sicherheit nicht langweilig.

[www.faessler-garage.ch](http://www.faessler-garage.ch), [www.ocvil.ch](http://www.ocvil.ch), [www.autochursued.ch](http://www.autochursued.ch)

### Weitere Ausbaupläne

Mit der Übernahme einer bestehenden BMW/MINI-Vertretung in Wil hat die Sepp Fässler Gruppe 2007 einen wichtigen Ausbau schritt vollzogen. Seither wird die Infrastruktur an diesem Standort sukzessive modernisiert und verbessert. Es ist geplant, die Kundschaft in Wil in einem Neubau bedienen zu können. Aber auch am Standort Appenzell gibt es Ausbaupläne: Der Showroom soll vergrössert werden. Damit steht künftig mehr Platz zur Verfügung für die Präsentation der Modellpalette und die Information der Kunden. Die Erweiterung dient aber auch einem ganz besonderen Zweck: Die Sepp Fässler AG erhielt per Anfang 2011 die Zertifizierung als «BMW M»-Partner – als einer von nur gerade zehn Betrieben in der ganzen Schweiz. «M» – der stärkste Buchstabe der Welt – steht für High Performance, herausragende Technologie und echtes Motorsportfeeling. Die offiziellen «BMW M»-Unternehmen setzen speziell ausgebildete Mitarbeiter in Verkauf und Technik ein. In den nächsten Monaten werden bei der Sepp Fässler AG im vergrösserten Ausstellungsraum BMW-M-Modelle zu erleben sein.



# Hirslanden Ostschweiz

Die führende Schweizer Privatklinikgruppe Hirslanden ist neu mit zwei Standorten in der Ostschweiz vertreten. Seit dem vergangenen Oktober gehört neben der Klinik Am Rosenberg in Heiden auch die Klinik Stephanshorn in St.Gallen zur Gruppe.



## Klinik Am Rosenberg

Eingebettet in die idyllische Landschaft des Appenzellerlands bietet die Hirslanden Klinik Am Rosenberg einen atemberaubenden Blick auf den Bodensee. Ein idealer Ort, um Ruhe zu finden und sich nach einer Operation schnell zu erholen.

Klinikdirektor Alex Rohner ist seit den Anfängen dabei und meint rückblickend: «Als ich im November 1984 begann, waren die Grundpfeiler für die gemeinsame Aufbauphase mit den Fachärzten der orthopädischen Chirurgie bereits gesetzt.»

Heute verfügt die Gemeinschaftspraxis «Orthopädie am Rosenberg» über Praxisstandorte in St.Gallen, Widnau, Wil und Abtwil. Alle Operationen führen die Fachärzte an der Klinik Am Rosenberg durch.

Zu den Ärzten der Orthopädie am Rosenberg gehören:

Dr. med. Florenz K. Beutel  
Dr. med. Andreas Bischof  
Dr. med. Georges Blatter  
Dr. med. Felix Buschor  
Dr. med. Andreas Herren  
Dr. med. Matthias Jacobi  
Dr. med. Lukas Jenni  
Dr. med. Fritz Kägi  
Dr. med. Adi Klammer  
Dr. med. Andreas Oswald  
Dr. med. Firtz-Beat Sprenger  
Dr. med. Thomas Wiesner  
Dr. med. Georges Wohlgensinger



## Klinik Stephanshorn

Die Klinik Stephanshorn ist die einzige Privatklinik der Stadt St.Gallen. Als Traditionshaus bietet sie für die Bevölkerung ein breites Angebot an hochstehenden medizinischen Lösungen. Dabei setzt sie neben der modernen Infrastruktur auf persönliche, einfühlsame Behandlung und Betreuung durch Fachärzte und Pflegepersonal.

## Institut für Radiologie in der Klinik Stephanshorn

In der Radiologie der Klinik Stephanshorn stehen modernste bildgebende Systeme zur Verfügung. Diese bilden die Grundlage für eine zuverlässige und qualitativ hochstehende Befundung und Diagnostik durch ausgewiesene Fachärzte der Radiologie.

Neben den Röntgen- und Ultraschallgeräten stehen auch ein Computertomograph (CT) und drei Magnetresonanztomographen (MRI) zur Verfügung. Die Klinik verfügt dabei über eines der modernsten, rundum offenen MR-Geräte, als einziges in der Ostschweiz. Durch den grossen Platz- und Liegekomfort ist dies vor allem für Menschen mit Platzangst oder starkem Übergewicht geeignet.

Das Institut für Radiologie ist auch eines der speziell akkreditierten Röntgeninstitute in der Ostschweiz, welche das qualitätskontrollierte Mammographie-Screening-Programm »Donna« zur Früherkennung von Brustkrebs anbieten.

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

# Eine andere Lebenskultur kennenlernen

**Der weltweit tätige Technologiekonzern Bühler misst der Berufsbildung eine sehr grosse Bedeutung bei, denn gut ausgebildetes Fachpersonal ist eine wichtige Voraussetzung für die hohe Qualität und Innovationskraft des Unternehmens.**

Die Berufsbildung geniesst deshalb auch die starke Unterstützung des obersten Managements. 25 Prozent der Lernenden besuchen bereits während der Lehre die Berufsmittelschule und vertiefen direkt nach Ende der Lehre das Fachwissen mit weiteren Ausbildungen. Zwei Drittel der Lehrabgänger bleiben nach ihrem Abschluss weiter bei Bühler angestellt. Viele ehemalige Bühler-Lernende finden zudem nach ihren Weiterbildungsjahren den Weg zurück in die Firma und übernehmen wichtige Führungsaufgaben.

Bühler trägt in der Region wesentlich zu einer hervorragenden Berufsbildung bei, indem das Unternehmen pro Jahr rund 80 Lehrstellenplätze anbietet. Die insgesamt 300 Lernenden machen rund 10 Prozent der Bühler-Mitarbeitenden in der Schweiz aus. Auch in anderen Ländern, so in Indien oder China, bietet Bühler jungen Mitarbeitenden eine analoge Fachausbildung an.

Die ausgeprägte globale Ausrichtung des Unternehmens fordert nicht nur bei den Mitarbeitenden, sondern bereits bei den Lernenden ein gutes Verständnis für interkulturelle Unterschiede. Seit 2008 gibt Bühler jedes Jahr einer Gruppe von Lernenden die Gelegenheit, bei einem Auslandeinsatz in China, Südafrika oder England während rund zwei Monaten eine völlig andere Arbeits- und Lebenskultur kennenzulernen. Für die Zukunft sind bereits weitere Länder für Auslandeinsätze ins Auge gefasst, darunter Indien, die USA und Spanien. Dadurch erhalten die Lernende bereits in frühen Jahren (bewusstes Talentmanagement) die Möglichkeit, neben ihrem fachlichen Wissen ihre Selbständigkeit und ihren Durchhaltewillen zu stärken.

## **Martin Bolli welche Bedeutung hat für Sie in der heutigen Zeit ein Service-Club noch ?**

Mit dem Bezug der Frage zum Zeitaspekt drängt sich eine kurze Analyse auf, was die heutige Zeit für mich ausmacht. Als Verantwortlicher aller kommerziellen, finanziellen und administrativen Belange einer weltweit tätigen Geschäftseinheit von Bühler lebe und arbeite ich in einem höchst interkulturellen und



*Martin Bolli, Commercial Director,  
Bühler AG, Uzwil.*

globalisierten Umfeld. Ich habe ein mobiles Büro, bin unregelmässig zuhause, bewältige ein hohes Reise- und Arbeitspensum und bilde mich laufend weiter, um Schritt zu halten mit den sich immer rascher wandelnden Anforderungen an Akteure in Grossunternehmen. Gleichzeitig bin ich in meinem lokalen Lebensraum in der Ostschweiz stark verwurzelt. Diese Kurzbeschreibung mag typisch sein für einen international tätigen, unternehmerisch denkenden Manager im mittleren Alter.

## **Passt das zu Rotary?**

Der Service-Club hat in einer globalisierten, technologiegetriebenen Welt eine spannungsreiche Bedeutung. Und meiner Meinung nach aus drei Gründen:

Erstens: Rotary fordert und lebt über seine Mitglieder den Anspruch an die Wirtschaft, notwendigerweise Gewinne erwirtschaften zu müssen, aber mit Nebenbedingungen. Es gilt, die Anspruchsgruppen Staat, Gesellschaft, Umwelt und sozial Benachteiligte in nicht-monetäre Unternehmenszielsetzungen einzubeziehen. Gewinn nicht um jeden Preis, sondern mit Verantwortung und Fairness.

Zweitens: Rotary stiftet lokale Identität und Sinn über gemeinnützige Spendenaktionen und Clubaktivitäten. Rotarier kennen ihr Clubeinzugsgebiet sehr gut, weshalb sie rasch und wirksam helfen können. Die tragenden Aktivitäten werden bottom-up entfaltet, obwohl der Service-Club global organisiert ist.

## **Und was ist der dritte Grund?**

Rotary ist eine Lern- und eine lernende Organisation. Der Gedankenaustausch an den Club-Lunches ist bereichernd und die Club-Vorträge öffnen den Horizont und die Sensibilität für andere reale Welten. Der Lunch ist Wellness und Hygiene im Arbeitsalltag. Rotary verlangt ein hohes Commitment und Zeitbudget für den wöchentlichen Lunch oder bei der Übernahme von Clubchargen. Häufige Terminkonflikte sind unbefriedigend. Der Service-Club hält hier mit der aktuellen Entwicklung in der Arbeitswelt kaum Schritt. ■

# Alles für die Mobilität

**Weltweit leben immer mehr Menschen in Grossagglomerationen. Die Mobilität ist für die wirtschaftliche Entwicklung unerlässlich. Die Strasse kann die steigende Mobilität nicht mehr bewältigen. Dank einem leistungsfähigen öffentlichen Verkehr kann der tägliche Verkehrskollaps vermieden werden.**

**U**m den Ansprüchen eines leistungsfähigen öffentlichen Verkehrs gerecht zu werden, steigen die Ansprüche an die Fahrzeugkonzepte stetig. Der dichte Fahrplan fordert immer höhere Zuverlässigkeits- und Verfügbarkeitswerte. Die knappen finanziellen Mittel der öffentlichen Hand fordern attraktive Preise und tiefe Life Cycle Costs. Der Fahrgast erwartet ein klimatisiertes, mit Niederflureinstiegen versehenes Fahrzeug und ein ausgeklügeltes Kundeninformationssystem.

Stadler Rail fokussiert sich im Vollbahnbereich auf die Marktsegmente Regional- und S-Bahn-Verkehr sowie neu Interregio- und Intercityverkehr. Den Stadtverkehr deckt das Unternehmen erfolgreich mit den beiden Fahrzeugfamilien Variobahn und Tango ab.

Um Entwicklungszeiten und Kosten einzusparen, hat Stadler Rail pro Marktsegment mindestens eine modular aufgebaute Fahrzeugfamilie im Sortiment. Mit dem Regio-Shuttle RS1 und dem Gelenktriebwagen GTW ist man im Marktsegment Regionalverkehr präsent. Der FLIRT und der neu entwickelte Doppelstockzug KISS konnten sich international rasch im S-Bahn-Verkehr durchsetzen. Mit den weiterentwickelten und mit mehr Leistung versehenen FLIRT und KISS, die die Höchstgeschwindigkeit von 200km/h erreichen, ist man erfolgreich in die Marktsegmente Interregio- und Intercityverkehr eingestiegen. In der Aluminiumleichtbauweise hat das Thurgauer Unternehmen eine Spitzenposition am Markt. Bei kleineren und mittelgrossen Flottenbeschaffungen können dank der modularen Baugruppen die Bedürfnisse der Fahrgäste und der Bahnbetreiber optimal abgedeckt werden.

## **Jürg Gygax, welchen Stellenwert hat in Ihrem Unternehmen die Lehrlingsausbildung?**

Die Lehrlingsausbildung ist für Stadler Rail sehr wichtig. Mit der Ausbildung von Lehrlingen stellen wir sicher, dass wir auch in Zukunft qualifizierte Arbeitskräfte haben. Das ist eine wichtige Investition in die Zukunft unseres Unternehmens und damit zentral für den wirtschaftlichen Erfolg der Schweiz.

Im Moment schliessen jährlich alleine in Altenrhein 26 Lehrlinge ihre Ausbildung als Konstrukteure, Automatisierer, Elektropraktiker oder kaufmännische Angestellte ab – und in Zukunft sollen es noch mehr sein. Deshalb passen wir im Moment auch die Strukturen an, um die Bedingungen für die Lehrlinge weiter zu verbessern.



*Jürg Gygax, CEO Stadler Altenrhein AG*

Für uns entscheidend ist auch, dass wir allen, die nach der Lehre bei Stadler bleiben wollen, auch eine Festanstellung anbieten können. Das war gerade in den vergangenen zwei Jahren wichtig, als es mit der Finanzkrise auch am Arbeitsmarkt enger wurde.

## **Welche Bedeutung hat für Sie persönlich ein Service-Club?**

Es ist klar, mit Facebook und anderen Social Media haben Service-Clubs gerade bei jungen Menschen heute einen etwas schwereren Stand. Aus meiner Sicht hat der Mensch aber ein Bedürfnis, sich in der «Herde» zu treffen und auszutauschen. Deshalb werden die Service-Clubs auch in Zukunft weiter eine wichtige gesellschaftliche Rolle spielen. Sie bieten die Möglichkeit, sich zu treffen, Erfahrungen auszutauschen, Neues zu lernen – kurzum, man kann «networken». Der berufliche Alltag holt uns oft ein und wir setzen die Prioritäten entsprechend – und verpassen somit auch solche Chancen. ■

«we dress to impress»



**Display mit Carry Palette** (aus nachwachsenden Rohstoffen gefertigt, umweltfreundlich und recycelbar)

modelgroup.com

Au, Biłgoraj, Bratislava, Flamatt, Hanau, Hostinné, Linz, Martin, Moravské Budějovice, Moudon, Niedergösgen, Nymburk, Opava, Plan-les-Ouates, Prag, Romanel-sur-Lausanne, Villingen-Schwenningen, Warschau, Weinfelden, Zagreb.





# Vertrauen ist gut. Vadian Bank ist besser.

Weil 200 Jahre Gold wert sind.

## Der Vadian Beratungs- ansatz beinhaltet:

detaillierte

Kundenanalyse

persönliches Risikoprofil

Vermögens- und Finanzie-  
rungskonzept

auf die individuelle  
Lebenssituation  
zugeschnittene  
Anlagestrategie

Seit 200 Jahren vermehren wir das Vermögen unserer Kunden von Generation zu Generation. Sicher. Stetig. Nachhaltig. Mit unserem einzigartigen Vadian Beratungsansatz vermitteln wir Ihnen die beste Wohlstandslösung für Ihre individuelle Situation. Erstklassig im Service, kompetent in der Beratung – Ihre bürgerliche Privatbank.



Vadian Bank AG Webergasse 8 Postfach 9001 St. Gallen  
Tel. 071 228 84 84 Fax 071 228 84 85 [info@vadianbank.ch](mailto:info@vadianbank.ch) [www.vadianbank.ch](http://www.vadianbank.ch)  
Garantiert durch die Ortsbürgergemeinde St. Gallen