



Höchste Qualität:

«Swiss Cheese Award» für Strähl Käse AG

Seite 40

Thurgau

Josef Gemperle

Energieinitiativen zur Stärkung
der Volkswirtschaft. 30

Peter Hinder

Mit der TKB weiterhin
auf Erfolgskurs. 12

Brenda Mäder

Sieht bei der FDP noch
Entwicklungspotenzial. 49

Lukas Vogt

Ausblick aufs 15. Wirt-
schaftsforum Thurgau. 60

Cabhart

 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





agenturamflughafen.com

Starke Ideen fürs Büro.

Muskelkraft ist künftig nicht mehr nötig für Archiv- und Büroarbeiten. Verabschieden Sie sich von mühsamen Suchaktionen und unnötigem Kräfteverschleiss. Compactus & Bruynzeel AG, der Spezialist für Archivsysteme, räumt für Sie auf. Mit Grips statt Bizeps – und erst noch automatisch. Interessiert? Dann rufen Sie uns an: 052 724 0 724.



Neu: automatisch
verschiebbar

Compactus & Bruynzeel AG • Archiv- und Lagersysteme
Zürcherstrasse 350 • CH-8500 Frauenfeld
info@compactus.ch • www.compactus.ch


Compactus & bruynzeel

Tradition oder Moderne? – Die Mischung machts!



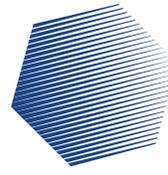
Würden Marketingexperten mit allen Freiheiten auf einem weissen Blatt Papier den perfekten Wirtschaftsstandort planen, dürfte das Ergebnis kaum so aussehen wie der Kanton Thurgau. Der ländlich-bäuerliche Charakter, das Image des Traditionell-Gemächlichen: Das alles steht streng nach den Regeln des modernen Standortmarketings einem Erfolg ja eher im Weg. Und eine ganze Branche bietet Ideen und Massnahmen an, um ein solches angeblich verstaubt wirkendes Image zu drehen, hin in Richtung modern und trendig. Denn im Standortwettbewerb hat das Althergebrachte keinen Platz.

Der Kanton Thurgau hat sich schon vor geraumer Zeit für einen anderen Weg entschieden: Er ist durch und durch modern, was die Rahmenbedingungen für Unternehmen und die Philosophie der Verwaltung angeht. Gleichzeitig werden die alten Grundwerte des Kantons nicht etwa mühevoll abgelegt, sondern kultiviert. Denn was auf den ersten Blick wenig attraktiv erscheinen mag, ist inzwischen längst wieder hoch im Kurs: eine intakte Umwelt, kleinräumige Strukturen, kurze Wege. Metropolen sind nur für ganz vereinzelte Branchen das Nonplusultra. Die meisten Unternehmen setzen auf harte Kriterien, die der Kanton Thurgau sehr gut erfüllt: eine hohe Lebensqualität, gutes Bildungsniveau, gute Verkehrsverbindungen, funktionierende Infrastruktur, tiefe Steuern und andere mehr.

In dieser Ausgabe rund um den Thurgau gehen wir nicht näher auf das «Phänomen» ein, wie aus «Mostindien» ein begehrter Wohn- und Arbeitsraum quer durch alle Sektoren und Branchen wurde. Dieser Weg wurde schon oft nachgezeichnet. Stattdessen präsentieren wir diverse Erfolgsgeschichten, die belegen, dass diese Entwicklung stattgefunden hat – und dass sie sich weiterzieht. Den Beweis, dass eine Strategie nachhaltig aufgeht, liefern nicht Theorien, sondern Taten. Jedes Unternehmen, das sich für den Kanton Thurgau als Standort entscheidet, bildet ein Stück des Erfolgspuzzles.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Natal Schnetzer'.

Natal Schnetzer
Verleger



th!nkbetter
...improve your business.

Meisterhaft und individuell: Beratungsqualität für SAP aus der Schweiz



Vertrauen Sie auf die massgeschneiderten SAP-Gesamtlösungen von thinkbetter. Als unabhängiges Schweizer Beratungsunternehmen unterstützen wir Sie bei der Auswahl und Implementierung betriebswirtschaftlicher und technologischer Lösungen. Dabei vertrauen wir auf folgende Schweizer Werte:



KONTINUIERLICH

Kontinuität in unseren Produkten und Qualität.

EHRlich

Transparente und verständliche Sprache in unseren Projekten.



**BUSINESS
INTELLIGENCE**



**CORPORATE
FINANCIALS
& CONTROLLING**



**INFORMATION
MANAGEMENT**



**QUALITY
MANAGEMENT**



SPECIAL Thurgau
10/2011

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

- Verleger:** Natal Schnetzer
- Redaktion:** Marcel Baumgartner (Leitung)
mbaumgartner@metrocomm.ch
Dr. Stephan Ziegler
Daniela Winkler
- Autoren in dieser Ausgabe:** Stefan Millius
Marcel Lendenmann
Peter Maag
Brigitte Häberli
- Fotografie:** Bodo Rüedi
- Herausgeberin, Redaktion und Verlag:** MetroComm AG
Zürcherstrasse 170
9014 St. Gallen
Tel. 071 272 80 50
Fax 071 272 80 51
www.leaderonline.ch
www.metrocomm.ch
leader@metrocomm.ch
- Geschäftsleitung:** Natal Schnetzer
nschnetzer@metrocomm.ch
- Verlags- und Anzeigenleitung:** Martin Schwizer
mschwizer@leaderonline.ch
- Marketingservice/ Aboverwaltung:** Irene Hauser
sekretariat@metrocomm.ch
- Abopreis:** Fr. 60.– für 18 Ausgaben
- Erscheinung:** Der LEADER erscheint 9x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni, August, September, Oktober, November/Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben
- Gestaltung/Satz:** Bea Lang
- Produktion:** 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



«Der Freisinn darf mehr wagen»

Zu Besuch bei Brenda Mäder, Präsidentin der Jungfreisinnigen Schweiz. 49

Der Thurgau wieder auf Feldzug	6	Folgeschwerer Höhenflug des Schweizer Frankens	34
Im Zentrum der Marketingkampagne steht einmal mehr der Apfel		In zahlreichen Unternehmen müssen Massnahmen ergriffen werden	
«Für uns überwiegen die Vorteile der Grenzlage»	8	Aufbruchstimmung in Arbon	36
Im Gespräch mit Edgar Georg Sidamgrotzki und Andreas Balg		Die Stadt soll für Wohnen, Arbeiten und Leben attraktiver gestaltet werden	
«Die Kunden sind vorsichtiger geworden»	12	Investitionen sind ein Dauerthema	40
Peter Hinder von der TKB über die aktuellen Wirtschaftsentwicklungen		Über mehrere Generationen hinweg erfolgreich: Die Strahl Käse AG	
Starthilfe für Jungunternehmer	18	Erfolgreiche Schweiz	45
Wovon Start-ups in Gründerzentren profitieren können		Eine Auslegeordnung von CVP-Nationalrätin Brigitte Häberli	
Euro Problematik aus der Sicht eines KMU	28	«Hier habe ich meine Zweifel»	54
Ein Kommentar von Marcel Lendenmann, CEO der Aequator AG		Was SVP-Kandidat Kurt Baumann von der Volkswahl des Bundesrates hält	
Energieinitiativen zur Stärkung der Volkswirtschaft	30	«Erfolgsgeschichte Schweiz»	59
Interview mit Kantonsrat Josef Gemperle, Präsident des Komitees der Thurgauer Energieinitiativen		Vorschau aufs 15. Wirtschaftsforum Thurgau	
		«Ich leide nicht unter Machtlosigkeit»	67
		Interview mit Altbundesrat Moritz Leuenberger	

Der Thurgau wieder auf Feldzug

Der Kanton Thurgau gehört zu den aktivsten in der Schweiz, wenn es darum geht, sich selbst zu vermarkten. Mit einer neuen Kampagne will sich der Thurgau gemäss eigener Umschreibung «als lebendiger und facettenreicher Kanton mit unverwechselbarem Profil» positionieren. Im Zentrum der Kampagne steht einmal mehr der Apfel – in prominenter Gesellschaft.

Text: Stefan Millius

Mit klassischen Grossplakaten im Thurgau, an ausgesuchten Plakatstellen in Zürich und Winterthur, mit Bewegtbildern in TV- und Kinospots sowie auf Social-Media-Plattformen präsentiert sich der Kanton Thurgau mit der neuen Kampagne. Dabei setzen die Macher auf den Sympathieeffekt. Es werden zwar Qualitäten genannt – solider Arbeitsplatz mit besten Jobchancen, attraktiver Freizeitraum –, doch die Botschaft unterm Strich lautet: Den Thurgau mag man einfach. Als Botschafter wurden deshalb eigentliche Sympathieträger aus verschiedenen Lebensbereichen gewählt: Monica Müller, Geschäftsführerin von Chocolat Bernrain, Marcel Hug, Paralympic-Athlet, Luca Ruch, Mister Schweiz, sowie der Hackbrettkünstler Nicolas Senn. Sie alle stammen aus dem Thurgau, sind ihrer Heimat eng verbunden

und bekennen sich mit einem Zitat klar zu «ihrem» Kanton.

Neues Ziel

Dass auch bei der neuen Kampagne der Apfel nicht fehlen darf, der seit Jahren fester Bestandteil des Markenauftritts ist, war für die Verantwortlichen offenbar früh klar. «Es gibt kein besseres, markanteres, pfiffigeres und sympathischeres Zeichen für den Thurgau als den Apfel», sagt Ingrid Luley von der Fachstelle Standortmarketing. Dieses Mal wird er in einer grafisch modernen Variante eingesetzt. Die neue Kampagne unterscheidet sich aber durchaus von den anderen, die seit zehn Jahren jährlich lanciert werden – vor allem in der Absicht.

In den Anfängen waren die Kampagnen klar nach innen gerichtet mit dem Ziel, die Marke Thurgau bei der einheimischen Bevölkerung zu verankern und das kollektive

Selbstbewusstsein zu fördern. Später trat der Kanton verstärkt nach aussen und intensivierte die Marketingaktivitäten über die Kantonsgrenzen hinaus, vor allem im Grossraum Zürich. Das damalige Vorhaben, den in Zürich Arbeitenden zu zeigen, wie nahe, schön und günstiger sich doch wohnen liesse, müsse nicht mehr fortgesetzt werden, sagt Ingrid Luley. «Neuzuzüger anzusprechen, ist heute nicht mehr nötig, da der Thurgau seit Jahren einen erfreulichen Bevölkerungszuwachs aufweist.»

Botschafter nutzen

Und in der Auflage 2011? – Da gilt der Fokus wieder mehr der «Innenwelt», wenn auch nicht ausschliesslich. Zwar soll die Kampagne insbesondere die Identifikation der Thurgauer Bevölkerung mit ihrem Heimat- oder Wohnkanton fördern und bewusst machen, wie gut die Rahmenbe-



Ich mag ihn...
...weil er als solider Arbeitsplatz
auch beste Jobchancen bietet.

Monica Müller | Geschäftsführerin von Chocolat Bernrain in Kreuzlingen

www.thurgau-switzerland.ch

Thurgau 
SWITZERLAND

dingungen hier sind. Präsent ist der Auftritt aber auch in den grösseren und frequenzstarken Regionen Zürich, Bern und Basel. Ingrid Luley ist überzeugt: «Wird eine Kampagne von innen getragen, wird dadurch auch nach aussen eine positive Wirkung erzielt.» Jeder Thurgauer, jede Thurgauerin sei ein wichtiger Botschafter und Meinungs- und Imagebildner für den Kanton. «Diese Kraft wollen wir nutzen, denn Mundpropaganda ist bekanntlich die beste und erfolgreichste Werbung», so Luley.

Bleibt die Frage, was denn per Mund vermittelt werden soll. Die Kampagne transportiert mit Aussagen von Prominenten bestimmte Qualitäten. Der Thurgau wird als Arbeitsplatz, als Erholungsort und anderes mehr angepriesen. Doch gelingt damit eine Differenzierung gegenüber anderen Kantonen, die für sich dasselbe in Anspruch nehmen? Ingrid Luley dazu: «Die Aussagen in unserer Kampagne enthalten Werte, die in unserem Kanton besonders ausgeprägt sind. Das wird und immer wieder auch von aussen bestätigt.» Eine Reihe von definierten Grundwerten machen



Ich mag ihn...
...weil ich hier Energie
für meinen Erfolg tanke.

Marcel Hug | Paralympic Athlete und leidenschaftlicher Thurgauer

www.thurgau-switzerland.ch

Thurgau
SWITZERLAND

laut der Standortmarketing-Vertreterin den Thurgau einzigartig. Warum «man» den Thurgau mag, sei aber sehr individuell. Sicher sei, dass die Kombination von Thurgauer Persönlichkeiten und den gewählten Botschaften den Inhalten und Werten Authentizität verleihe.

Aktive Menschen ansprechen

Ein weiterer Unterschied zu früheren Kampagnen ist die Umsetzung mit Neuen Medien. Präsentationstechniken wie eBoard-

Spots in Bahnhöfen werden genutzt, vor allem aber wird die Kampagne auch auf Facebook präsent sein. Die weltweit wichtigste Vernetzungsplattform werde «je länger je mehr von einem breiten Publikum genutzt und längst nicht mehr nur von der Jugend», sagt Ingrid Luley. Mit den Neuen Medien sollen aktive, moderne und zukunftsorientierte Menschen angesprochen werden, die beispielsweise eine neue berufliche Herausforderung in Verbindung mit Erholung und Kultur suchen.

Der Thurgau und seine Grundwerte

Seit 2003 ist die Marke Thurgau mit den gleichen, in einem breit abgestützten Analyseprozess entwickelten Werten hinterlegt. Mit sämtlichen Marketingmassnahmen werden die mit den Werten verbundenen Botschaften transportiert und vermittelt. Die Werte sind:

Spannend – der Thurgau überrascht.

Der Thurgau ist ein guter Nährboden für pfiffige und mutige Projekte und Produkte. Ein gesunder Pioniergeist sowie eine vielschichtige und inspirierende Wirtschafts- und Kulturlandschaft laden zum Entdecken ein und überraschen immer wieder.

Sicher – auf den Thurgau ist Verlass.

Im Thurgau spürt man noch so etwas wie Heimat. Die Landschaft ist intakt, man kennt und grüsst sich. Die klaren und einfachen Strukturen geben den Besuchern, den Bewohnern und der Wirtschaft Sicherheit und Stabilität.

Vernetzt – der Thurgau verbindet.

Der Thurgau liegt mitten im Herzen von Europa und verbindet Süddeutschland, Österreich und die Schweiz. Das «Thurgauer Meer», der Bodensee, öffnet den Blick und gibt einen weiten Horizont. Der Thurgau ist offen und freut sich auf seine Gäste. Die Nähe zum Zentrum Zürich und der Flughafen vernetzen den Thurgau mit der Welt.

Unkompliziert – im Thurgau geht alles einfacher und schneller.

Die Überschaubarkeit und Nähe, die den Thurgau prägen, ermöglichen kurze und direkte Wege. Im Thurgau wird pragmatisch und schnell möglich, was andernorts lange Behördenwege braucht. Das macht alles etwas einfacher, für den Bürger und für den Unternehmer.

Erholsam – der Thurgau tut wohl.

Der Thurgau ist eine halbe Stunde weg von der Hektik der Grossstadt. Im Thurgau spürt man, was Lebensqualität heisst, man riecht die Landschaft und erlebt die Jahreszeiten. Man hat Erholung und Arbeit an einem Ort, es gibt romantische Ecken und viele Möglichkeiten, die schönen Seiten des Lebens zu geniessen, bei Sport oder Essen, bei Kunst und Kultur. Durch seine landwirtschaftlichen Produkte schickt der Thurgau ein Stück Wohlsein auch in die übrige Schweiz und in die Welt.

Andreas Balg:

*«Mit der prognostizierten
konjunkturellen Entwicklung wird
der Anteil ausländischer Arbeitnehmer
sicherlich nicht abnehmen.»*



«Für uns überwiegen die Vorteile der Grenzlage»

Der Kanton Thurgau gilt als sehr innovativer Kanton. Edgar Georg Sidamgrotzki, Chef des Amtes für Wirtschaft und Arbeit, sowie Andreas Balg, Leiter der Wirtschaftsförderung, sehen einen Grund dafür in der Nähe zur Landesgrenze.

Interview: Daniela Winkler

Bild: Bodo Rüedi

Den Kanton Thurgau zeichnet unter anderem die Grenznahe zu Deutschland aus. Wie beeinflusst diese Grenznahe den Kanton Thurgau?

Edgar Georg Sidamgrotzki: Die Grenznahe macht sich in vielfältige Weise bemerkbar. Sie ist einerseits begrenzend, aber sie ist auch öffnend. Die Lage ist durchaus ein Potenzial für den Kanton Thurgau, beispielsweise: der Absatzmarkt Deutschland, das Tor zur EU allgemein, qualifizierte Arbeitskräfte. Mit der Internationalen Bodenseehochschule und unseren Instituten auf Thurgauer Boden ist ebenso ein Potenzial in der Wissenschaft und Forschung vorhanden.

Andreas Balg: Eine Grenze ist da, um überwunden zu werden. Das hat der Kanton Thurgau in den letzten Jahrzehnten sehr gut bewältigt. Deshalb ist der Thurgau auch ein sehr offener Kanton. Das musste er schon immer sein, damit er in dieser geografischen Situation bestehen konnte. Die Grenzlage spornt den, der an der Grenzlage wohnt, lebt und wirtschaftet, zu besonderen Leistungen an. Für uns überwiegen die Vorteile der Grenzlage eindeutig.

Die Zahl der Grenzgänger, die rund um den Bodensee ins Nachbarland zur Arbeit gehen, nimmt stetig zu, dies präsentiert ein Bericht von Translake Konstanz. Wie zeigt sich das im Kanton Thurgau?

Edgar Georg Sidamgrotzki: Wir unterscheiden grob zwischen drei Gruppen. Ein traditionell starker Bereich ist die Tätigkeit von Ausländern, die befristet für ein bestimmtes Projekt im Thurgau sind, sogenannte Entsendungen. Die zweite bedeutende Gruppe ist die Zuwanderung, also

Mitarbeiter in Thurgauer Unternehmen, die aus dem Ausland kommen und sich nun hier niedergelassen haben. Eine gewisse Anzahl ehemaliger Grenzgänger, die mit Unterzeichnung der bilateralen Abkommen hier heimisch werden konnten, sind ebenfalls darunter. Unsere Unternehmungen profitieren sehr stark von diesen qualifizierten Mitarbeitern aus dem EU-Raum, sie

«Die Grenze zu Deutschland ist für unseren Kanton einerseits begrenzend, aber sie ist auch öffnend. Die Lage ist ein Potenzial für den Kanton Thurgau.»

tragen auch zum Wachstum unseres Kantons bei. Die dritte Gruppe sind jene, die nicht im Kanton Wohnsitz haben, sondern im Ausland wohnen bleiben und als Grenzgänger im Kanton arbeiten. Diese Gruppe hat wie die anderen ebenfalls zugenommen, sie ist aber sehr konjunkturabhängig. In Zahlen heisst das. Wir haben 2011 3800 Grenzgänger, 2001 waren es 2800, was also eine Zunahme von 1000 Personen in zehn Jahren ausmacht.

Wohin geht diese Entwicklung in den nächsten Jahren?

Edgar Georg Sidamgrotzki: Diese Entwicklungen werden durch unterschiedlichste Faktoren beeinflusst. Es wird von der Wirtschaftslage abhängig sein, aber auch vom vorhandenen Potenzial an Fachkräften in der Schweiz. Wird die momentane Mangel-

situation so bestehen bleiben, werden wir weiterhin Grenzgänger brauchen, etwa im Gesundheitswesen.

Andreas Balg: Die wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen spielen insgesamt für die Entwicklung der Zuwanderung ebenfalls eine Rolle. Da hinein spielen z. B. das Lohn- und Steuersystem, aber auch das Wohnungsangebot. Mit der prognostizierten konjunkturellen Entwicklung, die wir für unseren Standort Thurgau positiv sehen, wird der Anteil ausländischer Arbeitnehmer sicherlich nicht abnehmen.

Wir haben jetzt von der Grenze gesprochen, die öffnend ist. In welchen Situationen aber ist die Grenze als solche erkennbar?

Andreas Balg: Aus nationalstaatlicher Sicht besteht natürlich eine Grenze, mit zwei unterschiedlichen Rechtssystemen, mit Zollfragen, unterschiedlicher Währung, Wertigkeitsunterschieden usw.

Mit welchen Auswirkungen und Gefahren?

Edgar Georg Sidamgrotzki: Seit Jahren besteht ein Einkaufstourismus über die Grenze nach Deutschland. Das setzt den Detailhandel in Grenznahe unter Druck. Besonders ausgeprägt ist es jetzt mit der Euro-Schwäche.

Wie reagiert der Kanton darauf?

Edgar Georg Sidamgrotzki: Die Thurgauer Wirtschaft wird durch die Frankenstärke gefördert. Besonders schwierig gestaltet sich die Situation für die Exportindustrie oder die Ernährungswirtschaft. Die Antwort dar-

«Unsere Unternehmen profitieren sehr stark von qualifizierten Mitarbeitern aus dem EU-Raum, sie tragen auch zum Wachstum unseres Kantons bei.»

auf heisst, immer wieder hochwertige, innovative Produkte auf den Markt zu bringen, die anderswo nicht unbedingt billiger hergestellt werden können. Die Grenzlage fordert uns immer wieder heraus, etwas speziell gut zu machen. Das fordert, umgekehrt fördert es aber auch. Denn Druck erzeugt Gegendruck und damit Innovation. Diese Innovationen werden vom Kanton etwa durch Technologieberatung unterstützt.

Andreas Balg: Trotz der Konkurrenz im Einzelhandelsbereich ist es für den Kanton sehr wichtig, dass der Brückenkopf Kreuzlingen-Konstanz gut funktioniert, auch vonseiten der Behörden. Denn Ziel muss das Verbindende, das Andocken und die Zusammenarbeiten sein.

Andocken? In welcher Form?

Edgar Georg Sidamgrotzki: Wir pflegen eine enge Zusammenarbeit auf Wirtschaftsebene und im Wissenschaftsbereich mit der

Bodenseeregion. Es handelt sich dabei um regionale Koordinationen und Information beispielsweise über die Flankierenden Massnahmen der Schweiz, aber auch Projekte im Bildungsbereich, die Internationale Bodensee-Hochschule, gemeinsame Umweltprojekte oder etwa die Zusammenarbeit von Institutionen wie die Industrie- und Handelskammer Bodensee. Dem Thurgau als grösster Bodensee-Anrainer kommt dabei eine wichtige Rolle zu.

Wie interessant ist der Kanton Thurgau für Unternehmer - Neuansiedler oder Eingesessene?

Andreas Balg: Der Thurgau ist äusserst interessant für inhabergeführte KMUs. Mit der ländlichen Umgebung, dem See, der hohen Lebensqualität, der Kostenstruktur und der guten Infrastruktur präsentiert sich der Kanton als ein Gesamtpaket, das sehr spannend ist. In den letzten zehn Jahren ist er gleichbleibend interessant und attraktiv

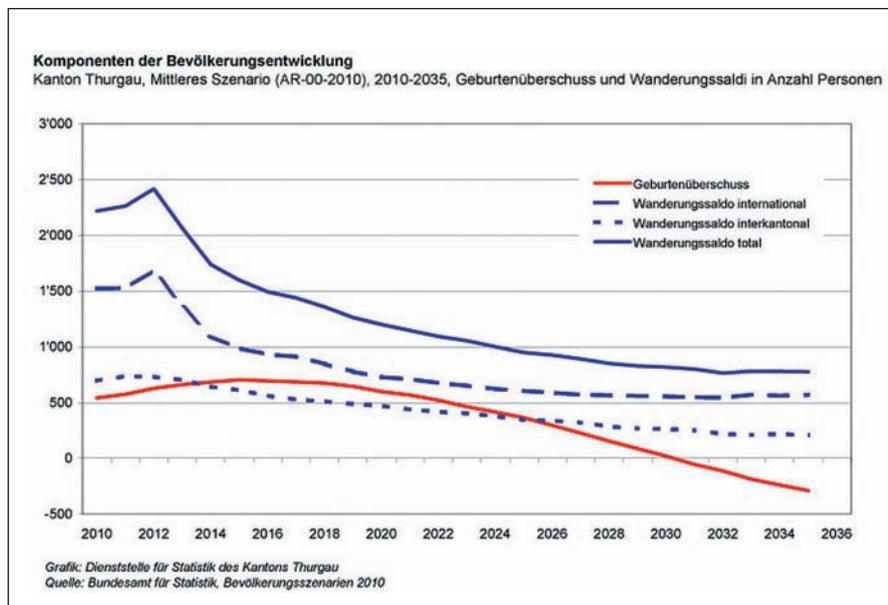


Andreas Balg

geblieben, sodass es uns gelungen ist, jährlich immer etwa 40 Unternehmen neu anzusiedeln. Die Dienstleister sind dabei – nicht nur im Thurgau – die am stärksten wachsende Branche. Ein überdurchschnittliches Wachstum verzeichnen im Kanton Thurgau aber die Industrie- und produktionsorientierten Unternehmen. Gründe dafür liegen in der ländlichen Region mit Landreserven und in der Kostenstruktur, auf die diese Unternehmen sensibler als andere reagieren. Zudem wird die Arbeitsmotivation und das unternehmerische Denken in ländlichen Gebieten höher eingestuft.

In welche Richtung möchte sich der Kanton in Zukunft entwickeln?

Andreas Balg: Ich denke, der Kanton hat gute Karten für die Zukunft, auch für ein zukünftiges qualitatives und quantitatives Wachstum. Wir haben das Potenzial. Allerdings ist uns auch bewusst, dass wir den Rahmenbedingungen Sorge tragen müssen. Wir konnten in den letzten Jahren, was die Steuerpolitik betrifft, sehr viel Positives bewirken. Wir müssen in dieser Beziehung unsere Stellung behalten können.





Edgar Georg Sidamgrotzki

Welche Anstrengungen sind hier im Gang?

Andreas Balg: Einerseits durch Wachstum. Wachstum generieren bedeutet ein Zuwachs an Steueraufkommen.

Edgar Georg Sidamgrotzki: Wachstum aber nicht nur quantitativ, sondern auch – und besonders wichtig – qualitativ, unter Beibehaltung der Lebensqualität, die wir heute

haben. Weiter heisst das auch, kreativ und innovativ bleiben.

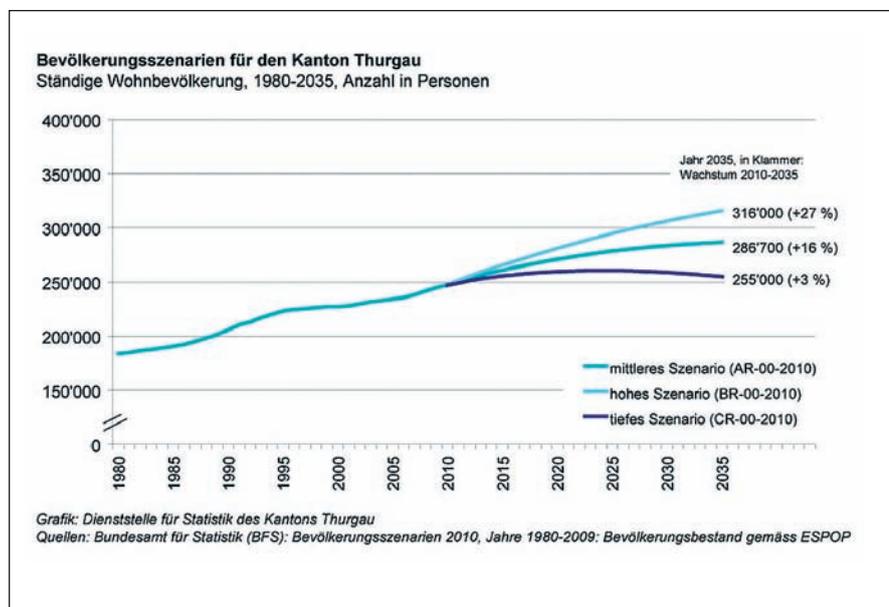
Andreas Balg: Innovativ bleiben ist hier ein wichtiges Stichwort. Unsere internationale Ausrichtung betrifft nicht nur unsere seumspannenden Aktivitäten. Die unternehmerische Zukunft liegt vermehrt auch in der Internationalisierung. Das er-

fordert ein Weiterdenken, nicht nur über die Grenze nach Deutschland oder Österreich, sondern auch in andere Länder. Da sehen wir Potenzial. Da bieten wir Unternehmern auch entsprechende Unterstützung.

Unterstützung inwiefern?

Andreas Balg: Wir können Möglichkeiten für neue Märkte aufzeigen. Das beinhaltet ein Bündel von Massnahmen. So planen wir für den Herbst eine Veranstaltung für den Markt Russland. Dazu gehört aber auch die Technologieförderung.

Edgar Georg Sidamgrotzki: Die Innovationsförderung ist ein wichtiger Teil unserer Wirtschaftsförderungspolitik. Dieser messen wir einen sehr hohen Stellenwert zu. Eigens dafür haben wir vor zwölf Jahren das Technologieforum Thurgau gegründet, das sich in vielfältigster Hinsicht dieser Entwicklung widmet. Themen sind etwa die Förderung der Ernährungswirtschaft, technologieintensive Industrie- und Gewerbe sowie die Energietechnologie. Bei den Letzterwähnten sind wir, was die Förderungen angeht, führend in der Schweiz. ■



«Die Kunden sind vorsichtiger geworden»

Der Bankensektor hat seit Jahren mit starkem Gegenwind zu kämpfen. Verschuldungen und Währungsschwankungen haben das Tagesgeschäft verschärft. Wohin steuert die Schweiz in diesem Umfeld? Und wie stabil ist unsere Währung tatsächlich? Im Gespräch mit Peter Hinder, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Thurgauer Kantonalbank (TKB).

Interview: Marcel Baumgartner **Bild:** Bodo Rüedi

Peter Hinder, die meisten Banken präsentieren wieder solide Zahlen. Sind die grossen Aufräumarbeiten nach der Finanz- und Wirtschaftskrise beendet oder steuern wir durch die Währungsturbulenzen in die nächste Misere?

Die TKB war aufgrund ihrer auf Stabilität und Nachhaltigkeit ausgerichteten Geschäftspolitik von der Finanzkrise nicht im gleichen Ausmass betroffen wie andere Banken. Im Gegenteil: Viele neue Kundinnen und Kunden schenken der TKB ihr Vertrauen, weil unsere Bank solide aufgestellt ist und wir uns auf den Markt im Kanton Thurgau konzentrieren. Insofern gab es für uns keine Aufräumarbeiten zu erledigen.

Was bleibt nach diesen stürmischen Zeiten anhaltend zurück?

Die Kunden sind vorsichtiger geworden. Sie wollen einfache und verständliche Lösungen. Auch hier fühlen wir uns in unseren Entscheiden bestätigt: Die TKB verzichtet bewusst auf die Herstellung von eigenen Anlagefonds und strukturierten Produkten. Wir konzentrieren uns auf die Beratung unserer Kunden und suchen für sie die passende Lösung – frei von Interessenkonflikten. So gehen wir sorgsam um mit dem Vertrauen, das uns unsere Kunden schenken. Gleichzeitig wird das Umfeld, in dem wir tätig sind, zunehmend komplexer – nicht zuletzt aufgrund zahlreicher neuer Bestimmungen, welche als Reaktion auf die Finanzkrise in Kraft gesetzt oder angekündigt wurden. Es ist deshalb eine tägliche Herausforderung, diese Komplexität zu meistern und den Kunden trotzdem einfache, verständliche Lösungen anzubieten.

Wurde die TKB in ihrem Geschäftsmodell bestätigt?

Unser Geschäftsmodell, das sich auf den Markt im Kanton Thurgau konzentriert und auf spekulative Bereiche wie Eigenhandel bewusst verzichtet, bewährt sich mehr denn je. Die Nähe zu den Kunden und unsere lokale Verankerung schaffen Vertrauen. Wir setzen auf langfristige und partnerschaftliche Beziehungen. Daher werden wir als verlässliche Bankpartnerin wahrgenommen, bei der die persönliche Beratung der Kunden im Zentrum steht. Gerade während der Finanz- und Wirtschaftskrise konnte die TKB mit dieser Philosophie punkten.

Welche Bereiche laufen derzeit am besten? Wo besteht die grösste Nachfrage?

Eine grosse Nachfrage verzeichnen wir zurzeit im Hypothekarbereich. Das hat unter anderem damit zu tun, dass die Zinsen tief sind und es im Thurgau noch genügend attraktives Bauland zu erschwinglichen Preisen gibt. Stark ist die TKB auch im Geschäftsbereich Firmenkunden: Sieben von zehn Thurgauer Unternehmen pflegen eine Geschäftsbeziehung mit unserer Bank. Ein Grund dafür ist das Vertrauensverhältnis, das auf den intensiv gepflegten Kontakten basiert. Unsere Kunden wissen, dass sie auch in ausserordentlichen Situationen auf unsere Unterstützung zählen und mit uns gemeinsam Lösungen erarbeiten können.

Das Ausland bewundert die Stabilität der Schweiz. Ist auch unser Hypothekarmarkt stabil?

Wir beobachten die Entwicklungen in unserem Heimmarkt laufend. Obwohl auch

im Thurgau die Preise über die letzten Jahre gestiegen sind, liegen die Durchschnittspreise noch deutlich unter dem gesamtschweizerischen Mittel. Im Thurgau gibt es keine Anzeichen für eine Überhitzung des Immobilienmarktes. Die Entwicklung der Preise für Eigenheime war in den letzten Jahren stabil und moderat – auch im Vergleich zur Entwicklung der Einkommen. Zudem ist die Zuwanderungsrate weiterhin hoch, was die Nachfrage belebt.

Wie beurteilen Sie die Euro-Problematik?

Der Franken ist gegenüber dem Euro und dem US-Dollar deutlich überbewertet. Thurgauer Unternehmen, die Waren zur Herstellung von Produkten aus dem EU-Raum importieren, profitieren im Moment davon. Auf der anderen Seite entsteht durch den anhaltend tiefen Euro- und Dollarkurs auch ein verstärkter Konkurrenzkampf mit ausländischen Unternehmen. Davon betroffen sind nicht nur die Thurgauer Exporteure, sondern inzwischen auch Klein- und Mittelbetriebe. Gerade in grenznahen Gebieten hat der Druck zugenommen, da die Konsumenten vermehrt die Preise mit denjenigen im Ausland vergleichen. Wenigstens verringert der starke Franken momentan die Wahrscheinlichkeit von Zinserhöhungen. Davon profitieren auch die Unternehmen.

Wäre es eine Lösung, den Schweizer Franken an den Euro-Kurs anzubinden, wie dies bereits andiskutiert wurde?

Meiner Meinung nach ist das keine gute Idee. Die Schweizer Nationalbank müsste ihre Autonomie aufgeben und alle Entscheidungen der Europäischen Zentralbank



Peter Hinder:

*«Sieben von zehn Thurgauer
Unternehmen pflegen eine
Geschäftsbeziehung mit unseren
Banken»*

nachvollziehen, ohne deren Sinn für die Schweiz überprüfen zu können. Die Folge wäre, dass auch die Zinsen auf europäisches Niveau ansteigen würden. Unternehmen können sich in der Schweiz deutlich günstiger refinanzieren als in EU-Ländern. Dieser Vorteil ginge bei einer Anbindung verloren. Darüber hinaus müssten Hypothekenschuldner deutlich höhere Zinsen zahlen. Die Teuerung stiege an, was zu Kaufkraftverlusten bei der Schweizer Bevölkerung führte.

Prognosen zu stellen ist schwer. Versuchen wir es trotzdem. Wie wird sich der Euro-Kurs im nächsten halben Jahr entwickeln?

Das kann niemand genau voraussagen. Vieles hängt davon ab, ob und wie die europäische Politik die aktuelle Verschuldungskrise zu lösen vermag und ob sie für die Zukunft klare Regeln aufstellt, damit es in Zukunft keine ähnlichen Probleme mehr

gibt. Wir hoffen, dass sich das momentane Ungleichgewicht bald wieder einpendelt. Das würde unsere Wirtschaft weiter stärken und den Aufschwung zusätzlich positiv beeinflussen.

Ein anderer Brandherd sind die überschuldeten Staaten. Nach Griechenland werden schon weitere Problemfälle genannt. Inwiefern könnte dies den Bankenplatz Schweiz treffen?

Solange diese Unsicherheiten bestehen, wird der Euro gegenüber dem Schweizer Franken kaum deutlich an Wert gewinnen. Darüber hinaus kann bei Banken ein Abschreibungsbedarf entstehen, falls sie in Anleihen europäischer Staaten investiert sind. Dessen Höhe hängt davon ab, ob und wie private Gläubiger dazu verpflichtet werden, einen Sanierungsbeitrag zu leisten. Die Thurgauer Kantonalbank betrifft dies jedoch nicht, da wir keine europäischen Staatsanleihen in den Beständen führen.

Wo sehen Sie persönlich in Zukunft die grössten Herausforderungen für die Banken?

Aufgrund der Euro- und US-Dollar-Entwicklung hat das Kostenmanagement zusätzlich an Bedeutung gewonnen. Grosse Teile der Erträge vieler Schweizer Banken werden in diesen Währungen generiert, während die Kosten mehrheitlich in Schweizer Franken anfallen. Die Umsetzung der beschlossenen und angekündigten Regularien sind mit grossen Investitionen verbunden. Gleichzeitig beschleunigt der Trend zu einfacheren Produkten den Margenrückgang. All diese Faktoren führen dazu, dass Banken ihre Prozesse noch effizienter gestalten müssen. Dazu gehören meines Erachtens auch die Beantwortung der Frage nach der optimalen Betriebsgrösse und eine klare Fokussierung auf das Kerngeschäft. Für den Erfolg ist nicht massgebend, wie gross oder breit man aufgestellt ist, sondern wie gut man ist! ■

Anzeige

Die echte Ostschweizer Geschenkidee!

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

CUVEE JEAN-GEORGES «cidre mousseux» bietet in seiner ehrlichen Art süffig-fröhliches Trinkvergnügen. Der perlige Schaumwein mit leichtem Alkoholgehalt ist «à la méthode traditionnelle» hergestellt. Das macht ihn zum idealen Apéritif-Getränk.

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

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

Bei den Ostschweizer Getränkehändlern.

Für Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

MÖHL TRADITION SEIT 1895
Mosterei Möhl AG, 9320 Arbon, Telefon 071 447 40 74, www.moehl.ch

Individuelle Versicherungslösungen für Unternehmen aus einer Hand

Mit einem starken, kompetenten Team im Rücken sind wir für unsere Mandanten da. Von der Analyse bis hin zur Abwicklung von Schadenfällen.



Hannes Arbenz
Geschäftsleitung, Mandatsleitung



Godi Schmutz
Geschäftsleitung, Mandatsleitung



Philipp Hofmann
Geschäftsleitung, Mandatsleitung



Frédéric Good
Mandatsleitung



Jürg Fässler
Mandatsleitung

Seit fast 15 Jahren ist die Arbenz + Partner AG als unabhängiger Versicherungsbroker ein verlässlicher Partner für Unternehmen, wenn es um Dienstleistungen in den Bereichen Versicherungen und Personalvorsorge geht. Das Frauenfelder Unternehmen bietet seinen Mandanten massgeschneiderte Versicherungslösungen und grösstmögliche Sicherheit zu einem optimalen Preis-Leistungs-Verhältnis – und das bei einem Top-Service mit persönlicher Kundenbetreuung.

Stets bestmöglich versichert zu sein und mögliche Risiken zu minimieren – das ist gerade für Unternehmen wichtig. Doch dies ist eine komplexe und anspruchsvolle Aufgabe, für die im Tagesgeschäft oft die Zeit und das nötige Know-how fehlen. Deshalb verlassen sich KMUs in der ganzen Schweiz auf die Arbenz + Partner AG als führender unabhängiger Versicherungsbroker, der auf die Absicherung der Risiken von Unternehmungen spezialisiert ist und die Interessen der Mandanten gegenüber Versicherungsgesellschaften vertritt.

Persönlich, unabhängig und transparent

In Frauenfeld ansässig, sind wir für KMU der Ansprechpartner für alle Versicherungsanliegen. Dabei legen wir grossen Wert auf

die persönliche Betreuung unserer Mandanten. Unser Ziel sind massgeschneiderte Lösungen: Dank unserer Unabhängigkeit beraten wir aus einer neutralen Position heraus und können so geeignete und marktgerechte Produkte auswählen. Unser fundiertes Produkt-Know-how und die Zusammenarbeit mit erstklassigen Versicherern, die auch einen verlässlichen Schadenservice bieten, garantieren ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis und grosse Transparenz.

Systematisches Vorgehen

Nach einer umfassenden Situationsanalyse erarbeiten wir gemeinsam mit unseren Mandanten eine Lösung und stellen ein passendes Versicherungsportefeuille zusammen. Dabei hilft eine systematische Vorgehensweise, die in drei Schritten erfolgt:

1. Analysieren

Betriebsbesichtigungen – Risiken erkennen und beurteilen – Sofortmassnahmen ergreifen – gemeinsame Bedarfsermittlung – Risiko- und Versicherungspolitik

2. Realisieren

Anforderungsprofile erstellen – Ausschreibung – Offertenvergleich – Verhandlung und Umsetzung nach Kundenvorgabe

3. Betreuen

Laufende Marktanpassung – Schadenabwicklung – jährliche Berichterstattung mit Schaden- und Kostenreporting

Aus einer Hand – Ihre Vorteile

Zu den Vorteilen unserer unabhängigen Beratung aus einer Hand zählen:

- Klare Verantwortlichkeiten durch nur einen Ansprechpartner
- Breit abgestütztes Know-how in allen Fachbereichen
- Optimal und individuell abgestimmtes Versicherungsportefeuille
- Aktive Betreuung und Unterstützung im Schadenfall
- Einfachere Administration
- Entlastung der Verantwortungsträger
- Kontrolle der Termine und Abrechnungen
- Informationen über den Gesamtaufwand

Team aus Spezialisten

Mit unserem Team aus Spezialistinnen und Spezialisten des Versicherungs- und Vorsorgebereichs bieten wir unseren Mandanten ein breit abgestütztes Know-how in allen Fachbereichen. Betreut durch ausgewiesene Mandatsleiter, erarbeiten wir für unsere Mandanten optimale Deckungskonzepte und Versicherungsverträge. ■

Arbenz + Partner AG

Hungerbühlstrasse 22
8501 Frauenfeld
Tel. 052 725 05 80
www.arbenz-riskservice.ch
sekretariat@arbenz-riskservice.ch

Umwelt und Ressourcen schonen

Das Ökologie- und Ökonomiebewusstsein stärken, das sind die grossen Anliegen von InnoRecycling. Geschäftsleiter Markus Tonner setzt sich tagtäglich aktiv für die Förderung des Kunststoffrecyclings ein und schafft dadurch aus Abfall Mehrwert.

Interview: Daniela Winkler

Bild: Bodo Rüedi



InnoRecycling ist die Gesamtentsorgerin für werkstoffliches Recycling. Neben dem Kunststoffrecycling – dem Kerngebiet der InnoRecycling – umfassen die Dienstleistungen auch das gesamte klassische Abfallrecycling von Papier/Karton, Glas, Holz, Metall, Sperrgut etc. aus Privathaushalt, Gewerbe und Industrie. Gegründet wurde das Unternehmen im August 2000, mit Hauptsitz in Eschlikon und einem Kunststoffmahlbetrieb in Winterthur.

Markus Tonner, der Schweizer Musiker Stress hat in seinem Song «On n'a qu'une terre» die Sorge um die Natur zum Thema und die Zuhörer für dieses Thema sensibel gemacht. Die Frage an Sie: Ist der Umgang mit der Natur, wie wir ihn heute pflegen, richtig? Oder gibt es Dinge, die wir besser machen könnten?

Wir Schweizer leben heute auf unserem schönen Planeten Erde mit einem Ressourcenverbrauch oder anders gesagt mit einem biologischen Fussabdruck von Faktor 2,5. Das heisst: Wir leben 2,5-mal über unsere Verhältnisse. Längerfristig kann das nicht gut gehen. Denn wovon sollen unsere Kinder und Nachkommen zukünftig leben?

Wie verhalten sich Frau und Herr Schweizer in Sachen Umweltbewusstsein und Ressourcenschonung?

Ich kann das nur aus Sicht des Kunststoffrecyclings beantworten. Da gibt es für uns Schweizer schlechte Noten. Denn aus der Schweiz werden nur gerade mal zehn Prozent Kunststoffe dem werkstofflichen Recycling und fünf Prozent der thermischen Verwertung in der Zementindustrie zugeführt. Der Rest wird in Kehrichtverbrennungsanlagen verbrannt und somit in unbeliebtes CO₂ umgewandelt.

Es besteht also Verbesserungspotenzial ...

Ja, wir haben ein Verbesserungspotenzial von sage und schreibe 85 Prozent, was circa 650'000 Tonnen Kunststoffen entspricht. Diese Kunststoffabfälle verursachen heute in den Kehrichtverbrennungsanlagen eine CO₂-Belastung von weit über 1,5 Mio. Tonnen. Wir können aber etwas ändern und uns das Problem zunutze machen.

Wie kann dieses Umdenken ausgelöst werden?

Ganz einfach, indem wir handeln, etwas tun und bewegen. Wenn wir lernen, Dinge aus einer anderen Perspektive zu betrachten, eröffnet dies uns völlig neue Horizonte. Ich selber habe erst kürzlich einen solchen Sinneswandel vollzogen. Gestern noch Verfechter von Haushaltskunststoff-Sammlungen, heute bereits ein blühender Aktivist.

Was ist passiert?

Alles eine Frage der Betrachtung. Ist eine gebrauchte Verpackung Kunststoffabfall oder Kunststoffrohstoff? Halte ich einen Abfall in der Hand oder bereits den Rohstoff für ein neues Produkt? Es ist alles eine Frage der Perspektive.

Kunststoff aus der Perspektive «Abfall» betrachtet, sah für mich früher wie folgt aus: Das Wissen, dass nur gerade 50 Prozent des gesammelten Haushaltskunststoffes zu hochwertigem Granulat verarbeitet werden kann und die anderen 50 Prozent als thermische Mischkunststoff-Fraktion enden, führte zur Überlegung, dass es somit keinen Sinn macht, 100 Prozent Haushaltskunststoffe zu sammeln, wenn davon nur 50 Prozent wirklich werkstofflich recycelt werden können. Zumal in den Kehrichtverbrennungsanlagen aus den Haushaltskunststoffen auch Energie und Wärme produziert werden. Dies jedoch mit einem Wirkungsgrad von 40 Prozent.

Dies ist etwa gleichermassen effizient, wie wenn ich mein Haus mit dem Gasgrill heize oder die Garage mit dem Rasenmähermotor. Sicherlich, ich kann das machen, es funktioniert, ist aber nicht sehr effektiv.

Um wieder auf den Kunststoff zurückzukommen, was wäre da effektiv?

Da müssen wir den Perspektivenwechsel vornehmen und Kunststoff aus der Perspektive «Rohstoff» betrachten.

Nehmen wir das Beispiel Kanton Zürich. Im Kanton Zürich werden jährlich noch immer 10'000 Tonnen Haushaltskunststoffe verbrannt, was die Umwelt mit weit über 25'000 Tonnen CO₂ belastet. Die negativen Folgen davon sind klar. Ich brauche nur das Stichwort Klimaerwärmung zu erwähnen. Man könnte jetzt aber diese 10'000 Tonnen Haushaltskunststoffe auch sammeln, sortieren und verwerten. Mit dem Resultat, dass aus den 10'000 Tonnen Haushaltskunststoffen 5000 Tonnen Kunststoffgranulat für hochwertige Kunststoffprodukte entständen und 5000 Tonnen Ersatzbrennstoff, der beispielsweise in der Zementindustrie die Kohle ersetzen könnte. Anstatt nun 10'000 Tonnen Haushaltskunststoffe einfach in einer Kehricht-

verbrennungsanlage zu verbrennen, werden diese somit optimal als Rohstoffe verwertet.

Das sind enorme Einsparungen an Rohstoffen ...

... aber nicht nur das. Es bedeutet auch Unabhängigkeit.

Unabhängigkeit inwiefern?

Es müssen 5000 Tonnen weniger Kohle aus Südafrika importiert werden und 5000 Tonnen weniger Kunststoffgranulat aus dem Ausland. Das klingt doch ganz nach Unabhängigkeit, Eidgenossentum oder einfach nur nach dem Ruf unseres innersten Recycling-Gens. Wir haben damit auf einmal eigene Rohstoffvorkommen. Und wir haben auf einmal weniger CO₂-Belastung.

Wie werden die so gewonnenen 5000 Tonnen Kunststoffgranulate eingesetzt?

Daraus werden hauptsächlich Bau- und Baunebenprodukte wie zum Beispiel Kabelschutzrohre produziert.

Somit ist das neue Leben beispielsweise einer Milchflasche ein Kabelschutzrohr. Ist das nicht ein «Downcycling»?

Das ist genau umgekehrt zu sehen: Aus dieser einfachen Milchflasche darf sogar mal ein Kabelschutzrohr werden. Haben Sie sich schon einmal überlegt, was ein Kabelschutzrohr alles Gutes tut und dies 24 Stunden am Tag? Es verbindet. Ja, ein Kabelschutzrohr verbindet Menschen, schafft Zivilisation, schützt unseren Lebensstandard. Immer mehr, immer schneller werden Daten mittels Glasfaserkabel um unseren Erdball gesendet. Für die einen sind es Übertragungsdaten eines Fussballmatches in Echtzeit, beim anderen sind es Geschäftsdaten und wieder bei einem anderen wärmende Worte beim Chatten, die durch unsere Rohre aus Recyclingkunststoff gejagt werden. Und das bereits heute funktionierende Kunststoffrecycling ist jedem Einzelnen zu verdanken, der Kunststoff als Rohstoff ansieht und ihn nicht in der Kehrichtverbrennungsanlage verbrennen lässt, sondern ihn sammelt und recycelt. ■



Starthilfe für Jungunternehmer

Start-ups den Einstieg in die Selbstständigkeit erleichtern, eine lebendige Plattform bieten und Austausch von Erfahrungen: Davon können Jungunternehmer in Gründerzentren profitieren. So auch bei START! in Frauenfeld, einem von verschiedenen Gründerzentren im Kanton Thurgau.

Text: Daniela Winkler

Der Weg in die Selbstständigkeit beginnt mit der Geschäftsidee. Dies ist die wichtigste, aber längst nicht die einzige Voraussetzung für den Start eines Unternehmens. Meist fehlt es dem angehenden Unternehmer noch an umfassendem Wissen über Marketing, Verkauf, Finanzplanung, Versicherungen oder Steuern. Aber auch die Frage nach den Räumlichkeiten und die Anschaffung der Infrastruktur sind bereits erste Stolpersteine. Genau hier setzt das Gründerzentrum START! an. «Wir unterstützen Jungunternehmer aus jeder Branche mit fachkundi-

Christian Schöttli,
Geschäftsführer START! Frauenfeld:
«Studien belegen, dass die Erfolgchancen für Unternehmen in Gründungszentren markant höher sind»

ger Beratung vor, während und nach der Gründung. START! ist Experte im ganzheitlichen Fördern des Jungunternehmers im Kanton Thurgau und bietet neben Beratung auch unternehmensspezifischen Raum, ICT-Infrastruktur, Geschäftsnetzwerk und Zentrale Dienste an», fasst Christian Schöttli, Geschäftsführer START! Frauenfeld, die Pluspunkte seines Gründerzentrums zusammen.

Gemeinsame Infrastruktur

Die gewünschte und benötigte Raumgrösse – vom Einzelarbeitsplatz bis zum

Grossraumbüro, von 15 bis 80 m², möbliert oder unmöbliert –, die Infrastruktur und das Mass der benötigten Dienstleistungen bestimmen den Preis der Einnmietung im Gründerzentrum. Zur Infrastruktur und den Dienstleistungen, die von allen Gründerzentrummietern gemeinsam genutzt werden können, zählen unter anderem Besprechungszimmer mit Beamer, Overhead, Pinnwand und Flipchart, Raum für Veranstaltungen und Schulungen, professioneller Telefon- und Sekretariatservice, Postdienste, Büromaterialservice, Sekretariats- und Buchhaltungsdienste, zentrale Hochleistungs-Kopier- und Druckstation, Scanner, Empfangsbereich und Cafeteria. Dienste also, die helfen, Kosten und Aufwand zu sparen. Wirtschaftlich unterstützt werden die Jungunternehmer zudem mit den Büromieten. So erhalten sie im ersten Gründungsjahr 50 Prozent Vergünstigung, im zweiten Gründungsjahr 33 Prozent und im dritten 20 Prozent. «Wesentlichen Support liefern wir zudem durch die zur Verfügungstellung unseres Geschäftsnetzwerks. Wir erwarten von unseren Jungunternehmern sowie von unseren Stiftungsfirmen und von unseren Preferred Suppliern, dass Produkt- und Dienstleistungsbedürfnisse idealerweise primär innerhalb unseres Geschäftsnetzwerks abgewickelt werden», unterstreicht Christian Schöttli den Zusammengehörigkeitsgedanken.

Kreatives Umfeld für erfolgreichen Start

Die Jungunternehmer im Gründerzentrum START! schätzen in Frauenfeld auch das innovative und anregende Umfeld. Das

Gründerzentrum befindet sich im Walzmühleareal, ein Zeitzeuge der Industrialisierung. Seit 1833 werden in der Walzmühle erfolgreich und weltweit Geschäfte getätigt. Heute prägt das Areal ein anregender Mix aus Produktions- und Dienstleistungsunternehmen, Ateliers und Wohnungen. Über 60 Firmen und rund 600 Arbeitsplätze und Ausbildungsplätze für zahlreiche Lehrlinge. Arbeitgeber, Dienstleister, Händler und Künstler sind hier ansässig.

Es sei nicht jedermanns Sache, zu Hause in einem einsamen Büro zu sitzen, hört Christian Schöttli oft von seinen Mietern. Viele suchten den raschen Erfahrungsaustausch beim Nachbarn, eine kurze Pause mit Small Talk in der Cafeteria, die regelmässig angebotenen Netzwerk-Apéros oder

Öffentliche Events/ Kurse im START!

Kurs zur Selbstständigkeit

Dr. Lanz und Partner AG

Kurs 5, 03.10.2011–10.11.2011

Kurs 6, 14.11.2011–15.12.1011

START! Venture Apéro

– Mittwoch, 07. Sept. 2011

ab 1800 Uhr

– Mittwoch, 05. Oktober 2011

ab 1800 Uhr

– Mittwoch, 09. November 2011

ab 1800 Uhr

– Mittwoch, 07. Dezember 2011

ab 1800 Uhr

auch nur die gemütliche Runde am Mittag zum Auftanken. «Denn niemand kann stundenlang alleine am Pult leistungsfähig sein. Nicht alles muss neu erfunden werden. Für vieles gibt es bewährte Rezepte und Tipps. Der Austausch mit Anderen ist wertvoll. Studien belegen, dass die Erfolgchancen für Unternehmen in Gründungszentren markant höher sind.» Das heisst in Zahlen: Das Gründerzentrum START! weist eine Erfolgchance von über 90 Prozent aus und liegt damit weit über dem schweizweiten Durchschnitt. Begründet werden diese besseren Erfolgchancen im Gründerzentrum mit dem Dienstleistungsangebot sowie der vor Mietvertragsunterzeichnung erfolgten Plausibilisierung des Businessplanes und der Unternehmerpersönlichkeit.

Zusammenarbeit mit Thurgauer Wirtschaft

Die Unterstützung der Jungunternehmer im Gründerzentrum erfolgt nicht im Alleingang. Sie wird ebenfalls von der Thurgauer Wirtschaft getragen. Die Stiftung

START! – ein Verbund von ausgewiesenen Führungskräften aus Wirtschaft und Verwaltung – will mit ihrem Engagement eine ideale Startbasis für neue Ideen und erfolgreiches Unternehmertum bieten. Zudem besteht eine Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung des Kanton Thurgaus. Diese basiert auf einer Leistungsvereinbarung. START! bietet sogenannten Gründungswilligen gratis eine Erstberatung an. Dabei werden Feedbacks formuliert, sowohl über die Geschäftsidee, die idealerweise bereits in Form eines Businessplans vorliegt, als auch über die Unternehmerpersönlichkeit, die aus Erfahrung den Schlüsselerfolgfaktor für eine Jungunternehmung darstellt. Die Wirtschaftsförderung vermittelt auch Jungunternehmer, die im Gründungszentrum gründen wollen.

Das Gründungszentrum START! ist aus Platzgründen nicht als fester und konstanter Firmensitz gedacht. Die durchschnittliche Verweildauer beträgt aktuell circa fünf Jahre. ■

Gründerzentrum START!

Das Gründerzentrum START! im Walzmühleareal, Frauenfeld, wurde im Jahr 2002 gegründet. Bis heute hat START! 76 Unternehmen den Einstieg in die Selbstständigkeit unterstützt. Im Sommer 2011 sind 19 Firmen im Gründerzentrum ansässig.

Gründerzentren im Kanton Thurgau

Hafencenter Kreuzlingen

www.hafencenter.ch

High-Tech-Center Tägerwilten

www.high-tech-center.ch

Park 31 Kreuzlingen

www.park31.ch

Spidertown Tägerwilten

www.spidertown.ch

Zecchinel DL-Zentrum Tägerwilten

www.zecchinel-zentrum.ch

Anzeige

E+S ASW



ABACUS 
version internet

ABACUS Version Internet – führend in Business Software

ABACUS Business Software bietet alles, für alle Branchen, jedes Business, jede Unternehmensgrösse:

- > Auftragsbearbeitung > Produktionsplanung und -steuerung > Service-/Vertragsmanagement > Leistungs-/Projektverwaltung > E-Commerce
- > E-Business > Adressmanagement > Workflow, Archivierung > Rechnungswesen/Controlling > Personalwesen > Electronic Banking > Informationsmanagement

www.abacus.ch

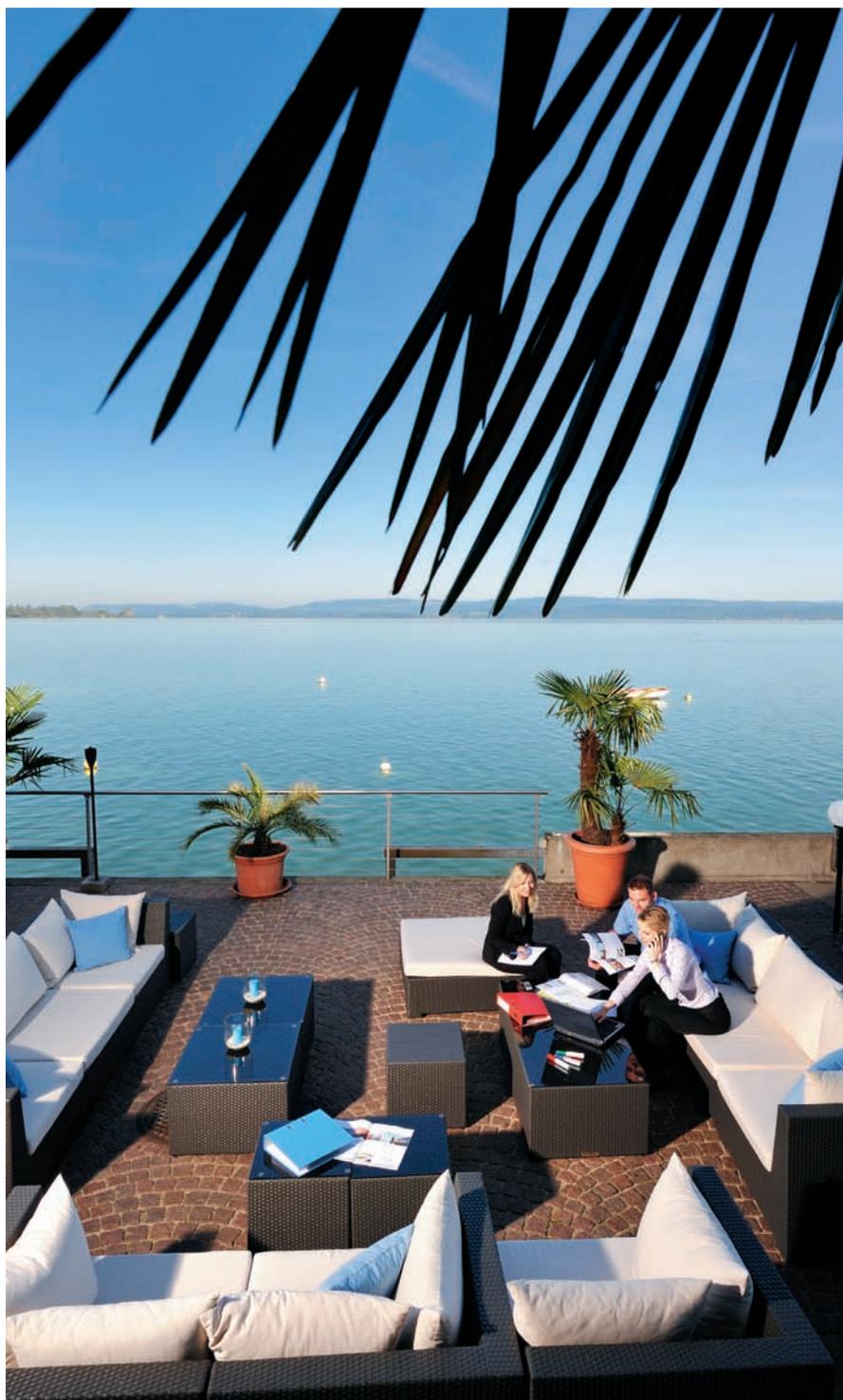
 **ABACUS**
business software

13 Millionen für die Wettbewerbsfähigkeit der Thurgauer Regionen

Für das Umsetzungsprogramm II (2012 bis 2015) der Neuen Regionalpolitik (NRP) des Bundes stellt der Regierungsrat 7,3 Millionen Franken zur Verfügung. Weitere maximal 6,3 Millionen Franken kommen vom Bund. Mit diesen Geldern soll die Wettbewerbsfähigkeit einzelner Regionen im Kanton gestärkt und deren Wertschöpfung erhöht werden.

Mit der NRP will der Bund dazu beitragen, dass in den Regionen Arbeitsplätze erhalten und geschaffen werden, dass eine dezentrale Besiedlung bewahrt bleibt und dass regionale Disparitäten abgebaut werden können. Hierzu wurde für die erste Förderphase 2008–2011 ein kantonales Umsetzungsprogramm erarbeitet, und zur Realisierung der Programme schlossen der Bund und die Kantone mehrjährige Programmvereinbarungen ab. Im Kanton Thurgau wurden so unter anderem die Projekte «Vernetzung touristischer Angebote» und «Konzepterarbeitung Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft» abgeschlossen. Weitere Projekte wie beispielsweise «Bodensee Classic» oder «Kompetenzzentrum für erneuerbare Energien Südthurgau» sind noch am Laufen.

Nun wird auch für die zweite Förderperiode 2012–2015 ein weiteres Umsetzungsprogramm von den Kantonen erarbeitet. Dieses bildet wiederum die Grundlage für die Programmvereinbarung mit dem Bund. Im Kanton Thurgau werden die aus dem ersten Umsetzungsprogramm definierten Handlungsachsen – Industrie- und Dienstleistungsunternehmen, Tourismus sowie Land- und Ernährungswirtschaft – in das zweite Umsetzungsprogramm übernommen. Aufgrund der geplanten Projekte in den Regionen während der zweiten Programmperiode wird für den Kanton Thurgau mit Kosten von rund 7,3 Millionen Franken gerechnet, die dem Arbeitsmarktfonds entnommen werden. Der Bund wird sich mit höchstens 6,3 Millionen Franken daran beteiligen, so dass während der zweiten Programmperiode von 2012 bis 2015 für NRP-Projekte im Kanton Thurgau maximal 13,6 Millionen Franken zur Verfügung stehen werden. ■



50 Jahre Erfolg mit Druckluft

Die Prematic tritt seit der Gründung als Komplettanbieter im Druckluftmarkt auf – verbunden mit umfassenden Service- und Beratungsdienstleistungen. Und dies seit 50 Jahren. Daniel Frefel, Geschäftsleitung Prematic AG, kann dieses Jahr mit seinen Mitarbeitern diesen Geburtstag feiern.

Interview: Daniela Winkler **Bild:** Bodo Rüedi

Daniel Frefel, wie sieht das Erfolgsrezept eines Unternehmens aus, das seit 50 Jahren stetig wachsen konnte und heute zu den führenden Anbietern im Bereich Druckluft in der Schweiz gehört?

Wir haben uns nie auf unseren Lorbeeren ausgeruht und uns weiterentwickelt. Konkret heisst das: Wir haben unser umfangreiches Produkteprogramm laufend den aktuellen Marktforderungen angepasst, durch Lagerausbau die Verfügbarkeit stetig erhöht, die Verkaufsaktivitäten über den Fachhandel verstärkt und die Serviceleistungen ausgebaut.

Ihr Produktangebot als Komplettanbieter im Druckluftmarkt ist sehr umfangreich geworden. Welches sind dabei Ihre Kernkompetenzen?

Wir unterscheiden fünf Kernkompetenzen: Herstellung von Pneumatik-Sonderausführungen wie Zylinder und Ventile, Fertigung von hochwertigen Kolbenkompressoren, Beratung und Verkauf von schlüsselfertigen Druckluftstationen für Gewerbe und Industrie, breites Angebot an Druckluftzubehör/mobilen Kompressoren für den Fachhandel sowie umfassende Servicedienstleistungen rund um die Druckluft

98 Prozent aller Prematic-Erzeugnisse werden im Inland abgesetzt. Ist der Schritt ins Ausland keine Option?

Nein, wir erreichen einen Teil des ausländischen Marktes auch indirekt. Als Pneumatik-Komponentenlieferant beliefern wir namhafte Maschinen- und Apparatebauer in der ganzen Schweiz, die über viele Jahre ihre Verkaufs- und Vertriebskanäle im Ausland aufgebaut haben. In diesem Sinne ist unser Exportanteil indirekt

um einiges höher als die errechneten zwei Prozent.

Nicht ins Ausland, aber trotzdem einen Schritt weg von Affeltrangen haben Sie dieses Jahr mit der Eröffnung des Servicecenters in Domdidier/FR gemacht. Ein Zeichen einer neuen zukünftigen Marktentwicklung?

Seit 2004 bearbeiten wir die Westschweiz aktiv mit einem Verkaufstechniker und vertreiben unsere Produkte auch aktiv über den Fachhandel. Mit dem Servicecenter in Domdidier können wir nun unseren Kunden in der Region Bern und Westschweiz die gewünschte Servicenähe für die Wartung ihrer Druckluftanlagen bieten. Wir hoffen damit selbstverständlich auch, künftig noch erfolgreicher in diesem Gebiet tätig sein zu können.

Bestehen oder bestanden nie Überlegungen im Raum, das Unternehmen zentraler und infrastrukturell optimaler in der Schweiz anzusiedeln?

Nein – die Verankerung im Thurgau ist sehr stark. Wir haben in den letzten Jahren laufend in Mitarbeiter, Maschinen und Gebäude am Standort in Affeltrangen investiert, um so unsere Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen. Zudem befinden sich unsere grössten und wichtigsten Kunden auch in der Region Ostschweiz.

Ein klares Bekenntnis zum Kanton Thurgau?

Ja – als Thurgauer Unternehmer schätze ich die guten marktwirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Kanton, aber ebenso wichtig sind für unser erfolgreiches Arbeiten die gut ausgebildeten Fachkräfte in der Region.

Ein Blick in die Zukunft – zum 75-jährigen Geburtstag. Wie sieht der Weg dahin aus?

Unsere Devise heisst: die bestehenden Kunden halten und laufend pflegen und neue, interessante Kunden dazugewinnen, die Qualität in allen Bereichen verbessern und auf Veränderungen im Druckluftmarkt rasch reagieren. Mit diesen Zielen werden wir in Zukunft ein wichtiger Partner bleiben, wenn es um Druckluft geht.

50 Jahre Prematic AG

Die Prematic AG ist bereits in der 2. Generation tätig. Im Januar 2003 hat Daniel Frefel die Geschäftsleitung von seinem Vater Karl Frefel (Gründungsmitglied) übernommen.

Druckluftherzeugung, -aufbereitung, -verteilung und -anwendung ist das Arbeitsgebiet der Prematic AG in Affeltrangen. Schon als im Jahre 1961 der Grundstein zur Prematic gelegt wurde, war man sich über den Zweck und die Aufgabengebiete der neuen Unternehmung absolut im Klaren: Druckluftelemente und Kompressoranlagen von bester Qualität herzustellen und zu verkaufen, verbunden mit umfassenden Service- und Beratungsdienstleistungen.

Prematic AG

Druckluft-Technik

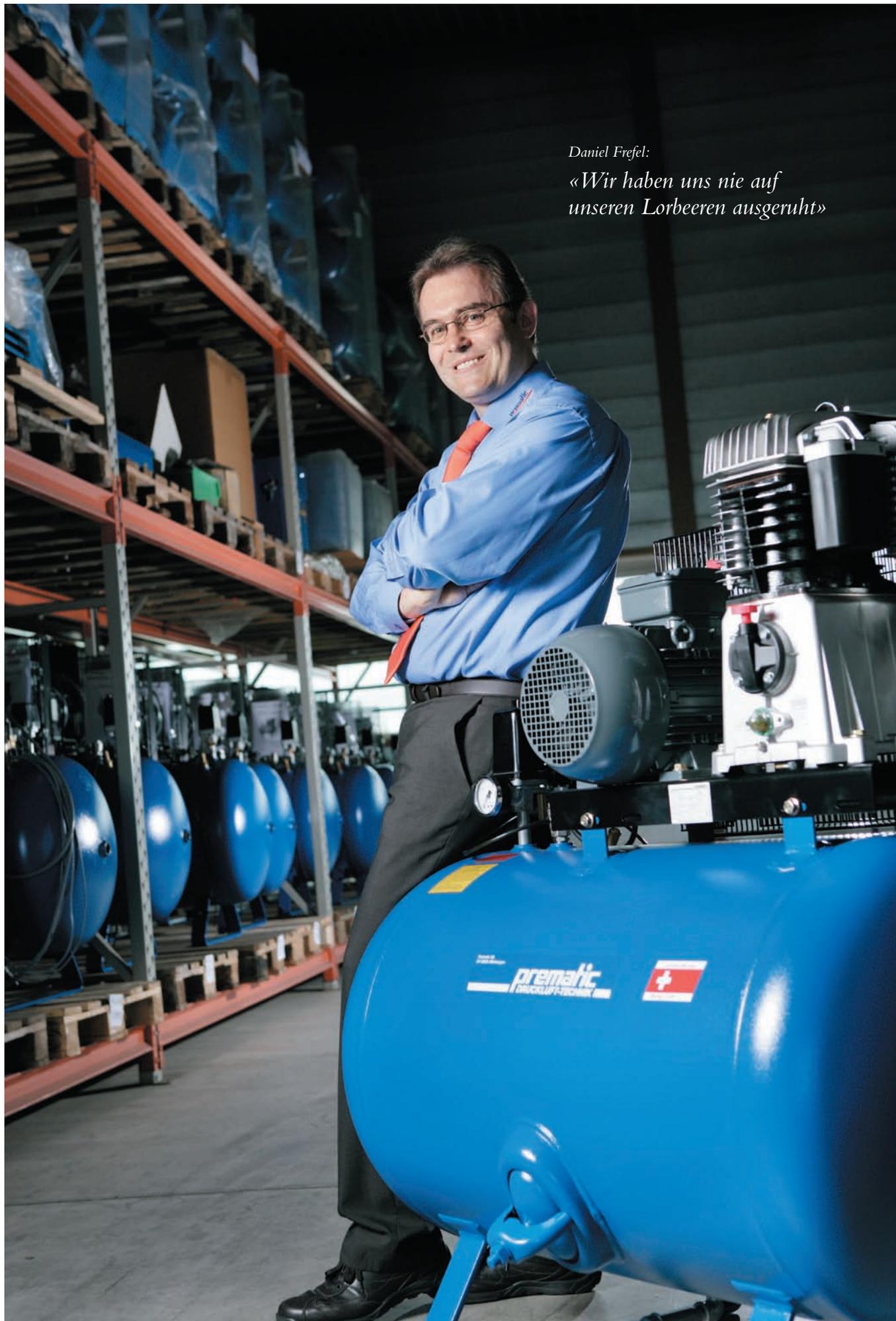
Märwilerstr. 43

9556 Affeltrangen

Tel. 071 918 60 60

www.prematic.ch

Daniel Frefel:
*«Wir haben uns nie auf
unseren Lorbeeren ausgeruht»*



Eine ganze Autowelt unter einem Dach

In der neuen «autobau factory» in Romanshorn finden sich unter einem Dach autogewerbliche Fachbetriebe sowie optimal klimatisierte Einstellmöglichkeiten für besondere Autos. Und der autobau selbst steht nicht nur für Besichtigungen, sondern auch für Events zur Verfügung.



Bereits bei der Eröffnung im Mai 2011 waren etwa 90 Prozent der Werkstattflächen und ein Grossteil der Einstellplätze vermietet. Mit der «factory» auf dem «autobau»-Gelände am Egnacherweg in Romanshorn wurde ein Konzept umgesetzt, das es so in der Schweiz noch nicht gibt: Im selben Gebäude sind einerseits Betriebe und Werkstätten angesiedelt, die alle Bedürfnisse rund ums Auto abdecken. Andererseits können Autoliebhaber im Untergeschoss des neuen Gebäudes ihre Oldtimer oder Classic Cars in einer optimal klimatisierten Umgebung und sicher vor Beschädigung unterbringen. Zudem finden sie, wie auch alle externen Kunden, bei den factory-Betrieben hervorragende fachtechnische Unterstützung für ihre Fahrzeuge.

Breites Dienstleistungsangebot

Bei den Betrieben, die sich in der autobau factory niedergelassen haben, handelt es sich entweder um etablierte Unternehmen, die in Romanshorn eine Zweitniederlassung eröffnet haben, oder um neu eröffnete Werkstätten. Ihre Inhaber sind mehrheitlich junge Berufsleute, die bereits umfangreiche praktische Erfahrung auf ihrem Fachgebiet gesammelt haben und diese nun im eigenen Unternehmen nutzen wollen. Die in der factory angebotenen Dienstleistungen reichen von der Fahrzeugkosmetik über allgemeine mechanische Reparatur- und Servicearbeiten für Personenwagen aller Marken, Karosserie- und Spenglerarbeiten, Reparatur und Überholung von Oldtimern bis zum Spezialservice für Sport- und Rennsportautos. Ausserdem sind in der autobau factory auch Spezialisten für das Auffrischen von Leder- und Textilpolstern sowie Experten für Hi-Class-Sound im Fahrzeug tätig.



Die neue autobau factory braucht für Heizungs- und Klimaanlage keinen Strom vom Netz, sie ist in diesem Bereich Selbstversorgerin. Die nötige Energie bezieht sie aus dem Abwasser der Abwasserreinigungsanlage Romanshorn, ausserdem wandelt die Fotovoltaikanlage auf dem Gebäudedach Sonnenlicht in Strom um. Er deckt nicht nur einen Teil des Bedarfs im Gebäude, sondern versorgt darüber hinaus auch die autobau-Solartankstelle für Elektrofahrzeuge. Das factory-Gebäude ist dank diesem fortschrittlichen Konzept sowie der energiebewussten Bauweise der erste Industriebau mit gemischter Nutzung im Kanton Thurgau, der das Minergielabel tragen darf.

Eventbereich für private und geschäftliche Anlässe

Der autobau selbst, der mit der «Racing-Halle» und der «Classic-Halle» zwei grosszügige Ausstellungen mit einer einzigartigen Sammlung edler Fahrzeuge präsentiert, ermöglicht mehr als nur einen Blick in die Geschichte des Automobils: Er bietet eine attraktive Erlebniswelt, die sich für Veranstaltungen aller Art eignet. So haben die Verantwortlichen die mit einer Bar versehene imposante Halle für Bankette, Feiern, Seminare, kulturelle Veranstaltungen und andere Anlässe technisch allen Bedürfnissen entsprechend ausgestattet. Der mit Soundanlagen, Monitoren und WLAN ausgerüstete Ort der Begegnung lässt sich je nach Bedarf räumlich unterteilen.

Es werden aber nicht nur die Räumlichkeiten angeboten, sondern auf Wunsch der gesamte Ablauf einer Veranstaltung organisiert. Vom zwanglosen Stehapéro bis hin zum feinen Gourmetmenü können die «autobauer» alle notwendigen Vorbereitungen treffen. Dafür arbeiten sie mit bewährten Cateringunternehmen zusammen. Ob die bewirtete Gruppe ein halbes Dutzend Teilnehmer umfasst oder ob eine Grossveranstaltung für rund 250 Gäste vorgesehen ist: Sie sind gewappnet – ganz egal, ob es sich um eine Hochzeit oder einen Geburtstag handelt, und liefern den würdigen Rahmen auch für ein Firmenjubiläum, eine Produktpräsentation oder die Schulung von Mitarbeitern. Zudem findet man einen atmosphärisch stimmigen Rahmen für Ausstellungen, Konzerte und Theaterdarbietungen.

Rennatmosphäre erleben

Im Aussenbereich werden die Gäste mit ferngesteuerten Modellautos und Elektro-Gokarts überrascht. Je nach Lust und Laune können sie sich Geschicklichkeitsfahrten in speziell hergerichteten Autos widmen. Und wer jemals eine Taxifahrt in einem Wettbewerbsfahrzeug bewältigen wollte, bekommt hier seinen Traum erfüllt – auf dem haus-eigenen Rundkurs, auf dem wahre Rennatmosphäre aufkommt. Die 400 Meter lange Strecke kann bei Bedarf verdoppelt werden. Besonders beliebt sind bei Firmenanlässen übrigens Geschicklichkeitsfahrten und Gokart-Rennen, wo sich jenseits von

Betriebshierarchien auch mal Lehrlinge mit ihren Chefs beim Manövrieren unter erschwerten Bedingungen messen können ...

In der Racing-Halle schliesslich erwartet die Besucher ein Formel-3000-Rennwagen. Darin ist ein Simulator eingebaut, mit dem die bekanntesten Formel-1-Rennstrecken abgefahren werden können. Damit das Ganze stilgerecht über die Bühne geht, kleiden sich die Teilnehmer mit Overall und Helm ein. Um den Wettbewerb perfekt zu simulieren, wird die Zeit gemessen; der Rennstreckensound schafft den nötigen O-Ton. Zum Entdecken der autobau-Erlebniswelt oder für einen ersten Eindruck eignen sich die Open-Days jeweils am ersten Sonntag im Monat: Dann können Besucher sich in Ruhe den gesamten autobau anschauen – ohne Voranmeldung oder Reservation. ■

autobau™ AG
Erlebniswelt
Egnacherweg 7
CH-8590 Romanshorn
Tel. +41 (0)71 466 00 66
Fax +41 (0)71 466 00 67
info@autobau.ch
www.autobau.ch

«think pink – click for work!»

Die etwas andere Personalberatung

Die **work24**.ag ist eine junge, dynamische und unkomplizierte Personalberatung mit Hauptsitz in St.Gallen. Sie bietet vielversprechende Zukunftsaussichten im Arbeitsmarkt. Ganz nach dem Motto: «think pink – click for work!»

Das von Duschi B. Duschletta als Verwaltungsratspräsident und Buci A. Skenderi als Geschäftsleiter gegründete Personalleasing-Unternehmen hat sich ehrgeizige Ziele gesetzt. Die Gründer sind überzeugt, dass ihre Wachstumsziele und Strategien mit Hilfe ihrer motivierten und kompetenten Mitarbeitern realisiert werden. Durch die verschiedenen Filialen, die fortlaufend eröffnet werden, kann **work24**.ag eine flächendeckende Präsenz für Stellensuchende und Arbeitgeber anbieten. Zu den bereits bestehenden Filialen, werden weitere Standorte in Aarau, Basel, Bern, Biel, Chur, Winterthur und Zürich eröffnet.



Buci A. Skenderi
Geschäftsleiter

Duschi B. Duschletta
Verwaltungsratspräsident

«work24.ag : kompetent – motiviert – kreativ»

Die beiden gleichberechtigten Partner Duschi B. Duschletta und Buci A. Skenderi teilen ihre Aufgabenbereiche wie folgt auf. «Duschi», der ein Know-How in der Personalberatungsbranche von über 20 Jahren mit bringt, wird sich als Verwaltungsratspräsident um die Wachstums- und Marketingstrategie, das Backoffice und die Mitarbeiterschulung kümmern. «Buci» wird sich als Geschäftsleiter um das aktive Tagesgeschäft, wie die Kundenbetreuung, den Key Account, den Personalverleih und die Arbeitsvermittlung kümmern. Somit machen die Beiden aus 1 + 1 = 3. Sie sind damit ein starker Partner für Personalverantwortliche und Stellensuchende gleichermaßen.

Die Dienstleistungen sind genau so vielseitig wie die Bedürfnisse von Personalverantwortlichen und Stellensuchenden. Durch sorgfältige Rekrutierung und geschultes Personal kann **work24**.ag Arbeitsstellen und Fachkräfte im Baugewerbe, in der Industrie, für Technik und Montage, sowie für den kaufmännischen Bereich vermitteln. Unsere Kernkompetenz liegt im Verleih und der Vermittlung von qualifiziertem Personal für Fest- und Temporärstellen. Durch **work24**.ag profitieren Sie zweifach. Erstens können wir für Sie Fachpersonal aus dem In- und Ausland rekrutieren, da wir über mehrjährige Kompetenz im Rekrutieren von Arbeitskräften aus dem In- und vor allem dem benachbarten Ausland verfügen. Und zweitens können Sie von einem langjährigen breitgefächerten Beziehungsnetz profitieren.

«work24.ag setzt auf menschliche Werte»

Die menschliche Arbeitskraft ist das wertvollste Kapital jeder Unternehmung und der Schlüssel zum Erfolg. Diese Überzeugung haben wir zu unserer Richtlinie gemacht. Unsere eigenen Personalberater werden angesichts ihrer Fähigkeiten ausgewählt, sich mit dieser Firmenphilosophie zu identifizieren. Wir sind der Meinung, dass das Vermitteln von Personal durch uns einen doppelten Einsatz verlangt; einerseits dem Kunden gegenüber, für den die richtige Wahl der Mitarbeiter von grösster Bedeutung ist und andererseits den Frauen und Männer gegenüber, die uns ihre berufliche Zukunft anvertrauen. Für die **work24**.ag ist eine Vermittlung dann erfolgreich, wenn Kunden und Bewerber gegenseitig zufrieden sind und uns weiterhin ihr Vertrauen schenken. Mit der gleichen Sorgfalt, mit der wir die Persönlichkeit und die beruflichen Qualifikationen unserer Kandidaten prüfen, nehmen wir uns auch den Bedürfnissen unserer Kunden

an. Das ist der Grund, weshalb wir mit unseren Kunden und Kandidaten einen engen Kontakt pflegen wollen.

Unser Geschäftsleiter Herr Buci A. Skenderi und sein Team stehen Ihnen jederzeit gerne für ein persönliches Gespräch zur Verfügung. Nutzen Sie die Möglichkeit, uns per E-Mail eine offene Stelle, Ihren Personalbedarf oder einen Jobwunsch zukommen zu lassen. Es freut uns Sie kompetent zu beraten und zu unterstützen. Falls Sie noch mehr Fragen zu **work24**.ag oder unseren Dienstleistungen haben, dann zögern Sie nicht, uns unter **+41 58 668 68 68** anzurufen oder senden Sie uns einfach eine Email auf **info@work24.com**. Wir freuen uns, Sie demnächst auf einer unseren Filialen persönlich oder telefonisch zu begrüßen.



Buci A. Skenderi, *Geschäftsleiter*
R. Alen, *Filialleiter Weinfelden*
M. Derungs, *Filialleiter Rorschach*
E. Skenderi, *Filialleiter St.Gallen*
Duschi B. Duschletta, *Verwaltungsratspräsident*
(von links nach rechts)

Kaderstellen

work24.com ag
feststellen/kaderstellen
multergasse 43
ch-9000 st.gallen

zentrale +41 58 668 68 68
direkt +41 58 668 68 67
feststellen@work24.com

Rekruting

work24.com ag
rekruting
mariabergstrasse 2
ch-9400 rorschach

zentrale +41 58 668 68 68
direkt +41 58 668 68 00
rekruting@work24.com

Geschäftsleitung

work24.com ag
geschäftsleitung
bergstrasse 1
ch-9306 freidorf

zentrale +41 58 668 68 68
direkt +41 58 668 68 17
info@work24.com

Personalberatung

work24.com ag
personalberatung
multergasse 43
ch-9000 st.gallen

zentrale +41 58 668 68 68
direkt +41 58 668 68 01
stgallen@work24.com

work24.com ag
personalberatung
freiestrasse 4 b
ch-8570 weinfelden

zentrale +41 58 668 68 68
direkt +41 58 668 68 02
weinfelden@work24.com

work24.com ag
personalberatung
mariabergstrasse 2
ch-9400 rorschach

zentrale +41 58 668 68 68
direkt +41 58 668 68 03
rorschach@work24.com

work24.com ag
personalberatung
othmarstrasse 1
ch-9500 wil

zentrale +41 58 668 68 68
direkt +41 58 668 68 04
wil@work24.com

Euro Problematik aus der Sicht eines KMUs aus dem Thurgau

Das traditionsreiche Familienunternehmen Aequator AG (seit 1933) baut vollautomatische Kaffeemaschinen für die ganze Welt. Vom klassischen Einsatz wie Gastronomie bis hin zur Betriebsverpflegung, zu Büros und Tankstellen bieten wir für unsere Kunden und Partner die passende Maschine oder das passende Konzept an.

Text: Marcel Lendenmann

Den Standort Schweiz haben wir immer als Chance angesehen. Diese Einschätzung war auch ein wesentlicher Faktor, dass in den 1990er-Jahren der Schritt in den Export gewagt wurde. In den letzten Jahren hat die starke Globalisierung jedoch zu neuen Herausforderungen geführt, welchen wir uns täglich zu stellen haben. Naturkatastrophen und Wirtschaftskrisen anderer Ländern haben plötzlich auch Einfluss auf uns. Wir haben gerade auch im Exportgeschäft schon früh festgestellt, dass wir uns nur behaupten können, wenn wir Produkte von höchster Qualität und immer wieder Innovationen an den Markt bringen können. Ich bin überzeugt, dass uns diese Eigenschaften unterstützen, um durch die Währungskrise zu kommen. Inzwischen sind wir aber an einem Punkt angelangt, an welchem diese Tugenden alleine nicht mehr genügen. Um trotz des starken Frankens konkurrenzfähig zu bleiben, konzentrieren wir uns bei der Material- sowie Komponentenbeschaffung auf die Euro-Länder. Dies ermöglicht uns, die Währungsverluste

möglichst gering zu halten und zumindest teilweise zu kompensieren.

Zur Verteilung der Währungsrisiken einerseits und zur Erzielung weiterer Ertragssteigerungen verfolgen wir zudem seit Jahren konsequent die Erschliessung neuer Märkte (Asien/Skandinavien etc.).

Ebenfalls von grosser Bedeutung ist nach meiner Einschätzung, dass man jederzeit über detaillierte Kenntnisse zum Aufbau der eigenen Margenstruktur verfügt, damit bei Bedarf adäquate Preiserhöhungen vorgenommen werden können. Ich stelle immer wieder fest, dass nicht alle Unternehmen genau wissen, welche Margen bei den einzelnen Produkten bestehen, was eine gezielte Preisanpassung bei Währungsschwankungen verunmöglicht. Bei der Durchsetzung von währungsbedingten Preisanpassungen ist uns sicher die lange und gute Partnerschaft mit unseren weltweiten Händlern behilflich, welche Verständnis für die aktuelle Situation zeigen. Wir versuchen stets, unseren Partnern mit der gebotenen

Transparenz zu begegnen, damit sie die Erforderlichkeit von allfälligen Preisanpassungen auch jederzeit nachvollziehen können.

Als Schweizer Hersteller müssen wir uns insgesamt vermehrt auf unsere Stärken und Schweizer Tugenden wie Innovation, Qualität, Präzision und exakt strukturierte Arbeitsprozesse konzentrieren und mit diesen positiv in die Zukunft schauen. Für die Firma Aequator kommt ein Umzug der Produktion nicht in Frage und wir bekennen uns zum Standort Schweiz, speziell zu Arbon im Kanton Thurgau. Trotzdem kann ich meine Kollegen verstehen, die eine gewisse Verlagerung in bestehende EU-Produktionsstandorte in Erwägung ziehen und sich in der Schweiz auf die Entwicklung konzentrieren. Ich bin aber der Überzeugung, dass, wenn wir als Hersteller inklusive unserer Supply Chain auch weiterhin nach Lösungen suchen, um noch produktiver, flexibler und qualitativ noch besser zu werden, wir die grosse Herausforderung des starken Frankens überwinden und gestärkt in die Zukunft gehen können. ■

Leader lesen LEADER®

LEADER. Das Ostschweizer Unternehmernmagazin. www.leaderonline.ch



Marcel Lendenmann:

*«Ich stelle immer wieder fest,
dass nicht alle Unternehmen
genau wissen, welche Margen
bei den einzelnen Produkten
bestehen»*

Energieinitiativen zur Stärkung der Volkswirtschaft

Die Bürger des Kantons Thurgau haben am 15. Mai ja gesagt zu effizienter und erneuerbarer Energie, indem sie einer Verfassungsinitiative zugestimmt haben, die diesen Richtungswechsel fordert. CVP-Kantonsrat Josef Gemperle ist Präsident des Komitees der Thurgauer Energieinitiativen. Er gibt Auskunft, wie die Umsetzung und das weitere Vorgehen konkret aussehen.

Interview: Daniela Winkler

Bild: zVg.

Josef Gemperle, am 15. Mai 2011 hat der Kanton Thurgau die Verfassungsinitiative «Ja zu effizienter und erneuerbarer Energie» angenommen. Was war Ihr Beweggrund für diese Verfassungsinitiative?

Seit meiner Wahl in den Grossen Rat 2004 habe ich mit Unterstützung Gleichgesinnter die Themen Energieeffizienz und erneuerbare Energien intensiv bearbeitet. Trotz teilweise heftiger Gegenwehr ist es uns gelungen, den Kanton Thurgau energiepolitisch an die Spitze zu führen. Im Parlament haben mir dann verschiedene

situation im Bereich einer nachhaltigen Energie- und Klimapolitik festigen und zudem seine Volkswirtschaft weiter stärken. Die immer höhere Geldsummen absorbierenden und zudem klimaschädigenden fossilen Energieimporte vornehmlich aus Russland und den arabischen Staaten sollten vermehrt durch Effizienzmassnahmen im Gebäude- und Mobilitätsbereich sowie in der gewerblichen und industriellen Fertigung ersetzt werden. Gleichzeitig sollte die mit fast 85 Prozent weit überdurchschnittliche Abhängigkeit von Strom aus in- und ausländischen AKWs mit der Produktion von

Energienutzungsgesetzes auf. In einer ausformulierten Fassung bringt die Initiative dort Verbesserungen, wo dies für das Erreichen der übergeordneten Ziele notwendig ist. Sie verdoppelt zudem die Mittel im Energiefonds. Die Gesetzesinitiative wurde bereits im Grossen Rat mit einer Anpassung bei der Höhe der Fördermittel fast einstimmig angenommen.

Wer profitiert von dieser Neuausrichtung? Wie sieht der Nutzen für Hauseigentümer und Gewerbe aus?

Das Förderprogramm Energie des Kantons Thurgau ist ein Programm auf der ganzen Bandbreite. Für jeden ist etwas dabei. Nehmen wir beispielsweise den Gebäudereich, der mit rund 50 Prozent des Gesamtenergiebedarfs den Löwenanteil ausmacht. Schnell wird klar, dass es mit einer jährlichen Sanierungsrate von rund einem Prozent des Gebäudeparks rund hundert Jahre dauert, bis der gesamte Gebäudepark energietechnisch saniert sein wird. Dass diese Erneuerungsrate nicht annähernd den nötigen Zielvorgaben entspricht, liegt auf der Hand. Natürlich kann im Bereich Neubau mit Mindestvorschriften sehr viel erreicht werden. Mit zusätzlichen Anreizen sind Bauherren meist gerne bereit, zusätzliche Labels zu erfüllen.

Der Thurgau ist führend bei Minergie und Minergie-P. Dies hat einerseits mit den hier tätigen Minergiepionieren zu tun, andererseits ist dies auch eine Folge unserer Thurgauer Förderpolitik. Im Bereich der Sanierungen ist es schwieriger, Erfolge zu erzielen. Teure Sanierungsarbeiten im Ener-

«Doppelter Nutzen: Die Umsetzung der Massnahmen schafft und erhält Arbeitsplätze, vor allem im Baugewerbe. Und die verbesserte Wettbewerbsfähigkeit der energietechnisch sanierten Unternehmen schafft und sichert einheimische Arbeitsplätze, und zwar in allen Bereichen der Wirtschaft.»

Kolleginnen und Kollegen signalisiert, dass weitere Verbesserungen nicht mehr mitgetragen würden. So habe ich mich vor fast drei Jahren entschlossen, die dringend nötigen weiteren Verbesserungen mithilfe des Thurgauer Volkes durchzusetzen. Nach intensiven juristischen und fachtechnischen Abklärungen habe ich – unterstützt aus fast allen politischen Lagern – die Zwillingsinitiative lanciert.

Was soll mit der Annahme dieser Initiative konkret erreicht werden?

Der Kanton Thurgau soll seine Spitzenpo-

einheimischen erneuerbaren Energien reduziert werden.

Mit dem neuen Absatz drei von § 82 der Kantonsverfassung ist es gelungen, die beiden wichtigsten Grundsätze jeder nachhaltigen und zukunftstauglichen Energiepolitik in einem schlanken Satz zu verankern: «Sie (Kanton und Gemeinden) fördern Massnahmen zur Nutzung umweltverträglicher erneuerbarer Energien und schaffen Anreize für eine sparsame und effiziente Energieverwendung im Kanton Thurgau.» Die zweite Initiative, die Gesetzesinitiative, baut auf den bestehenden Stärken des

Josef Gemperle:

*«Im Bereich Industrie und
Gewerbe liegt noch sehr viel
Potenzial zur Verbesserung
der Energieeffizienz brach.»*



giebereich überfordern viele Hausbesitzer, Gewerbetreibende und Industriebetriebe. Da vielerorts die Mittel für Sanierungen fehlen, kann die Situation nicht mit gesetzlichem Zwang verbessert werden, einzig finanzielle Anreize sowie Beratung und Begleitung durch Energiefachleute und Fach- und Kompetenzzentren können hier die nötige Dynamik schaffen. Unser Förderprogramm bewirkt diese Anreize spürbar, punktuelle Verbesserungen sind jedoch nötig, denn gerade im Bereich Industrie und Gewerbe liegt noch sehr viel Potenzial zur Verbesserung der Energieeffizienz brach. Massnahmen im Effizienzbereich, also bessere Dämmungen, effizientere Fahrzeuge, Beleuchtungen, Maschinen und Geräte oder Effizienzprogramme bei Prozessabläufen, sind nicht nur unabdingbar zur Senkung des CO₂-Ausstosses und damit zur Erreichung der weltweiten Klimaziele, nein, glücklicherweise steigt mit der Umsetzung dieser Massnahmen in der Regel auch die langfristige Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen. Und das mit doppeltem Nutzen: Allein die Umsetzung der Massnahmen schafft und erhält Arbeitsplätze, vor



Josef Gemperle

betont, dass in der Regel nicht die Fördergelder pro Massnahme zu erhöhen sind, sondern dass die Anzahl der Projekte massiv gesteigert werden muss, damit wir unsere Ziele erreichen.

Welche Massnahmen trifft der Kanton in nächster Zukunft?

Das Förderprogramm ist ein Anreizprogramm. Der Staat setzt Anreize, dass Wirt-

«Der Kanton Thurgau soll mit dem Ja zu effizienter und erneuerbarer Energie seine Spitzenposition im Bereich einer nachhaltigen Energie- und Klimapolitik festigen und zudem seine Volkswirtschaft weiter stärken.»

allem im Baugewerbe. Auch die verbesserte Wettbewerbsfähigkeit der energietechnisch sanierten Unternehmen schafft und sichert einheimische Arbeitsplätze, und zwar in allen Bereichen der Wirtschaft.

Mit welchem Zeithorizont wird für die Umsetzung gerechnet?

Die Umsetzung hat bereits begonnen. Die Initiativtexte werden zwar erst in den nächsten Monaten in Kraft gesetzt. Die sehr grosse Nachfrage im Förderprogramm hat dazu geführt, dass bereits dieses Jahr wohl die deutlich erhöhte Fördersumme beansprucht wird. Dies ist eine ausgesprochen gute Entwicklung, denn wir haben immer

schaft und Private in die Energieeffizienz und in erneuerbare Energien investieren. In Paragraf 6 des Energienutzungsgesetzes über die Finanzhilfen wird ergänzt, dass insbesondere auch die Stromerzeugung von erneuerbaren Energien gefördert werden kann. Explizit erwähnt werden Sonnenenergie, Biomasse (vor allem Biogas und Holz), Geothermie und natur- und landchaftsverträgliche Wasserkraft.

Sie sprechen von Ergänzungen der Finanzhilfen ...

Die Förderung soll in erster Linie in Form von Investitionshilfen erfolgen. Dies haben wir mit den Energieinitiativen ebenfalls

im Gesetz verankert. Anreize in Form von Investitionshilfen sind in der Regel sehr effizient, da diese ein Mehrfaches an Investitionen auszulösen vermögen und in der Abwicklung durch die Verwaltung einfach zu bewerkstelligen sind. Damit ist sichergestellt, dass die Mittel effektiv für die Förderung zur Verfügung stehen. Das Mittel der kostendeckenden Einspeisevergütung ist ein sehr wichtiges Mittel des Bundes. Es ist wichtig, dass die Massnahmen von Bund, Kanton und Gemeinden sich gegenseitig ergänzen und unterstützen und keinesfalls konkurrenzieren.

Wie sieht die Finanzierung dieser Förderhilfen aus?

Die kantonalen Mittel im Energiefonds für das Förderprogramm werden von 7 bis 10 auf neu 12 bis 22 Mio. Franken mehr als verdoppelt. Finanziert wird in erster Linie mit den Erträgen der AXPO-Dividenden. In zweiter Linie kommen die allgemeinen Staatsmittel zum Tragen.

In der Förderung welcher Energietechnologien sehen Sie das grösste Potenzial?

Grundsätzlich können alle Technologien gefördert werden, welche umweltverträglich sowie technisch und wirtschaftlich sinnvoll sind: Sonnenenergie (Photovoltaik, Sonnenkollektoren), Biomasse (Holz, Grünabfälle, Gülle, Mist), Umweltwärme (Erdsonden, Grund-, See und Abwasser), Abwärme, tiefe Geothermie, Wasserkraft, Wind etc. Wie bereits heute können Massnahmen zur effizienten Nutzung der Energie unterstützt werden: energetische Gebäudesanierungen, Minergie, Massnahmen zur Förderung der Stromeffizienz (Pumpen, Geräte, Beleuchtung etc.).

... mit welchen Prioritäten?

Bevor Massnahmen umgesetzt werden, lohnt sich meistens eine umfassende Abklärung. Ich bin sehr glücklich, dass das Förderprogramm Thurgau hier bis zu zwei Dritteln der Kosten übernimmt. Dies gilt für den GEAK mit Beratungsbericht genauso wie für Machbarkeitsstudien und für Energieverbrauchsanalysen bei Unternehmen. Die Beiträge bis Fr. 50'000.- sollten

Gewähr bieten, dass zuerst eine umfassende Planung der möglichen Massnahmen durchgeführt wird. Geht es an die Umsetzung, sollten Effizienzmassnahmen immer an erster Stelle stehen.

Der künftige Umbau des Energiesystems wird technisch, wirtschaftlich und politisch eine grosse Herausforderung. Wie ist das umsetzbar?

Man kann praktisch jedes Ziel erreichen, wenn man es auf dem Weg nicht aus den Augen verliert. Gerade Unternehmerpersönlichkeiten wissen dies in der Regel sehr gut. Die Themen Energieeffizienz und erneuerbare Energien sind viel zu wichtig für unsere Zukunft, als dass wir uns hier noch Grabenkämpfe leisten können. Man

sollte bei den Wirtschaftsverbänden mehr auf erfolgreiche Unternehmerpersönlichkeiten wie beispielsweise den letztes Jahr verstorbenen Nicolas Hayek hören. Auch im Kanton Thurgau gibt es zahlreiche grosse Unternehmerpersönlichkeiten, denen inzwischen die Wichtigkeit der Neuausrichtung der Energiepolitik ein vorrangiges Ziel ist. Das gemeinsame Ziel kann mit vereinten Kräften erreicht werden.

Welche wirtschaftliche Bedeutung hat die Verfassungsinitiative resp. die Förderung erneuerbarer Energie?

Das überaus deutliche Abstimmungsergebnis mit fast 85 Prozent Zustimmung ist ein klares Signal. Das Thurgauer Volk will einerseits die Förderung der Energieeffizienz

und der erneuerbaren Energien als dringende Staatsaufgabe in der Verfassung verankert haben, andererseits signalisiert es damit auch seine Zustimmung zu unserem im Grossen Rat erkämpften, sehr umfassenden und erfolgreichen Förderprogramm.

Der Kanton Thurgau setzt mit diesem Förderprogramm schweizweit neue Massstäbe. Bei meinem Eintritt in den Grossen Rat 2004 lag die Fördersumme bei 600'000 Franken, neu liegt die kantonale Fördersumme bei deutlich über 20 Mio. Franken. Bereits 2010 wurden mit diesem Anreizprogramm über 170 Mio. Franken an Investitionen ausgelöst, und viele Unternehmen sind mit den umgesetzten Massnahmen wettbewerbsfähiger positioniert. ■

Anzeige

Königliche Seminare am kaiserlichen Arenenberg



Gastlichkeit am Arenenberg hat Tradition. Bereits zu Napoleons Zeiten wurden Gäste fürstlich beherbergt und verköstigt. Heute ist der Ort beliebt für Ausflüge und Seminare. Die frisch renovierten Tagungsräume und Hotelzimmer erstrahlen in neuem Glanz im historischen Ambiente des letzten Kaisers von Frankreich. Verleihen Sie Ihrem nächsten Seminar majestätischen Glanz mit der kaiserlichen Lage über dem Untersee.

BBZ Arenenberg Salenstein | Telefon 071 663 33 33 | www.arenenberg.ch

August 2011 n 33
ARENENBERG BELEBT



Heinz Schmidhauser



Remo Trunz



Christian Neuweiler

Folgenschwerer Höhenflug des Schweizer Frankens

Seit Mitte 2007 befindet sich der Schweizer Franken unter Aufwertungsdruck. Dieser hat sich durch die aktuelle Euro- und Dollarkrise dramatisch verschärft. In zahlreichen Unternehmen müssen Massnahmen ergriffen werden.

Text: Peter Maag, Direktor der Industrie- und Handelskammer (IHK) Thurgau

Die Verschuldungskrise im Euroraum und in den USA hat zu drastischen Ausschlägen im Währungsgefüge geführt. In kurzer Zeit hat sich der Schweizer Franken gegenüber den Hauptwährungen Euro und Dollar massiv verteuert. Es ist vor allem das hohe Tempo der Aufwertung, das für Anpassungsschwierigkeiten sorgt. «Wenn man zwei Jahre zurückblickt, sind

wir bei Exporten in den Euro- und Dollarraum rund 30 bis 35 Prozent teurer geworden», sagt Unternehmer Dieter Woschitz, Präsident des Handels- und Industrievereins Bischofszell und Umgebung.

Die an sich nötigen Preiserhöhungen können in der Praxis kaum durchgesetzt werden. Exportorientierte Unternehmen sehen sich deshalb mit bedeutenden Margenverlusten konfrontiert. Trotz Angeboten

nahe der Schmerzgrenze hat sich das Risiko von Auftragsverlusten klar erhöht. Bereits das laufende Jahr ist schwierig, die Ertragslage wird sich bei einer grossen Zahl von Unternehmen verschlechtern. «Sollte die Höherbewertung des Schweizer Frankens länger andauern, wird dies im kommenden Jahr zu einer äusserst schwierigen Situation führen», erklärt Heinz Schmidhauser, Geschäftsführer der EKU AG in Sirmach.

Leader lesen LEADER®

LEADER. Das Ostschweizer Unternehmernmagazin. www.leaderonline.ch

Zu hohe Kosten

Die Unternehmen sehen sich im Inland mit zu hohen Kosten konfrontiert. Für Remo Trunz, Präsident der Arbeitgebervereinigung Arbon und Umgebung, stehen deshalb Kostensenkungsmassnahmen im Vordergrund. «In unserem Betrieb besprechen wir Spar- und Innovationsmöglichkeiten mit unseren Angestellten und setzen sie um», sagt er. Zahlreiche Firmen kaufen bereits heute verstärkt im Euro- und Dollarraum ein. Für Firmen mit einer guten Auftragslage bietet sich eine Erhöhung der Arbeitszeit ohne Lohnkompensation als kurzfristig wirksame Massnahme an. Die Arbeitnehmer dürften dafür in aller Regel Verständnis haben. Dies allein wird jedoch nicht zu einer Kostensenkung im nötigen Ausmass führen. Die Sozialpartner werden Hand zu weiter gehenden Massnahmen bieten müssen.

Von den Aufwertungsfolgen sind nicht nur exportierende Unternehmen betroffen: Zahlreiche binnenwirtschaftlich tätige Betriebe spüren einen wachsenden Konkurrenz- und Preisdruck. Im Detailhandel sahen sich vor allem die Detailhändler in den Grenzgebieten mit einer ungünstigen Entwicklung im grenzüberschreitenden Einkaufstourismus konfrontiert. Viel Kaufkraft fliesst in die deutsche Nachbarschaft ab. Auch der Tourismus leidet unter den hohen Preisen in der Schweiz.

Nachhaltige Schwächung

Eine andauernde Höherbewertung des Schweizer Frankens wird zu einer nachhaltigen Schwächung des Standortes führen. Bereits heute stellen Thurgauer Unternehmen eine wachsende Zurückhaltung fest, wenn es darum geht, Schweizer Partner in neue, internationale Projekte einzubinden. Eine grosse Zurückhaltung besteht auch bei Investitionsentscheiden.

Die Industrie- und Handelskammer (IHK) Thurgau hat den Bundesrat Ende Juli mit einem offenen Brief auf die Brisanz der Lage aufmerksam gemacht. Sie ist der Ansicht, dass sich die Landesregierung zu passiv verhält. In diesem schwierigen Umfeld sollten auch unkonventionelle Massnahmen geprüft werden. Dabei kann es um steuerliche Entlastungen für Unternehmen gehen. Der Druck auf die Weitergabe von Währungseffekten auf Importgütern ist zu erhöhen. Schliesslich muss geprüft werden, wie weit Negativzinsen auf Anlagen in Schweizer Franken durchgesetzt werden können und ob die Schaffung eines schweizerischen Staatsfonds Sinn macht. «Mich stört, dass der Bundesrat seine vorbehaltenen Entschlüsse nicht kommuniziert – für den Fall, dass sich die Lage nicht verbessert oder weiter verschlechtert», betont Christian Neuweiler, Präsident der IHK Thurgau. ■

«Ich bin nicht Kunde bei Wegelin & Co., weil die nur mit Wasser kochen.»

Miraculix



WEGELIN & Co.

PRIVATBANKIERS SEIT 1741

► Für alle, die handfeste Methoden

Wundermittelchen vorziehen: www.wegelin.ch

Aufbruchstimmung in Arbon

Arbon arbeitet an der Zukunft. Diese Zukunft soll die Stadt für Wohnen, Arbeiten und Leben attraktiver machen. Schlüsselprojekt für die Stadtentwicklung ist die neue Linienführung der Kantonsstrasse.

Text: Daniela Winkler **Bild:** zVg

Arbon verfügt über eine attraktive Lage direkt am Bodensee, eine überdurchschnittlich positive Bevölkerungsentwicklung und grosse Baulandreserven. Diese belaufen sich auf rund 500 Wohneinheiten sowie 40'000 m² Geschossfläche für Gewerbe. Alles spricht für einen Aufbruch in eine attraktive Zukunft. Diverse Projekte aus den Bereichen Arealentwicklung und Verkehrsoptimierung befinden sich auch bereits in Planung, kurz vor der Umsetzungsphase oder im Realisationsprozess. All diese Projekte weisen das Potenzial auf, die Stadtentwicklung dynamischer zu gestalten und positiv zu beeinflussen.

Das international tätige Beratungsunternehmen in den Bereichen Immobilien- und Baumarkt sowie Raum- und Standortentwicklung Wüest & Partner, Zürich, wurde 2010 damit beauftragt, eine Standort- und Marktanalyse für die Stadt Arbon zu erarbeiten. Darin wird aufgezeigt, wie sich Arbon in den letzten Jahren entwickelt hat und, vor allem, wo der Weg hinführen könnte. Der Fokus liegt einerseits auf der Bevölkerungsentwicklung und der Entwicklung des Wohnangebots, andererseits auf der Beschäftigungsentwicklung und der Veränderung der Branchenstruktur.

Lösung der Mobilitätsfragen

Die Standort- und Marktanalyse verspricht Potenzial. Die Stadt selbst wird aber zuvor noch ihr Mobilitätskonzept umsetzen müssen. Die Verkehrssituation in Arbon ist unbefriedigend: Knapp 9'000 Fahrzeuge zwängen sich täglich durch die Altstadt, fast gleich viele passieren die Landquartstrasse als Zubringer zum Autobahnanschluss Arbon Süd.

Mit der überwältigenden Zustimmung an der Urne von über 83 Prozent zur Neuen Linienführung Kantonsstrasse (NLK)

wurde im November 2010 grünes Licht für eine Verkehrslösung gegeben. Mit diesem Ja kann Arbon seine Altstadt und die Quartiere vom Durchgangsverkehr befreien und die Entwicklungsgebiete für neue Nutzungen erschliessen. Gleichzeitig ist

fügbare Landfläche aller grösseren Entwicklungsareale wird insgesamt auf rund 400'000 m² geschätzt. Die Teilflächen konzentrieren sich auf die Gebiete Bahnhof, Seenähe und Stachen. Vier Gebiete sind dabei noch nicht eingezont bzw. gehören



Saurer WerkZwei heute...

die NLK eine Grundlage zur Stärkung des öffentlichen Verkehrs und des Velo- und Fussverkehrs. Die Neue Linienführung Kantonsstrasse schafft also die Voraussetzungen für wichtige Entwicklungsschritte in der ganzen Stadt Arbon. Gleichzeitig entsteht zwischen der Altstadt und einem der drei grossen Entwicklungsareale, dem Saurer WerkZwei, ein neuer Schwerpunkt, eine neue Stadtmitte, die für Wohnen und Arbeiten interessant und attraktiv wird.

Wohnbau- und Arbeitsplatzpotenzial

Nebst dem Saurer WerkZwei sind in Arbon aber einige weitere, zum Teil sehr grosse Entwicklungsgebiete vorhanden. Die ver-

aktuell zur Industrie- oder Landwirtschaftszone.

Wüest & Partner schätzt unter Berücksichtigung aller Entwicklungsgebiete sowie Baulandreserven das Wohnbaupotenzial auf gesamthaft rund 2'100 Wohnungen, was Wohnraum für ca. 4'200 Personen verspricht. Dies sind rund 30 Prozent des aktuellen Wohnbestandes bzw. der heutigen Wohnbevölkerung. Das Potenzial an Geschäftsflächen beläuft sich insgesamt auf rund 140'000 m². Dies entspricht rund 17 Prozent des aktuellen Bestandes an Geschäftsflächen. Das Arbeitsplatzpotenzial wird auf ca. 1'300 bis 1'600 Einheiten geschätzt, was 25 bis 30 Prozent der aktuell in Arbon Beschäftigten ausmacht.



und morgen...

Entwicklungsareale mit Projekten für gemischte Nutzung

Saurer WerkZwei

Das ehemalige WerkZwei des Technologiekonzerns Saurer – heute Oerlikon Saurer Arbon AG – wird schrittweise neuen Nutzungen zugeführt. Mit dem Gestaltungsplan existieren seit 2007 die planungsrechtlichen Grundlagen für die Bebauung der einzelnen Baufelder. Dazu gehört ein Erschliessungsvertrag zwischen der Grundeigentümerin Oerlikon Saurer Arbon und der Stadt Arbon.

Nach erfolgreich abgeschlossener Testplanung liegt zum heutigen Zeitpunkt der Gestaltungsplan für das WerkZwei vor. Für

Investoren und Planer schafft das eine solide Basis auf lange Sicht. Ausgehend von den bestehenden, gezielt modernisierten Strukturen wird mit wenigen, aber klaren Festlegungen eine schrittweise Entwicklung des in variabel nutzbare Baufelder gegliederten Geländes ermöglicht. Mit dem innovativen Gestaltungskonzept kann auf Bedürfnisse des Immobilienmarktes flexibel reagiert und auf Ideen individuell eingegangen werden. Das WerkZwei verspricht Lebensqualität pur und zukunftsweisende Standortvorteile zu überzeugenden Konditionen: für Unternehmer, Gewerbetreibende, Dienstleister, Künstler, Bildungseinrichtungen, Forschungs- und Technologielabors wie auch für Tourismusbetriebe, trendige

Singles, aktive Rentner und kinderreiche Familien.

Wüest & Partner sieht im Areal ein grosses Entwicklungspotenzial. Zumal mit der Neuen Linienführung Kantonsstrasse sowie einer laufenden Entwicklung der Baufelder die Lagequalität des Areals positiv verändert wird. «Dies betrifft vor allem die Kriterien der Erschliessung, der Repräsentativität und der baulichen Umgebungsqualität. Das Potenzial für Neubauten bzw. Umnutzungen wird auf eine Geschossfläche von rund 108'000 m² geschätzt. Das Wohnbaupotenzial durch Neubau und Umnutzung wird auf dem gesamten Saurer WerkZwei auf ca. 440 bis 540 Einheiten kalkuliert, was etwa 950 bis 1'150 Perso-

nen Wohnraum bietet. Zusätzlich verfügt das Areal über ein Potenzial von rund 600 bis 700 Arbeitsplätzen.» Für den Zeitraum der Entwicklung werden 10 bis 15 Jahre gesehen

Zik-Areal (ehemaliges Saurer-Werk 1)

Das alte Saurer-Werk 1 grenzt an die Seerferpromenade, die Iveco Motorenforschung AG und an die historische Arboner Altstadt. Das Areal ist im Besitz der ZIK Immo AG. Ziel dieser Besitzerschaft ist es, auf dem Areal Wohnen, Büros, Gewerbe, Freizeit, Kultur und Gastronomie miteinander zu verbinden und in einen multifunktionalen Rahmen zu bringen. Die alte Liegenschaft erfüllt in idealer Weise die Bedürfnisse des modernen Menschen und entspricht dem Trend, verschiedene Lebensdimensionen miteinander in Verbindung zu bringen. Bei der Schätzung der Anzahl zusätzlicher Arbeitsplätze wird von einem Mix an Büro- und Gewerbenutzungen ausgegangen. Grob wird das Potenzial auf 120 bis 170 Arbeitsplätze eingegrenzt.

Rosengarten

Auf dem Königareal entsteht derzeit die moderne Überbauung Rosengarten mit Einkaufszentrum und rund 74 Wohnungen. Die Neue Linienführung Kantonsstrasse sorgt für die Erschliessung dieses neuen Stadtareals. Läuft weiterhin alles nach Plan, ist die erste Etappe des Rosengartens – der vom Büro Max Dudler Architekten in Zürich entworfen wurde – im Dezember 2011 bezugsbereit. Die Verkaufsflächen sind bereits alle vermietet, unter anderem 3510 m² an den Grossverteiler Migros. ■



Überbauung Rosengarten

Anzeige

Top-Treuhanddienstleistungen.
Korrekt, zügig, ergebnisorientiert.
Ganz auf Ihren Erfolg ausgerichtet.
In gutem Kontakt und gegenseitigem Vertrauen.

Wir freuen uns auf Sie!
Lukas Vogt und Team

addetto[®]
treuhand ag

Löwenschanz 3 · CH-8280 Kreuzlingen
www.addetto.ch · Tel +41 71 677 90 90

Tefkon AG – der richtige Partner

Eine neueste Studie belegt, dass wichtige Unternehmen vermehrt ihre Einkäufe wieder im nahen Umfeld machen wollen. Nur der Partner im gleichen Land garantiert Sicherheit, klare Kommunikation, Kontrolle der Prozesse, grosses Bewusstsein für Qualität und Geschwindigkeit sowie einen hochwertigen Service. Als familiengeführtes Unternehmen mit bewährten und starken Spezialisten, ist die TEFKON AG der richtige Partner.

Die TEFKON AG setzt mit ihren Leistungen den Fokus darauf, sich bei interessanten Kunden mittels messbaren Fakten als Vorzugslieferant zu positionieren. Seit Jahren investiert man gezielt in Fach- und Sachkompetenz. Erst kürzlich hat man ein Kundenaudit einer grossen internationalen Firma erfolgreich bestanden. Das integrierte und moderne Qualitätsmanagementsystem nach ISO 9001 in Verbindung mit einer prozessorientierten ERP-Software überzeugt und garantiert ein hohes Mass an Qualitäts- und Prozesssicherheit. Die TEFKON AG gehört zweifellos zu den führenden Unternehmen der Branche kundenspezifische Kabelkonfektion.

Nachdem das Jahr 2009 das Unternehmen stark gebeutelt hat (Umsatzeinbruch fast 50%) konnte man im Jahr 2010 mit einer deutlichen Umsatzsteigerung wieder 35% gut machen. Dabei hat klar mitgeholfen, dass die TEFKON AG auch in schwierigen Zeiten nicht übermässig Kompetenz und Kapazität abgebaut hat. Damit war genügend Kraft vorhanden, um das grosse Umsatzwachstum 2010 erfolgreich zu bewältigen.

Seit 1952 steht das Firmengebäude am Bahnhof in Bischofszell. 2010 konnte die TEFKON AG nun endlich das 2000m² grosse Grundstück an bester Lage der SBB abkaufen. Damit steht das Firmengebäude erstmals seit über 50 Jahren auf eigenem Boden.

2011 will man den Umsatz weiter steigern, wenn auch nicht im gleichen Ausmass wie im Vorjahr. Neu will man Lösungen im Bereich Faseroptik anbieten. Ein Schritt hin zum «Connection-Solutions-Partner» – von der Einzelader bis zur Baugruppe.

Mögliche Kunden sind in den Bereichen Spektroskopie, Biotechnologie, Medizinal- und Schweisstechnik oder Sensorik tätig.

Für 2012 ist geplant, dass Martin Hauri, der nun seit zehn Jahren in allen Funktionen und Aufgaben im Unternehmen mitgearbeitet hat, die Geschäftsführung übernimmt. ■

Auch zum härtesten Reinheitsgebot der Welt haben wir die passende Druckluft



Alles über unsere ölfreien Kompressoren und deren Alleinstellungsmerkmale erfahren Sie unter:
www.prematic.ch

Wir bieten Ihnen eine der umfangreichsten Produktpaletten im Druckluftmarkt:

- Schraubenkompressoren, ölfrei und öleingespritzt (2,2–500 kW)
- Kolbenkompressoren (0,55–45 kW)
- Druckluft-Aufbereitung
- Energie-Bilanzierungs-Systeme
- Druckluft-Zubehör / Rohrleitungssysteme
- Pneumatik-Zylinder / -Ventile / -Systeme

Für nahezu jeden Anwendungsbereich haben wir eine kundenspezifische Lösung – auch was unseren Service betrifft.

Fordern Sie uns!
www.prematic.ch



prematic
DRUCKLUFT-TECHNIK

Prematic AG
Druckluft-Elemente
und Kompressoren
CH-9556 Affeltrangen

Tel. 071 918 60 60
Fax 071 918 60 40

info@prematic.ch
www.prematic.ch

Investitionen sind ein Dauerthema

Rund 150'000 Liter Milch werden in der Strähl Käse AG in Siegershausen täglich verarbeitet. Daraus entstehen – ebenfalls pro Tag – ca. 15'000 Kilogramm Käse. Und das in höchster Qualität, wie die kürzliche Auszeichnung mit dem «Swiss Cheese Award» belegt. Im Gespräch mit Astrid Holenstein und Peter Strähl, Mitglieder der Geschäftsleitung der Strähl Käse AG.

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

Astrid Holenstein, die Strähl Käse AG behauptet sich seit über einem halben Jahrhundert erfolgreich im Markt. Wo liegt der Schlüssel zum Erfolg?

Astrid Holenstein: Den Grundstein zu unserem Familienunternehmen legte Paul Strähl-Deutsch im Jahr 1935 in der Käserei in Biessenhofen bei Amriswil. Er durchbrach die alten Strukturen, die meisten Käsereien produzierten nämlich damals Ementaler, der von Käsehändlern mit eigenen Kontingenten vertrieben wurde. Paul Strähl-Deutsch hatte die Vision, eine neue Variante eines Halbhartkäses herzustellen. Mit pasteurisierter Milch entwickelte er einen weichteigigen und milden Halbhartkäse. Seine Spürnase gab ihm recht. Motiviert durch seinen ersten Erfolg stellte er neue Kreationen wie z. B. den Valbella-Kümmelkäse her.

1954 baute er dann seine Käserei in Siegershausen. Unterstützt wurde er im neuen Betrieb durch drei seiner vier Kinder. Sie sorgten dafür, dass weitere neue Käsesorten produziert wurden und die Belieferung direkt in die Fachgeschäfte und Molkereien

erfolgte, was für die damaligen Verhältnisse neu war. Noch heute aktiv aus der 2. Generation sind Hans-Peter Strähl als Käsermeister und Doris Holenstein-Strähl, verantwortlich für die Kundenkontakte.

In der 3. Generation sind Peter Strähl und ich verantwortlich für das Familienunternehmen Strähl Käse AG, unterstützt werden wir durch die 2. Generation. Wir sind in den vergangenen Jahren in kleinen Schritten zu einem leistungsfähigen und unabhängigen Unternehmen gewachsen.

Kann man als Schweizer Käserei automatisch auf gewisse Vorschusslorbeeren hoffen?

Peter Strähl: Automatisch geht gar nichts. Schweizer Käse soll ein Garant für gute Qualität sein. Schlussendlich entscheidet jedoch der Markt, ob Preis und Qualität im richtigen Verhältnis sind.

Wie wichtig ist in dieser Branche das «Made in Switzerland»?

Peter Strähl: Die Schweiz ist bekannt als Land mit hohen Ansprüchen an die Milchqualität, Tierhaltung und Produkte-Qualität. Es gibt viele Konsumenten, die in die Schweizer Produktequalität mit Recht mehr Vertrauen haben als in ausländische. Im Export loben wir natürlich «Swiss Made» mit entsprechenden Verpackungsgestaltungen aus. So unterstreichen wir auch visuell unsere Kompetenz und können höhere Produktpreise – solange sie in einem vom Markt akzeptierten Preis-Leistungs-Verhältnis sind – rechtfertigen.

Welche Länder sind die grössten Konkurrenten?

Peter Strähl: Es kommt immer darauf an, um welches Produkt es sich handelt. Beim Naturkäse wie Raclette und Tilsiter sind dies vor allem Österreich, Deutschland und Frankreich. Beim Weichkäse und Fertigfondue werden wir vor allem von Frankreich konkurrenziert.

Und wie sieht es mit der heimischen Konkurrenz aus?

Astrid Holenstein: Der heimische Markt ist permanent in Bewegung. Seit der Liberalisierung der Käsemärkte werden unzählige Käse hergestellt, welche die ursprünglichen Sorten zu Billigpreisen kannibalisieren. Andererseits gibt es kleine, innovative Betriebe, die sehr gute Nischenprodukte auf den Markt bringen. Auch aus den Bergregionen kommen vermehrt Halbhartkäse, die dank lokaler Herkunft ihren Platz in der Käsevitrine finden. Beim Raclettekäse stehen wir im direkten Wettbewerb mit Emmi und Cremo.

Welche Entwicklungen machte das Produkt allgemein in der Vergangenheit durch?

Peter Strähl: Der Käse allgemein wurde zu einer enormen Sortimentsbreite ausgebaut und laufend hin zu noch mehr kulinarischem Erlebnis und Genuss entwickelt. In unserem Betrieb legen wir neben unseren bewährten Produkten wie Tilsiter, Thurgauer Rahmkäse, Echter Thurgauer, Bonaparte, Bonapepe, Farmer und Arenenberger ein starkes Gewicht auf den Raclettekäse, den wir mittlerweile in vier Sorten produzieren. Auch in der Herstellung von Fertigfondue haben wir eine grosse Kompetenz bewiesen.

Die Familiengeschichte

Astrid Holenstein und Peter Strähl sind in der 3. Generation aktiv in der Geschäftsleitung des Familienunternehmens. Unterstützt werden sie durch die 2. Generation mit Hans-Peter Strähl. Er ist Käsermeister wie schon sein Vater Paul und garantiert für die hervorragende Qualität der Käseproduktion. Doris Holenstein-Strähl, die Tochter des Gründers, kümmert sich seit vielen Jahrzehnten um die Kundenkontakte der Strähl Käse AG.



*Peter Strahl und
Astrid Holenstein*



FDP
Die Liberalen

LISTE
4

HAND DRUF!
PETER-SCHUETZ.CH

PETER SCHÜTZ

Politik, auf die man sich verlassen kann.

NATIONALRATSWAHLEN/23. OKTOBER
2x AUF JEDE LISTE

Haben Sie heute mit deutlich mehr Vorschriften zu kämpfen?

Astrid Hostenstein: Ganz sicher – die Anforderungen sind laufend gestiegen, und das Endprodukt muss den Qualitätsanforderungen entsprechen. Auch sind wir nach den gängigen Standards und Audits wie ISO 9001:2008 und IFS zertifiziert, denen man sich jedes Jahr wieder neu stellen muss.

Und wie sieht es mit der ganzen Euro-Problematik aus?

Astrid Hostenstein: Die Situation ist sehr schlecht. Auch ein qualitativ hochstehendes Produkt kann nicht zu jedem Preis verkauft werden. Wie jedes andere Schweizer Unternehmen sind wir mit dieser Währungsproblematik konfrontiert, und eine entsprechende Preis-anpassung ist mit Vorsicht abzuwägen.

Welches sind Ihre wichtigsten Absatzmärkte?

Peter Strähl: An erster Stelle steht bei uns immer noch die Schweiz. Käse in «heisser Form» wie Fertig-Fondue und Raclettekäse wird in die ganze Welt exportiert. Zu den Hauptabnehmern im Ausland zählen jedoch Deutschland, Frankreich, Österreich und die Beneluxländer.

Das Unternehmen wird bereits von der dritten Generation geführt. Was tun Sie anders als Ihre Vorgänger?

Astrid Hostenstein: Um den Entwicklungen in verschiedenen Bereichen gerecht zu werden, verbinden wir unsere grosse Erfahrung kontinuierlich mit neuen Ideen und Technologien. Diverse Arbeitsvorgänge wurden automatisiert, und in der Käsepflege sind modernste Roboter anstelle der Handarbeit im Einsatz.

Wie sieht die Zukunft des Unternehmens aus?

Peter Strähl: Als Familienunternehmen ist die Nachfolge zurzeit gesichert. Das Fundament ist gesund; ein gutes Image muss laufend gelebt und gepflegt werden. Wir streben ein nachhaltiges, kontinuierliches Wachstum an und pflegen die bestehenden partnerschaftlichen Beziehungen mit unserer Kundschaft.

Die Firma wurde laufend ausgebaut. Sind demnächst weitere Investitionen vorgesehen?

Peter Strähl: Investitionen sind ein Dauerthema. Wir sind bei der Entwicklung von neuen Produkten gefordert, und betriebsintern werden mit Investitionen in technische Verbesserungen Produktionsabläufe stetig optimiert. Bei uns steht aber nicht nur Wachstum im Vordergrund, vor allem Produktequalität und Herstellungseffizienz sind im sensiblen Lebensmittelmarkt äusserst wichtig. Es wird laufend in die Optimierung von Qualität und Effizienz investiert, um die Konkurrenzfähigkeit zu erhalten und weiterhin erfolgreich am Markt zu bestehen.



LISTE | 8

Keine Schweiz ohne uns.

Thomas Merz-Abt
Politik mit Weitblick!

CVP

Nationalratswahlen 2011 | www.thomasmerz.ch

Mit unseren Kompressoren sparen Sie einfach und direkt Energie und Geld

2010 erzielten Sie den **1. Platz** in der Kategorie «Raclette» der **Swiss Cheese Awards**. Was bedeutet eine solche Auszeichnung?

Astrid Holenstein: Die Auszeichnung eines Produktes ist eine wohlthuende Bestätigung für uns und unsere Mitarbeiter für den täglichen Einsatz und das grosse Engagement.

Hilft sie auch hinsichtlich der Verkaufszahlen?

Peter Strähl: Sie verbessert das Image vom Raclettekäse und erfreut die bestehende Kundschaft. Gleichzeitig kann eine Medaille natürlich auch die Türe für Neuabnehmer öffnen, was sich dann positiv bei den Verkaufszahlen äussert.

Worauf legen Sie in der Produktion am meisten Wert?

Peter Strähl: Erstens hochstehende Rohstoffqualität aus der Region, zweitens nachhaltige und effiziente Herstellungsprozesse sowie Eigenverantwortung der Mitarbeiter für eine hochstehende und konstante Produktequalität. ■

Eckdaten des Unternehmens

- 1934 Paul Strähl senior startet in einer kleinen Käserei als Pionier von pasteurisierten Tilsitern
- 1954 Bau der Käserei in Siegershausen
- 1967 Gründung der Familien-Aktiengesellschaft
- 1972 Ausbau der Produktionshallen
- 1976 Neubau eines Tilsiterkellers mit der Halle für den Fahrzeugpark
- 1981 Installation einer vollautomatisierten Pflegeanlage
- 1990 Start der Raclette-Produktion
- 1992 Erneuerung der Tilsiter-Produktionslinie
- 1994 Installation der neuen Produktionslinie für Raclette
- 1994 Erste Bauetappe der Raclette-Lager und Verpackungerei
- 1997 Lancierung des Bonaparte Rahmweichkäse
- 1998 Zweite Bauetappe der Raclette-Lagerkapazitäten
- 2000 Installation der 2. Produktionslinie für Raclette
- 2001 Dritte Bauetappe der Raclettelagerung und Lagerhalle
- 2003 Ausbau des Produktionsraumes für Raclette
- 2003 Osmose-Anlage zur Herstellung von Molkekonzentrat
- 2003 Übernahme des Schmelzkäsewerkes in Bürglen
- 2004 Ausbau des Schmelzkäsewerkes in Bürglen
- 2005 Neubau des Molkelagers
- 2006 Anbau der grossen CIP-Reinigungsanlage
- 2007 Installation der dritten Raclette-Produktionslinie
- 2008 Zentrale Eiswasser- und Kühlanlage
- 2009 Erstellung des neuen Raclettelagers mit Robotertechnologie
- 2010 1. Platz in der Kategorie «Raclette» der Swiss Cheese Awards
- 2010



Wie unsere drehzahleregelten Kompressoren Ihre Stromkosten senken, erfahren Sie unter: www.prematic.ch

Wir bieten Ihnen eine der umfangreichsten Produktpaletten im Druckluftmarkt:

- Schraubenkompressoren, ölfrei und öleingespritzt (2,2–500 kW)
- Kolbenkompressoren (0,55–45 kW)
- Druckluft-Aufbereitung
- Energie-Bilanzierungs-Systeme
- Druckluft-Zubehör / Rohrleitungssysteme
- Pneumatik-Zylinder / -Ventile / -Systeme

Für nahezu jeden Anwendungsbereich haben wir eine kundenspezifische Lösung – auch was unseren Service betrifft.

Fordern Sie uns!
www.prematic.ch



prematic
DRUCKLUFT-TECHNIK

Prematic AG
Druckluft-Elemente
und Kompressoren
CH-9556 Affeltrangen

Tel. 071 918 60 60
Fax 071 918 60 40

info@prematic.ch
www.prematic.ch

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

K  N N E X T R A

Partner für Führungskräfte und Spezialisten

KONNEXTRA · Rathausplatz 4 · CH-8501 Frauenfeld 1
Tel. +41 (0)52 721 40 81 · Fax +41 (0)52 721 40 82
konrad.wohlich@konnextra.ch · www.konnextra.ch

LARAG
MORE THAN TRUCKS



Mercedes-Benz

UNIMOG



Wir halten Sie in Bewegung



LARAG – MORE THAN TRUCKS

www.larag.com

Wil 071 929 32 32

St.Gallen 071 282 90 50

Neftenbach 052 304 40 40

Erfolg
im Koffer...

**GEWERBE
THURGAU**

www.tgv.ch

Erfolgreiche Schweiz

Die Schweiz hat sich in den letzten Jahren erfolgreich im globalen Standortwettbewerb positioniert. Dazu beigetragen haben die geringe Steuerlast und ein flexibler Arbeitsmarkt, aber auch weiche Faktoren wie die politische Stabilität, gesunde Staatsfinanzen, die hohe Lebensqualität und die Mehrsprachigkeit. Den Erfolg verdankt die Schweiz aber auch der Personenfreizügigkeit mit der EU: Der erleichterte Zugang zu Fachkräften aus dem EU-Raum hat das Wachstum der Schweizer Wirtschaft gestärkt. Die Beschäftigung in der Schweiz hat in den letzten fünf Jahren um 277'000 Arbeitsplätze zugenommen.

Eine Kündigung der Personenfreizügigkeit steht für mich deshalb nicht zur Diskussion. Eine Kündigung hätte nämlich zur Folge, dass auch die anderen Abkommen der Bilateralen I hinfällig würden. In Anbetracht der hohen Bedeutung dieser Abkommen wäre der potenzielle wirtschaftliche Schaden sehr hoch. Die Standortattraktivität der Schweiz würde erheblich sinken, viele Unternehmen würden eine Verlegung ins Ausland ernsthaft prüfen.

Missbräuche bekämpfen

Ich bin mir bewusst, dass es im Bereich der Personenfreizügigkeit auch Probleme gibt. Zu lösen gilt es vordringlich die Probleme beim Lohndumping. Um Erwerbstätige vor der missbräuchlichen Unterschreitung der in der Schweiz geltenden Lohn- und Arbeitsbedingungen zu schützen, wurden parallel zur Personenfreizügigkeit die flankierenden Massnahmen eingeführt. Diese haben sich insgesamt bewährt. Dennoch gibt es in sensiblen Branchen wie dem Bau- oder Baunebengewerbe, im Gastgewerbe oder bei den Hausangestellten Lohnunterschreitungen. Deshalb muss die Kontrolltätigkeit weiter erhöht werden. Zudem ist eine Verschärfung der Strafen zwingend. Es braucht hohe Bussen für Arbeitgebende, die die orts- und branchenüblichen Löhne unterbieten.

Ein weiteres Problem sind die Scheinselbstständigen aus der EU. Diese geben sich als Selbstständige aus, sind in Wahrheit aber von einem europäischen Unternehmen angestellt. So können die Mindestlöhne umgangen werden. Auch in diesem Bereich müssen rigorose Kontrollen stattfinden und wirksame Sanktionen erfolgen. Selbstständig Erwerbende aus den EU/EFTA-Staaten



Brigitte Häberli

müssen den Nachweis erbringen, dass sie wirklich selbstständig sind (Handelsregistereintrag, Bezahlungen von Sozialbeiträgen etc.). Zur Kontrolle von Selbstständigen und entsandten Arbeitskräften ist es deshalb essenziell, dass die 8-Tage-Regelung in Kraft bleibt. Dabei müssen entsandte Arbeitnehmer und Selbstständige 8 Tage im Voraus via Onlineplattform im entsprechenden Kanton angemeldet werden.

Zuwanderung als Massstab unseres Erfolges

Natürlich müssen auch die Probleme in den Bereichen Verkehr und Wohnungsmarkt gelöst werden. Vergessen wir aber nicht, dass diese mitunter von unserem steigenden Bedürfnis nach Mobilität und Wohnraum abhängen. Einfach den Ausländern das Problem in die Schuhe zu schieben, ist zu einfach. Heute leben über 1.7 Mio. Ausländerinnen und Ausländer in der Schweiz. Davon stammen rund 64% aus einem EU/EFTA-Staat. Diese Ein-

wanderer sind häufig gut qualifiziert, der Anteil mit tertiärem Bildungsabschluss ist mit 51% überdurchschnittlich hoch. Gleichzeitig ist die Erwerbsquote unter den Einwanderern aus den EU/EFTA-Staaten hoch und die Arbeitslosenquote vergleichsweise tief. Mit ihrer hohen Bildung und Erwerbsquote tragen die Zuwanderer zur Sicherung der Sozialwerke (AHV) bei und entschärfen so die demografische Entwicklung.

Wer die Personenfreizügigkeit bekämpft, lässt ausser Acht, dass die Schweiz auf qualifizierte Einwanderer angewiesen ist, dass die ausländischen Arbeitskräfte überproportional viel in den Staatshaushalt und die Sozialwerke einzahlen und dass die Personenfreizügigkeit ein Teil unserer Wettbewerbsfähigkeit ist – denn die Zuwanderung widerspiegelt die Attraktivität und den Erfolg unseres Landes.

Brigitte Häberli
CVP-Nationalrätin, Bichelsee

BDP trumps hart, aber herzlich.

Regula Marti-Bachmann und Martin Huber vertreten eine zukunftsorientierte Politik.

Sie setzen auf Eigenverantwortung und Engagement: Regula Marti-Bachmann und Martin Huber sind Unternehmer, die sich den Herausforderungen der heutigen Zeit selbstbewusst stellen. Auch politisch. Sie vertreten sowohl im Thurgau als auch in Bern die Anliegen des Gewerbes, der KMU und einer innovativen Landwirtschaft.

Erfolgreiche Unternehmerin mit Herz

Sie – die kreative Multimedia-Unternehmerin und Mutter von drei inzwischen erwachsenen Söhnen bringt es auf den Punkt: «Für gute, zukunftsorientierte Lösungen braucht es Wissen, Weitsicht und Kreativität.» Regula Marti-Bachmann ist mit ihrer

TV- und Videoproduktionsunternehmung international tätig und verfügt über ein beachtliches Netzwerk in Wirtschaft und

Politik. Daneben gilt ihr Engagement einer wieder bezahlbaren, gesamtheitlichen Gesundheitspolitik.

Engagierter Allrounder mit Weitblick

Er – der vielseitige Direktor des Bildungs- und Beratungszentrums Arenenberg kennt jeden Winkel des Kantons. Mit den Themen der Wirtschaft und der Raumplanung

rufsbildung, einen dynamischen Tourismus und eine starke regionale Ernährungswirtschaft. Dazu meint er: «Mein direkter Bezug zur praktischen Landwirtschaft gewährleistet mir den Blick für das Machbare, auch in der Politik.»

Gemeinsam kandidieren Regula Marti-Bachmann und Martin Huber als Neue Kräfte auf der Liste 5 der Bürgerlich-Demokratischen Partei,

BDP Thurgau. Sie machen sich stark für moderne, demokratische Werte und eine selbstbewusste, positive Politik. Kompetenz aus dem Thurgau für den Thurgau.

Nähere Informationen zu den Nationalratskandidaten der BDP Thurgau

sind ersichtlich unter www.bdp-tg.info sowie unter www.martin-huber-thurgau.ch und www.regulamarti.ch



Kraftvoll in die Nationalratswahlen. Die BDP Thurgau präsentiert mit Regula Marti-Bachmann und Martin Huber zwei starke Kandidaten.

im ländlich geprägten Thurgau ist Martin Huber bestens vertraut. Sein Herz schlägt zudem für eine handlungsorientierte Be-

Anzeige

DIE NEUE KRAFT

BDP

www.martin-huber-thurgau.ch

www.regulamarti.ch

Für eine wirtschaftsnahe Delegation in Bern

Die Industrie- und Handelskammer (IHK) Thurgau unterstützt bei den National- und Ständeratswahlen vom 23. Oktober 2011 acht wirtschaftsnahe Kandidatinnen und Kandidaten.

Für die Wahl in den Ständerat empfiehlt die Kammer Roland Eberle (SVP) mit langjährigen Erfahrungen als Unternehmensleiter und Regierungsrat sowie den Weinfelder Gemeindeammann und Kantonsrat Max Vögeli (FDP). Erfreulicherweise stellen sich für die Wahl in den Nationalrat drei bewährte Thurgauer Unternehmer aus den IHK-Reihen zur Verfügung. Es handelt sich um Nationalrat Peter Spuhler (SVP), amtierendes IHK-Vorstandsmitglied, Hermann Hess (FDP) und Peter Schütz (FDP), beide ehemalige IHK-Vorstandsmitglieder. Die IHK-Wahlempfehlung umfasst weiter die bisherige CVP-Nationalrätin Brigitte Häberli und den bisherigen SVP-Nationalrat Hansjörg Walter. Ebenfalls zur Wahl empfohlen wird Brenda Mäder (FDP). Diese Wahlempfehlungen hat der Vorstand der Kammer beschlossen.

Der Kanton Thurgau war in den vergangenen vier Jahren mit einer aussergewöhnlich starken Delegation in Bern vertreten. Nach den Rücktritten der beiden Ständeräte Dr. Hermann Bürgi und Dr. Philipp Stähelin sowie der Nationalräte Dr. J. Alexander Baumann und Werner Messmer kommt es zu einer bedeutenden Erneuerung. Es gilt, wiederum überzeugende Persönlichkeiten nach Bern zu delegieren. In den kommenden Jahren stehen Entscheide mit einer grossen Bedeutung für die Wirtschaft und damit den Wohlstand in unserem Land an. ■



Peter Spuhler wird von der IHK unterstützt

Hermann Hess in den Nationalrat Für einen starken Thurgau.

Als unabhängiger Unternehmer steht Hermann Hess ein für

- › ein KMU-freundliches Umfeld mit attraktiven Steuerbedingungen, welches Arbeitsplätze schafft und unsere Sozialwerke sichert
- › die konsequente Weiterführung des bilateralen Erfolgswegs und des freien Personenverkehrs – ohne EU-Beitritt
- › einen offenen und unbürokratischen Wettbewerb, der Leistung fördert und Wohlstand für alle bringt

www.hermann-hess.ch

2x auf jede Liste



«Wir generieren einen Rückenwind
der unseren Kunden spürbare Vorteile bringt!»

Ralph Nater, Geschäftsführer

Ihr Rückenwind![®]

IVECO

NATER
NUTZFAHRZEUGE

BOX X
NUTZFAHRZEUGE AG



Staad ▪ Gossau ▪ Müllheim www.ihrrueckenwind.ch

Verkauf und Service von IVECO und Fiat Professional Nutzfahrzeugen in der Ostschweiz

www.ihrrueckenwind.ch

Gut verzahnt zum Erfolg

Networking pur by
Industrie- und Handelskammer Thurgau
Schmidstrasse 9, 8570 Weinfelden
Telefon 071 622 19 19, Fax 071 622 62 57
info@ihk-thurgau.ch
www.ihk-thurgau.ch

IHK INDUSTRIE- UND
HANDELSKAMMER
THURGAU

«Der Freisinn darf mehr wagen»

Brenda Mäder ist Präsidentin der Jungfreisinnigen Schweiz, Mitglied der Parteileitung der FDP Schweiz und der FDP Thurgau – und sie will im Herbst in den Nationalrat gewählt werden. Und das alles mit 25 Jahren. Ein Interview mit der Politikerin aus Weinfelden.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: Bodo Rüedi

Brenda Mäder, ein Wahlkampf kostet Zeit und Geld. Wieso tut man sich das im jugendlichen Alter von 25 an?

Ein Wahlkampf bedeutet auch Spannung, neue Erfahrungen und die Möglichkeit, politische Statements prominent zu platzieren. Der Aufwand, der zu betreiben ist sowie was persönlich gelernt werden kann, existiert unabhängig vom Alter. Bisher habe ich vor allem sehr interessante Persönlichkeiten im Wahlkampf kennengelernt und Freude daran, den Wahlkampf voranzutreiben.

Wann wurde bei Ihnen das Interesse für die Politik geweckt?

Politisch interessiert war ich schon früh und schaute auch früh die «Arena». Ein Schlüsselerlebnis war eine Diskussion, an der Marianne Dürst teilnahm. In der Diskussion wurde hart ausgeteilt und die Politiker führen sich persönlich an den Karren – ausser Dürst, sie überzeugte mit sachlichen, klaren Argumenten und einem fairen Diskussionsstil. Da dachte ich: «Das müsste man können» und war auch weiterhin fasziniert von den Diskussionen, in denen die guten Argumente und nicht die lauten Schreihälse gewinnen.

Nicht selten fühlen sich die Jugendlichen zur linken Politik hingezogen. War das bei Ihnen nie der Fall?

Wahrscheinlich war ich selten beim Mainstream dabei. Die linke Politik war mir schon früh viel zu diffus und unberechenbar. Wettbewerb und Eigenverantwortung begrüsse ich von je her. Aber die jüngeren, bürgerlichen Politiker sind alles andere als eine unbedeutende Minderheit: Wenn ich mir die Jungparteien anschau, sind die Jungfreisinnigen in Sachen Mitgliederzahl vorne mit dabei, die JSVP ist von den Mitgliederzahlen her die grösste Jungpartei.

Brenda Mäder:

«Die linke Politik war mir schon früh viel zu diffus und unberechenbar»



1000 Möglichkeiten für die optimale Raumnutzung



Fami – Werkstattausstattung und Lagersysteme

Ordnung, Sauberkeit und Platzersparnis: Einrichtungen für die Industrie und Arbeitsplätze für Logistik und Vertrieb. So leisten Sie Ihre Arbeit tagtäglich zeitsparend und ergonomisch.

StoreVan – Fahrzeugeinrichtungen nach Mass

Mobile Werkstatt mit guten Ideen und massgeschneiderten Lösungen: flexible, modulare Systeme für alle Fahrzeugtypen, individuelle Ausstattungen für jeden Bedarf und eine grosse Auswahl an Zubehör.

Qualität und Service für Betriebs-, Lager- und Fahrzeugeinrichtungen

FAMI AG Betriebs-, Lager- und Fahrzeugeinrichtungen

CH-8573 Siegershausen • Tel. 071 699 19 14 • Fax 071 699 19 12 • info@fami-ag.ch • www.fami-ag.ch

Gerade erfolgsversprechend sind die Aussichten der Freisinnigen aber nicht. Mit welchen Mitteln könnte das Ruder noch herumgerissen werden?

Als Präsidentin der Jungfreisinnigen präge ich mit meiner Partei eine Politik mit klaren Aussagen und griffigen politischen Instrumenten. So haben etwa die Jungfreisinnigen massgeblich das Referendum gegen die Buchpreisbindung mitinitiiert, das Thema seit langem beackert und sind ein Risiko eingegangen, als es tatsächlich darum ging, das Referendum zu ergreifen. Der Freisinn darf mehr wagen: Einen Punkt machen, ein Risiko in Kauf nehmen, das etwa das eher aggressive Instrument des Referendums in sich birgt.

Wo setzen Sie persönlich die Schwerpunkte?

Für den Wahlkampf habe ich drei Schwerpunkte gewählt: 1. Mehr Freiheit – weniger Bevormundung. In der Schweiz entstehen jährlich über 900 neue Gesetze. Durch immer neue Verbote, Gesetze und Regulierungen werden wir immer mehr bevormundet und verlieren täglich ein Stück Freiheit. – Das Motto scheint zu sein «Je mehr Verbote, desto besser». Zu viel ist zu viel; nicht der Staat, sondern wir müssen selbst über unser Leben bestimmen können. 2. Wirtschaft und Wettbewerb – mehr Arbeitsplätze. Dank Wettbewerb und Freiräumen für Innovation wächst die Schweizer Wirtschaft und kann Arbeitsplätze bieten. Aktuell bestehen Tendenzen, der Wirtschaft enge Rahmenbedingungen zu setzen: Preisbindungen und Subventionen sind Mittel, die Gift sind für eine Wirtschaft mit Zukunft. Die Arbeitsplätze müssen auch besetzt und die Waren verkauft werden können: Hier bin ich klar für den bilateralen Weg, der aktuell arg unter Beschuss kommt.

Und der dritte Punkt?

Politik für die Zukunft – sichere Sozialwerke. Auch die kommenden Generationen sollen einmal eine AHV erhalten. Sozialwerke, die auch für die kommenden Generationen ihren Zweck erfüllen und nicht zur Schuldenfalle werden, sind mir

ein Anliegen. Auch hier wäre es möglich, mit mehr Wettbewerb einiges zu erreichen. Schliesslich liegen über 700 Milliarden bei den Pensionskassen, aber die Arbeitnehmer dürfen nicht über ihr eigenes Geld bestimmen. Die Reformen müssen sehr zügig in Angriff genommen werden.

Werden Sie als Jungfreisinnige den Wahlkampf frecher gestalten können als die anderen Kandidatinnen und Kandidaten?

Ich bin unabhängig in meiner Politik und kann meine eigenen Schwerpunkte setzen. Die Politik der Jungfreisinnigen Schweiz hängt zudem stark mit meiner Person zusammen. Das kann durchaus ein Vorteil sein. Ansonsten nutze ich die Neuen Medien intensiver als andere Kandidaten. Das hängt nicht alleine mit dem Wahlkampf zusammen: Seit über zwei Jahren blogge ich und schreibe, was mich politisch bewegt. Auf Twitter und Facebook kann mein Politleben 1:1 verfolgt werden und ich führe intensive Diskussionen auf weiteren Social-Media-Kanälen, beispielsweise politnetz.ch. Das Internet ist klar ein neuer politischer Raum, den es zu besetzen gilt! Entsprechend werde ich auch im Wahlkampf weiter im Web diskutieren und werben. Daneben setze ich stark auf Strassenwahlkampf: Standaktionen, Servieren im Restaurant oder an Anlässen. Die Jungfreisinnigen organisieren zudem eigene Wahlkampfpartys; bei mir sind dies kleinere Anlässe. Alles, was im Wahlkampf auf der Strasse läuft, kann auf der Homepage «mybrenda.ch» mitverfolgt werden – eine Website, die immer berichtet, wo das Wahlteam und meine Person gerade unterwegs sind.

Braucht es mehr junge Politikerinnen und Politiker in Bern?

Ganz klar: ja! Als «jung» bezeichne ich Politiker beziehungsweise Nationalräte unter 35. Wer die Altersstruktur im Parlament betrachtet, sieht schnell, dass die Bevölkerungsgruppe «U35» klar untervertreten ist.

Braucht es mehr Frauen in Bern?

Wenn wiederum der Geschlechtermix im Parlament mit der Bevölkerungsstruktur

verglichen wird, sind auch die Frauen untervertreten.

Brauchen wir eine Quotenregelung für die genannten Bereiche?

Quoten finde ich sehr gefährlich und ich spreche mich gegen Jungen-, Frauen- und andere Quoten aus. Als gewählte Nationalrätin möchte ich nicht als «Quotenfrau» von Anfang an eine Zwei auf dem Rücken tragen müssen. Einige herausragende Nationalrätinnen haben die Wahl ohne Quoten geschafft und sich sehr gut behauptet. Es liegt an den Parteien, die jeweiligen Kandidaten zu portieren und prominent auf der Liste zu platzieren – und an den Kandidaten, sich um die Plätze zu bemühen. Als Stimmbürger möchte ich ebenfalls keine Quotenvorschriften berücksichtigen müssen, sondern frei wählen können.

Welches Ziel haben Sie sich gesetzt? Wann sprechen Sie von einem erfolgreichen Resultat?

Die Liste hat ein klares Ziel: Die FDP Thurgau hat den Sitz von Werner Messmer neu zu besetzen, daran wird auch der Erfolg gemessen. Wir müssen in erster Linie diesen Sitz halten; wer von den sechs Kandidaten das Rennen macht, ist schwer zu sagen.

Und welches sind längerfristig Ihre politischen Ziele?

Wir brauchen mehr Freiheit, weniger Bevormundung durch den Staat, mehr Wettbewerb und müssen an die kommenden Generationen denken. Für solche Werte einzustehen und wo immer möglich in einem Bereich direkt mit politischen Mitteln umzusetzen – sei es bei einer Vorlage wie der Buchpreisbindung, der langfristigen Sicherung der Altersvorsorge oder der aufkommenden Verbotskultur im Allgemeinen –, dies alles füllt problemlos mehr als ein Politikerleben. ■

Unmögliches möglich machen

Um das Thema Euro-/Dollar-Schwäche kommt in den letzten Wochen kaum jemand herum. Auch nicht das Spezialmechanik-Unternehmen ALWO-SMA aus Amriswil. Der LEADER im Gespräch mit Geschäftsführer Paul Hafner und Verkaufsleiter Bruno Romagnoli zu diesem und andern aktuellen Themen.



Interview: Daniela Winkler

Bild: Bodo Ruedi

Paul Hafner, Bruno Romagnoli, nachdem die Wirtschaftslage in den Krisenjahren 2008/2009 stark gelitten hat, wird die Schweizer Wirtschaft mit dem nächsten Problem konfrontiert – dem starken Schweizer Franken respektive dem schwachen Euro-/Dollar-Kurs. Welche Auswirkungen zeigt diese Problematik bei Ihnen?

Bruno Romagnoli: Unsere Kunden sind hauptsächlich Schweizer Unternehmen, aber diese verkaufen ins Ausland. Daher sind wir indirekt auch betroffen, und der tiefe Euro-Kurs tangiert uns ebenso stark wie die schlechte Wirtschaftslage in Europa und der USA. Es hat sich ein harter Preiskampf entwickelt.

Paul Hafner:

«Wir sind Thurgauer und bleiben im Thurgau.»

Paul Hafner: Nahezu jedes unserer Produkte wird über den Schweizer Abnehmer ins Ausland verkauft. Um bei der Projektvergabe mitreden zu können, müssen die Angebote enorm eng gerechnet werden. Nur so besteht heute überhaupt noch die Möglichkeit, Aufträge platzieren zu können und uns gegen Mitbewerber aus dem Ausland zu behaupten. Unser Vorteil sind die Qualität und Flexibilität bei komplexen Produkten, die den Preisunterschied rechtfertigen.

Ihre Kunden sind in der Schweiz ansässige Unternehmen. Aus welchen Branchen setzen sie sich zusammen?

Bruno Romagnoli: Unsere Leader sind im Anlagebau und Schienenfahrzeugbau tätig. Ein weiterer Teil unserer Aufträge erfolgt im Automotiv-Bereich und in der Energietechnik. In diesem Markt, speziell im Bereich erneuerbare Energien, möchten wir in Zukunft noch vermehrt akquirieren und diese Aufträge forcieren.

Für diese Unternehmer arbeiten Sie als Lohnunternehmen. Wäre es nicht interessant, ein eigenes Produkt zu entwickeln?

Paul Hafner: Wir diskutieren regelmässig über Ideen für ein eigenes Produkt, aber das genau Richtige haben wir bis jetzt noch nicht gefunden – oder hatten noch nicht den Mut zur Umsetzung. Denn es gibt gewisse Punkte, die beachtet werden müssen. Ein eigenes Produkt klingt immer verlockend, aber die ganze Entwicklung von der Prototypenherstellung bis zu den Verkaufs- und Marketingmassnahmen ist ein grosser Kraftakt und mit vielen Kosten und Risiken verbunden.

Bruno Romagnoli: Es ist ganz klar eine Preisfrage. Es braucht eine «Kampfkasse». Und in der heutigen schwierigen Zeit wird unsere «Kampfkasse» für Zwingenderes benötigt. Die Lancierung eines eigenen Produktes ist aber sicherlich etwas, das wir nie ganz aus den Augen verlieren werden.

Wie der Begriff «Kampfkasse» sagt, stellt man sich der Herausforderung der schlechten Wirtschaftslage und rüstet sich für die Zukunft?

Paul Hafner: Wir sind von der Krise nicht verschont geblieben. Die Jahre 2009/10 waren ein Kampf ums Überleben. Das Auftragsvolumen ist von heute auf morgen zusammengebrochen. Die Zukunft war ungewiss, um den Erhalt der Arbeitsplätze mussten wir kämpfen. Wir wurden zum Umdenken gezwungen und konnten aus der Krise auch Positives mitnehmen. Dazu zählen Überlegungen, wie Produkte innovativer, rationeller und mutiger herzustellen sind. Es hat uns Chancen aufgezeigt, die wir heute zu nutzen wissen. Weitere Massnahmen gehen dahin, unsere Mitarbeiter flexibler und polyvalent einzusetzen, da einige

unserer Abteilungen sehr volatil ausgelastet sind. Das setzt selbstverständlich eine sehr gute Ausbildung in den unterschiedlichen Technologiebereichen wie eine hohe Bereitschaft der Mitarbeiter voraus. Einher geht auch, bei den Mitarbeitern das interne Unternehmertum zu fördern, damit sie ihr Kostenbewusstsein stetig verbessern und noch mehr die Interessen wie auch Erwartungen des Kunden in den Vordergrund stellen.

Bruno Romagnoli: Ein Drache braucht Gegenwind, bis er steigt. Dieses Bild veranschaulicht für mich besonders gut das «Positive» an Krisen. Manchmal braucht es eine Krise, um aus der Bequemlichkeit, der Normalität auszubrechen und Neues umzusetzen. Denn Innovation zu betreiben ohne Druck ist meist schwierig – oder ein anderer ist schlicht schneller.

Bruno Romagnoli:

«Ein Drache braucht Gegenwind, bis er steigt. So ist es meist auch mit dem Innovationsgeist in Unternehmen.»

Ihr Slogan heisst: «Das Spezielle ist unser Alltag» ...

Bruno Romagnoli: Wir suchen die Herausforderung, in Aufträgen, die uns herausfordern. Auch auf den ersten Blick Unmögliches wird bei uns andiskutiert und durchstudiert, bis wir eine Lösung gefunden haben. Wir picken gerne das Spezielle heraus, an das sich andere nicht trauen. Denn Unmögliches möglich machen – daran wächst man.

Und wie finden Sie diese speziellen Aufträge?

Bruno Romagnoli: Die Bekanntheit unseres Unternehmens und das Vertrauen, dass wir die Richtigen sind, öffnen da einige Türen. ALWO-SMA ist 50 Jahre auf dem Markt, hat einen Namen und kann entsprechende Referenzen vorweisen. Das allein ist aber noch kein Garant. Die Beratung vor Ort und die offene, faire Kommunikation sind ausschlaggebend. Aber in der momentanen wirtschaftlichen Lage werden weni-

ger Projekte realisiert und noch weniger gelangen in die Schweiz, sondern werden im Ausland vergeben.

Ins Ausland zu gehen wäre keine Option?

Paul Hafner: Nein. Wir sind Thurgauer und bleiben im Thurgau.

Die Zukunft von ALWO-SMA beginnt also im Thurgau. Was sind die vorrangigen Ziele?

Bruno Romagnoli: Das primäre Ziel ist, die rund 40 Arbeitsplätze hier im Thurgau zu erhalten. Dazu zählen auch die Lehrlingsausbildungsplätze. An diesen halten wir auch in Zukunft fest. Die Lehrlingsausbildung ist ein wichtiger Aspekt für die Jugend und für die Zukunft der ALWO-SMA. Aber auch Investitionen in den Maschinenpark sind ein Thema. Hier sind bereits konkrete Evaluationen im Gang.

Paul Hafner: Als oberstes Ziel sehen wir hierbei nicht, ausschliesslich Wachstum zu generieren, sondern vor allem noch fitter und konkurrenzfähiger zu werden. Natürlich sagen wir zu Erweiterungen nicht Nein. Wir werden trotz aller Marktschwierigkeiten vorwärtsgehen und die Situation weiter als Chance nutzen. ■

ALWO-SMA

Spezialmechanik Amriswil AG

Seit der Gründung 1960 hat sich die ALWO-SMA dank ihrer Flexibilität und Zuverlässigkeit auf dem Gebiet der Spezialmechanik einen Namen geschaffen und zur heutigen Grösse entwickelt. Zu ihren Spezialgebieten gehören Schweisskonstruktionen, Profilbiegen, Umformtechnik und die mechanische Bearbeitung – auf Kundenwunsch massgeschneidert und alles aus einer Hand, bis hin zur Oberflächenbehandlung und Montage.

ALWO-SMA AG
Buchenhölzlistr. 10
CH-8580 Amriswil

Tel. +41(0)71 414 41 41
Fax +41(0)71 414 41 40

www.alwo-sma.ch
info@alwo-sma.ch

«Hier habe ich meine Zweifel»

Politische Ämter sind nicht planbar. Dieser Meinung ist Kurt Baumann, Gemeindeammann von Sirnach und SVP-Nationalratskandidat. Im Interview spricht er über seine Chancen, gewählt zu werden, über die Volkswahl des Bundesrates und das Potenzial der SVP im Thurgau.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg.

Kurt Baumann, welche thematischen Schwerpunkte werden Sie in Ihrem Wahlkampf setzen?

Zu den Schwerpunkten meiner politischen Arbeit gehören gesunde Finanzen und ein bezahlbarer Staat. Eine vernünftige Raumplanung, die nicht nur einseitige Interessen berücksichtigt und dem Land eine gewisse Entwicklung ermöglicht, ist mir wichtig. Als langjähriger Gemeindepolitiker kenne ich die Anliegen der Bevölkerung. Gesetze und Reglemente auf allen Stufen müssen umsetzbar und bürgerfreundlich sein. Glaubwürdigkeit und Integrität, klar und hart in der Sache, aber fair im Umgang – das ist mein Credo, ganz nach meinem Wahlslogan «Verlass dich drauf».

Die SVP tritt im Thurgau mit den zwei Bisherigen, Peter Spuhler und Hansjörg Walter, an. Es gilt in erster Linie, den Sitz des zurückgetretenen J. Alexander Baumann zu verteidigen. Wie hoch schätzen Sie Ihre Chancen auf diesen Sitz ein?

Unter dem Motto «Flagge zeigen» treten auf Liste 13 der SVP Thurgau sechs starke, fähige und kompetente Persönlichkeiten zu den Nationalratswahlen an. Ich verstehe meine Kandidatur als Teamwork, dabei sehe ich für alle Kandidaten die Chancen als intakt.

Wann sprechen Sie persönlich von einem erfolgreichen Resultat?

Unser Ziel ist der Erhalt unserer bisherigen drei Sitze. Wenn uns dies gelingt, sind die Wahlen für uns erfolgreich. In meiner bisherigen politischen Tätigkeit bin ich schon

etliche Male zu einer Wahl angetreten. Ich tat dies immer mit dem Ziel, die Wahl zu gewinnen.

Liegt allenfalls für die SVP gar ein vierter Sitz drin?

Wie schon erwähnt, wollen wir unsere drei Sitze verteidigen und unseren hervorragenden Kandidaten Roland Eberle in den Ständerat bringen. Alles andere ist Kaffeesatzlesen.

Die SVP des Kantons Thurgau gilt im Vergleich zu anderen Kantonen als gemässigt. Würden Sie diese Aussage so unterzeichnen?

Ich fühle mich sehr wohl in der SVP Thurgau. Natürlich stelle auch ich fest, dass es Unterschiede gibt im Vergleich unter den kantonalen Parteien. Das darf sein und es entspricht ganz dem föderalen System in unserem Land. Jede Landesgegend hat doch ihre Eigenheiten und ist belebt von Menschen mit unterschiedlichem Temperament. So ist es auch in einer schweizerischen Partei.

Sind Sie für eine Volkswahl des Bundesrates?

Hier habe ich meine Zweifel. Das bisherige System der Konkordanz und der Wahl durch die Vereinigte Bundesversammlung hat sich meiner Meinung bis auf die jüngsten Ausnahmen bewährt. Wenn die Konkordanz durch alle Parteien echt gelebt wird, braucht es keine Volkswahl. Sollte die Konkordanz nicht mehr funktionieren, wäre als Alternative dazu auch das Konkur-

renzsystem Regierungsparteien und Opposition zu prüfen.

Welches Zeugnis stellen Sie dem derzeitigen Gesamtbundesrat aus?

Diesen erlebe ich auch meiner heutigen Position heraus als zu wenig geschlossenes Gremium. Als Exekutivbehörde müssten die einzelnen Mitglieder sich besser an das Kollegialitätsprinzip halten. Nach meinen Beobachtungen herrscht zu wenig Vertrauen unter den einzelnen Mitgliedern. Dies ist aber mein persönlicher Eindruck, ohne diesen mit Fakten belegen zu können.

Sollten Sie gewählt werden: Welchen Einfluss hätte das auf Ihre Tätigkeit als Gemeindeammann?

Der Nationalrat ist ein Milizparlament. Meine heutige Tätigkeit als Gemeindeammann will ich im Falle einer Wahl auf jeden Fall weiterführen. Mit organisatorischer Anpassung in unserer Behörde und auf der Verwaltung wären beide Ämter problemlos zu bewältigen.

Wie sehen Ihre weiteren politischen Ambitionen aus?

Ich freue mich über die Nomination meiner Partei für die kommenden Nationalratswahlen. Ich konzentriere mich nun voll auf diese Wahlen. Im Übrigen übe ich mein Amt als Gemeindeammann mit grosser Freude aus. Ich bin im Februar dieses Jahres mit einem Glanzresultat wieder für vier weitere Jahre gewählt worden. Politische Ämter sind nicht planbar. ■



Kurt Baumann:

*«Ich verstehe meine Kandidatur
als Teamwork, dabei sehe
ich für alle Kandidaten die
Chancen als intakt.»*



Bis Sie als KMU mit Ihrem Finanzpartner
rundum zufrieden sind.

Gut fürs Geschäft: UBS steht Ihrem Unternehmen bei allen finanziellen Herausforderungen als starker Partner zur Seite.

Wir kennen Ihr Geschäft und verstehen Ihre Bedürfnisse. Passend dazu finden Sie bei uns Finanzlösungen, die sich nicht nur durch eine breite Auswahl, sondern auch durch Qualität bis ins Detail auszeichnen.

Bis wir Sie mit unserem Engagement für Ihren Erfolg überzeugen, dürfen Sie sich auf eines verlassen:

Wir werden nicht ruhen



ubs.com/kmu

Der Thurgau ist und bleibt ein Wachstumskanton

Im Thurgau stehen die Zeichen für die UBS auf grün: Ein attraktives Wirtschaftsklima, gute Firmenabschlüsse sowie eine erstarkte Bank sorgen für Aufbruchstimmung, erklären Kurt Brunnschweiler, Leiter Privatkunden Ostschweiz, und Urs Röthlisberger, Leiter Geschäftskunden Thurgau.

Wie heftig leiden die Unternehmen in der Region unter der Frankenstärke?

Urs Röthlisberger: Der Franken drückt enorm, und es sind keine Korrekturen in Sicht. Falls der Franken für längere Zeit im Bereich von 1.10 oder darunter verharrt, werden die Auswirkungen auf die Exportindustrie substanziell und schmerzhaft sein. Gleichzeitig ist die Schweizer Binnenwirtschaft noch immer in einer sehr guten Verfassung. Der Konsum läuft rund, in der Bauwirtschaft herrscht Hochkonjunktur.

Wie beurteilen Sie die wirtschaftliche Lage im Thurgau?

Kurt Brunnschweiler: Abgesehen von den Problemen der Exportindustrie halten wir die Stimmung im Thurgau für gut. Der Kanton gewinnt als Wohn- und als Industriestandort sukzessive an Attraktivität.

Urs Röthlisberger: Ich sehe das auch so. Die Geschäftsabschlüsse 2010, die nun bei uns eintreffen, sind grösstenteils erfreulich. Während die Margen nach wie vor unter Druck und die Fremdwährungseinflüsse sehr prägend sind, steigen die Umsatzzahlen. Es herrscht eine gewisse Aufbruchstimmung im Kanton. Die Wirtschaftsförderung bemüht sich aktiv um Ansiedlungen. Die Stossrichtung passt.

Wie unterstützt UBS die betroffenen Unternehmen in der jetzigen Situation?

Urs Röthlisberger: Viele unserer Kunden verfügen über eine langfristige Währungsstrategie und verfolgen diese Entwicklungen sehr genau. Wir begleiten unsere Firmenkunden in dieser Situation sehr eng. Im individuellen Beratungsgespräch analysieren wir mit dem Management die Situation anhand verschiedener Szenarien und prüfen mögliche Massnahmen, um den he-



Geben dem Wirtschaftsraum Thurgau gute Noten: Urs Röthlisberger und Kurt Brunnschweiler. (Bild: Martin Sinzig)

erausfordernden Währungsbedingungen zu begegnen.

Risikiert die SNB mit der Senkung des Leitzinses eine Überhitzung des Immobilienmarkts? Kommt es zum Überangebot?

Kurt Brunnschweiler: In unserer Region ist eine Überhitzung gegenwärtig nicht zu befürchten. Aber auch im Thurgau wird Wohnraum zunehmend attraktiver. Einerseits findet eine Zuwanderung aus dem Norden statt, andererseits wird der Thurgau auch für Menschen aus dem Kanton Zürich attraktiver, nicht zuletzt dank der besseren Verkehrserschliessung. Im Thurgau gibt es an guten Standorten hervorragende Wohnlagen und -qualität zu vernünftigen Preisen.

UBS kommt aus turbulenten Zeiten heraus: Wo steht sie heute im Thurgau?

Kurt Brunnschweiler: UBS ist sehr gut kapitalisiert und wieder nachhaltig profitabel. Auch im Thurgau ist die Bank erfolgreich. Dank langjährigen, lokal verwurzelten Mit-

arbeiterinnen und Mitarbeitern haben wir besonders in unserer Region weniger Kunden verloren. Viele sind nun wieder zu uns zurückgekommen. Das Vertrauen ist wieder da, und wir können wieder wachsen. ■

Lokal verwurzelt, global vernetzt

UBS engagiert sich seit vielen Jahren als Sponsorin verschiedenster Aktivitäten in der Region, vom UBS Kids Cup (Leichtathletik) über kulturelle Beiträge bis zum Wirtschaftsforum Thurgau. Die 165 UBS-Mitarbeitenden sind lokal verwurzelt und mit dem Thurgau und seinen Institutionen vielfach verbunden. Investiert wird gegenwärtig auch in die Kundenfront. Die sechs Geschäftsstellen in Amriswil, Bischofszell, Frauenfeld, Kreuzlingen, Weinfelden und Arbon werden renoviert. Die Kunden sollen von der ganzen Palette lokaler Dienstleistungen profitieren und bei Bedarf die Expertise einer global vernetzten Bank nutzen können.

In den
Nationalrat!



Mathias Wenger

Für eine bezahlbare
Gesundheitsversorgung.

LISTE | **8** Unser Rezept
für Bern.



mathiaswenger.ch



Josef Gemperle

Für erneuerbare Energien
und Energieeffizienz.

Nationalratswahlen 2011

LISTE | **8**

Keine Schweiz ohne uns.

www.cvp-thurgau.ch



1000 FRANKEN

Ihre Willkommensprämie: Neue Hypothekar-Kunden erhalten jetzt 1000 Franken bei Abschluss einer Festhypothek. Genaue Bedingungen erfahren Sie bei Ihrer Kantonalbank.



Familie Niederer aus Bischofszell mit ihrem Kundenberater Beat Frei.

Unsere Haus-Bank.

www.tkb.ch/hausbank



**Thurgauer
Kantonalbank**

Gemeinsam wachsen.

15. Wirtschaftsforum Thurgau

Lukas Vogt

Im Gespräch mit
dem Organisator. 60

Moritz Leuenberger

Spricht über
«Beziehungskisten». 67

Isabelle Welton

Ist die Schweiz nur
ein kleiner Teich?. 69



Offenheit und Austausch mit Augenmass

Am Freitag, 30. September 2011, findet in Weinfelden das 15. Wirtschaftsforum Thurgau statt. Das diesjährige Thema lautet: «Erfolgsgeschichte Schweiz – schreiben wir sie weiter!»

So viel Stabilität, Krisenfestigkeit und beharrliches Wachstum! Wie kam das in unserem Land zustande und wie wurde es möglich? Die Medien bilden nur ab, was Schlagzeilen bringt, das heisst, was schief ging oder skandalträchtig war. Jubiläumshefte und PR-Agenturen überhöhen und schönen die Ereignisse bis zur Unglaubwürdigkeit. Doch welches sind die realen Taten und Voraussetzungen dieser phänomenalen Erfolgsgeschichte? Ich wage ein paar Thesen:

Die Kraft der mühsam erarbeiteten kleinen Schritte

Höchst wahrscheinlich waren es weniger die grossen Würfe und bahnbrechenden Neuerungen, sondern vielmehr Milliarden kleiner Schritte und Elemente, die unser Denken, Verhalten und Wirtschaften prägen: Der Hang zur Sorgfalt, zur Vorsicht, zu guter sauberer Arbeit, zum Reifenlassen, Verbessern, Überarbeiten und in jeder Hinsicht genau Überprüfen. Verbunden mit einem feinen Gespür für das, was reale Chancen hat auf Erfolg und Bestand. Den Kopf voll guter Ideen, aber beide Füsse fest auf dem Boden. Mit einem gesunden Mass an Skepsis und realistischer Einschätzung. Typisch schweizerisch eben (und besonders gut zu beobachten bei Thurgauer KMU).

Zurechtgeschliffene Visionen und Extremlösungen

Alles Extreme und stark Einseitige hat es schwer bei uns. Mit zu grossen Kellen anrichten und dann spektakulär scheitern ist unsere Sache nicht. In Parlamenten, Kommissionen und Projekt-Teams werden

wilde Visionen und extreme Lösungen so lange durchgekaut und abgeschliffen, bis sie ins reale Leben passen oder in der Versenkung verschwinden. Die Schweiz ist aus Kompromissen und überarbeiteten Lösungen erbaut. Und siehe da: Das Ergebnis kann sich durchaus sehen lassen!

Persönlichkeiten mit Ecken und Kanten wie unsere Berge

Ein Erfolgselement, das sich faktenmässig fest machen lässt, sind sicher eigenwillige Persönlichkeiten, die über Jahrzehnte an ihre Ideen glaubten und sie zäh und ausdauernd durch alle langsam mahelnden Schweizer Mühlen hindurch trugen: Gottlieb Duttweiler, Nicolas Hayek, Friedrich Traugott Wahlen, Ernst Beyeler, die Hoffmann-La Roches, Brown Boveris, Sulzers gehören zu den Bekanntesten. Nicht wenige von ihnen hatten und haben ausländische, ja überseeische Wurzeln! Auch über den richtigen Umgang mit Führerfiguren könnte die Welt wohl das eine oder andere von der Schweiz lernen.

Ein weiterer wichtiger Faktor: Die Schweiz hat immer versucht, sich wie eine gesunde Körperzelle zu verhalten. Diese lässt durch ihre teildurchlässigen Zellmembranen genau die richtigen Vital-, Boten- und Nährstoffe ein und Stoffwechselprodukte wieder hinaus. Offenheit und Austausch mit Augenmass mit Europa und der Welt – so etwa könnte man es bezeichnen. Je nachdem, aus welcher Optik und aus welchem Blickwinkel man in diese Erfolgsgeschichte hineinleuchtet, werden wahrscheinlich noch ganz andere Muster sichtbar. Und genau darauf

freue ich mich mit Ihnen zusammen am kommenden Wirtschaftsforum!

Lukas Vogt
Organisator
VogtVision Power AG

Zwischentöne mit Andreas Thiel

Fulminanter Start in der Schweizer Kleinkunst-Szene mit seinem Bühnenprogramm «Einsames literarisches Kabarett» mit dem Pianisten Jean Claude Sassine. «Salzburger Stier». Unzählige Auftritte in der Schweiz, Europa und Fernost. 2003 Drama «Spiegelbild und Schatten», ausgezeichnet mit dem Schweizer Kleinkunstpreis. 2005 Programm «Politsatire», ausgezeichnet mit Prix Walo und Prix Pantheon. Lebt in Reykjavik, Island. «Messerscharf, philosophisch und frech, brandschwarz und hoch poetisch, scharfzüngig, respektlos, gut recherchiert» – so charakterisieren begeisterte Rezensionen seine Auftritte. Dazu sehe er aber erst noch aus wie ein Engel – WFT-Teilnehmende können sich auf allerhand gefasst machen ...



Das Programm

Ab 8.00 Uhr	Begrüssungskaffee	12.15 Uhr	Zwischentöne
09.00 Uhr	Begrüssung		Andreas Thiel
	Peter Schütz, Präsident Thurgauer Gewerbeverband	12.45 Uhr	Steh-Lunch
09.10 Uhr	PD Dr. phil. Tobias Straumann	14.15 Uhr	Béatrice Mohr, Journalistin
	Legendäre Persönlichkeiten gaben entscheidende Impulse		Elegant Führen – flexibel Reagieren
09.45 Uhr	Moritz Leuenberger, BR aD		Etwas mehr argentinische Geschmeidigkeit könnte nicht schaden ...
	Filz oder Beton?	15.00 Uhr	Persönlich nachgefragt
	Die Beziehungskiste zwischen Wirtschaft und Politik		Patrizia Laeri im Gespräch mit DJ Bobo
10.30 Uhr	Tobias Straumann und Moritz Leuenberger im Gespräch	15.30 Uhr	Pause
	Braucht das «Modell Schweiz» extreme Persönlichkeiten und Standpunkte?	16.00 Uhr	Dr. Theo Waigel
10.45 Uhr	Pause		Die Schweiz und Deutschland – beispielhafte Stabilitätskultur
11.10 Uhr	Isabelle Welton, CEO IBM Schweiz	16.45 Uhr	Schlusswort
	Die Schweiz – nur ein kleiner Teich für Global Players?		Peter Schifferle, ehemaliger Präsident und Ehrenmitglied der IHK
11.45 Uhr	Thomas Herbert, CEO Schild AG		
	Fast ein Jahrhundert lang im Modemarkt erfolgreich bleiben		

Anzeige





Sie buchen Ihre Ferien ja auch nicht beim Bäcker.

Und für Online-Buchhaltung gibt's ABACUS by PROVIDA.

Wann nutzen Sie diese vorteilhafte Dienstleistung?

- Mehr Sicherheit – weil Ihre Daten beim Treuhänder sicher sind.
- Mehr Support – weil die Unterstützung bedürfnisgerecht ist.
- Mehr Flexibilität – weil das Handling schnell und einfach ist.
- Mehr Freiraum – weil Sie sich auf Ihre Kernkompetenzen konzentrieren können.

Wir verfügen über breite Erfahrung als Anbieter von «ASP – Software als Dienstleistung» und bieten Finanzbuchhaltung des Softwareherstellers ABACUS online zur Nutzung an.

Provida
 Romanshorn · St.Gallen · Zürich · Frauenfeld · Kreuzlingen · Rorschach · Zug
 Telefon 0848 800 844 · info@provida.ch · www.provida.ch

«Mir ist bewusst, dass Leuenbergers Bilanz als Bundesrat zwiespältig ausfällt»

Was hat ein Entertainer an einem Wirtschafts Anlass zu suchen? Was entgegnet man auf die Kritik, einem ehemaligen SP-Bundesrat eine Plattform zu bieten? Und was darf man sich vom Thema «Erfolgsgeschichte Schweiz» erhoffen? Lukas Vogt, Organisator des Wirtschaftsforums Thurgau, gibt Auskunft.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: Bodo Rüedi

Lukas Vogt, gewisse Kreise kritisieren, dass unter den Referenten auch der ehemalige SP-Bundesrat Moritz Leuenberger zu finden ist. Was entgegnet Sie solchen Stimmen?

An einem Anlass wie dem Wirtschaftsforum Thurgau muss es möglich sein, Referenten unterschiedlichster Herkunft einzuladen, so dass das Thema auch von verschiedensten Seiten beleuchtet werden kann. Wir hatten auch früher schon Referenten aus dem linken Lager. Ich sehe darin kein Problem. Mir ist aber bewusst, dass Leuenbergers Bilanz als Bundesrat in bürgerlichen Kreisen zwiespältig ausfällt. Thema seines Referats ist ja nicht eine Bilanz über seine Amtszeit, sondern aus der Sicht eines erfahrenen Politprofis das Spannungsfeld «Filz oder Beton» auszuleuchten. Und da bin ich überzeugt, dass wir von Herrn Leuenberger ein spannendes Referat erwarten dürfen; er ist ja als brillanter Redner bekannt.

Wie passt der Entertainer DJ Bobo ins Wirtschaftsforum?

Ich denke, DJ Bobo passt sehr gut zu unserem Jahresthema. Er hat als Schweizer den Sprung zum Weltstar geschafft, und dies in einer Sparte, wo Swissness allein kein Erfolgsgarant ist. Seine Laufbahn ist ein gutes Beispiel einer Schweizer Erfolgsgeschichte.

Nach welchen Kriterien stellten Sie das diesjährige Programm zusammen?

Am Anfang steht immer die Suche nach

einem aktuellen Globalthema. Bei der Auswahl der Referenten geht es dann darum, einen guten Mix zu finden, um dieses Thema aus sehr unterschiedlichen Blickwinkeln zu beleuchten – durch namhafte Persönlichkeiten, die dazu auch wirklich etwas Eigenes zu sagen haben. Dies ergibt dann die bewährte WFT-Mischung aus Wissenschaft, Politik, Wirtschaft, aber auch Unterhaltung.

Auf welchen Referenten freuen Sie sich besonders?

Ich freue mich auf alle Referenten und bin wie immer sehr gespannt, wie diese bei unserem Publikum ankommen. Die Themenvielfalt ist diesmal besonders gross: Impulse durch legendäre Persönlichkeiten. Stabilitätskultur in der Schweiz und in Deutschland. Sensibel führen – flexibel reagieren wie in der Welt des Tangos. Filz oder Beton? Die Beziehungskiste zwischen Wirtschaft und Politik. Schweizer Erfolge aus der Sicht eines Global Players. Fast ein Jahrhundert erfolgreich im Modemarkt. Schon ziemlich ungewöhnlich für ein «Wirtschaftsforum», oder? Von der Aktualität her freue ich mich sehr auf Dr. Tobias Straumann. Von Dr. Theo Waigel erwarte ich eine kritische Sicht von aussen auf unser Land.

Was erhoffen Sie sich vom Thema «Erfolgsgeschichte Schweiz»?

Sie dürfen den zweiten Teil des Themas

«– schreiben wir sie weiter!» nicht vergessen. Dies ist aus meiner Sicht der wichtigere Teil. Ziel dieses Forums ist es nicht, sich für vergangene Leistungen auf die Schultern zu klopfen, sondern den bisherigen Erfolg der Schweiz zu analysieren und daraus Erkenntnisse und Schlüsse für den zukünftigen Erfolg zu gewinnen. Der Blick nach vorne ist entscheidend. Wenn uns dieser Link gelingt, dann ist für mich das Forum ein Erfolg.

Auch das Wirtschaftsforum ist eine Erfolgsgeschichte. Wie soll diese weitergeschrieben werden?

In dem wir uns jedes Jahr wieder von Neuem hinterfragen und uns nicht auf der Vergangenheit ausruhen. Des Weiteren müssen wir Themen haben, die unsere Kunden beschäftigen, die aktuell sind. Denn unser Anspruch ist es immer, dass unsere Teilnehmer konkrete und praxisnahe Inputs für die tägliche Arbeit mitnehmen können.

Stehen für die nächsten Jahre gewisse Änderungen an?

Wir haben vor einem Jahr die Partnerschaft mit den Wirtschaftsverbänden und der Gemeinde vertieft und einen Programmbeirat ins Leben gerufen. In diesem Gremium überprüfen wir regelmässig unsere Strategie. Über konkrete Änderungen informieren wir zu gegebener Zeit. Kleinere Anpassungen und Optimierungen passieren laufend.



Lukas Vogt zusammen mit seinem Vater Markus Vogt.

Wenn würden Sie gerne einmal als Referentin bzw. als Referenten gewinnen können?

Unsere Wunschliste an Referenten ist lang, und wir versuchen jedes Jahr wieder, den einen oder anderen «TopShot» ans Forum zu bringen. Erfolgreiche Wirtschaftsführer mit Charisma wie ein Franz Humer, Peter

Brabeck oder ein Nick Hayek wären für unseren Anlass sicher ein grosser Gewinn, sind aber sehr schwer zu kriegen.

Wie schwer ist es, die Sponsoren von Jahr zu Jahr wieder zu überzeugen?

Wir haben mit der UBS einen zuverlässigen Hauptsponsor und Partner, der uns seit

der Erstaufgabe unterstützt und von der Bedeutung des Anlasses überzeugt ist. Auch mit den Co-Sponsoren klappt die Zusammenarbeit ausgezeichnet. Das beste Argument für die Sponsoren ist ja immer ein gelungener Anlass mit einem positiven Teilnehmerfeedback. ■

Kaderposition im KMU – Höhere Fachschule für Wirtschaft Thurgau am BZWW

Im Oktober 2011 startet die Höhere Fachschule für Wirtschaft (hfw-tg.ch) in Weinfelden mit ihrem dritten Studiengang. Wer eine Kaderposition im KMU anstrebt, findet hier eine spannende, stark praxisbezogene Generalistenausbildung.

Bilder: Bodo Rüedi, zVg.

Der erste Studiengang der Höheren Fachschule für Wirtschaft Thurgau mit Vertiefungsrichtung «General Management» (hfw-tg) ist im Herbst 2009 am BZWW mit einer vollen Klasse erfolgreich gestartet. 24 hochmotivierte angehende oder bereits bewährte Führungskräfte aus regionalen Unternehmen besuchen die anspruchsvolle Ausbildung zum diplomierten Betriebswirtschafter HF bzw. zur diplomierten Betriebswirtschafterin HF. Neben verschiedensten Facetten des modernen Managements wie Betriebswirtschaft, Finanzierung oder Unternehmenslogistik stehen auch Begleitkompetenzen wie Verhalten im geschäftlichen Kontext oder Führen unter erschwerten Bedingungen im Stundenplan. Im Oktober 2010 konnte auch der zweite Studiengang mit 17 Teilnehmenden zugesagt werden.

Anspruchsvolle 3-jährige Ausbildung für Generalisten

Die Höhere Fachschule steht an der Spitze der Ausbildungsstufen in der höheren Berufsbildung. Betriebliche Leistungsprozesse, Kundenbeziehungen und Personalführung – drei wichtige Beispiele für Lernbereiche in der neuen HFW. Im dreijährigen Studiengang werden vernetzte betriebswirtschaftliche Handlungskompetenzen erworben. Die Ausbildung beinhaltet ausserdem Themen wie Volkswirtschaftslehre, Mathematik/Statistik, Recht, Deutsch und Englisch.

Berufsbegleitend und ohne Maturität möglich

Im Vergleich zu einem Studium an einer Fachhochschule kann die Ausbildung berufsbegleitend absolviert werden. Ein Beschäftigungs-



Mehr als 3'500 Kursteilnehmende verzeichnet das BZWW durchschnittlich pro Jahr. Das Bildungsangebot umfasst gut 200 Kurse und Lehrgänge.

ungsgrad von 80% ist absolut realistisch. Auch wenn es einige vormachen: 100% werden nicht empfohlen. Das Studium dauert 6 Semester und umfasst ca. 3'600 Lernstunden (schulische Unterrichtszeit und Hausarbeiten), je nach Vorbildung und Lerntempo. Eine Unterrichtswoche umfasst in der Regel 12 Lektionen. Schultage für den dritten Studiengang im Oktober 2011 sind der Dienstag (17.30 – 20.45 Uhr) und der Donnerstag (13.45 bis 20.45 Uhr). Eine Berufsmaturität ist keine Voraussetzung für das Studium. Die HFW baut auf dem Stoff der kaufmännischen Berufsschule, Typ E oder M auf. Zugelassen werden Interessenten, die einen Fähigkeitsausweis in kaufmännischer Richtung oder einen Mittelschulabschluss und eine zweijährige berufliche Praxis im kaufmännischen Bereich vorweisen können. Berufsleute ohne kaufmännischen Lehrabschluss müssen

sich in Vorbereitungskursen für das Studium rüsten.

Start im Herbst 2011 mit dem dritten Studiengang

Der Lehrgang fordert von den Studierenden neben einer Teilzeitanstellung in ihrem Fachbereich disziplinierten und regelmässigen Einsatz in der Vor- und Nachbereitung der Unterrichtsstunden – und das über drei Jahre hinweg. Der Wissensstand wird jährlich geprüft. Wer nicht besteht, darf einmal repetieren. Nicht von ungefähr haben Absolventinnen und Absolventen des Studienganges beste Aussichten auf dem Arbeitsmarkt. Die Nachfrage ist ungebrochen. Das BZWW startet im Oktober 2011 zum dritten Mal mit einer neuen Klasse. Interessenten und Interessentinnen informieren sich unter www.hfw-tg.ch oder lassen sich von Studienleiter Christian

Jordi unverbindlich beraten (christian.jordi@bbz.ch). Ein Infoabend findet am Mittwoch, 25.08.2011 um 19 Uhr im BBZ statt.

HR-Fachleute am BZWW: Neu auch mit Abschluss in Personalberatung

Personalfachkräfte sind das Bindeglied zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Die anspruchsvolle Aufgabe verlangt hohe Fachkompetenz und Fingerspitzengefühl.

Das BZWW bietet zwei Lehrgänge zum Thema Personalfach an, die unterschiedliche Voraussetzungen fordern und sich auch von der Zielsetzung und vom Umfang her unterscheiden.

Personalassistent/in mit Zertifikat hrpruefungen.ch: Einstieg ins Personalfach

Angesprochen sind Sachbearbeiter/innen im Personalwesen sowie Mitarbeiter/innen, welche in einer KMU eine Teilfunktion im Personalwesen ausüben und sich für diese Funktion die aktuellen theoretischen und praktischen Grundlagen aneignen wollen.

Der Lehrgang konzentriert sich auf das Vermitteln von praxisorientiertem Grundlagenwissen. Er bereitet so auch für weiterführende Ausbildungen im Personalfach vor, bzw. der Abschluss «Personalassistent/in mit Zertifikat hrpruefungen.ch» ist zwingende Voraussetzung für den Fachausweis (siehe weiter unten). Dauer: 1 Jahr, jeweils am Dienstag von 18.20 – 21.35 Uhr (Lehrgang 1560A) oder am Donnerstag (Lehrgang 1560B). Start ist am 18. August 2011. Auch in diesem Jahr werden beide Lehrgänge geführt und es sind noch wenige Plätze frei. Nachmeldungen sind bis zwei Wochen nach Lehrgangsstart noch möglich.

HR-Fachleute mit eidg. Fachausweis

Der Lehrgang ist ausgerichtet auf Nachwuchskräfte, welche bereits im Personalbereich tätig sind. Sie werden auf die eidg. Berufsprüfung «HR-Fachfrau/HE-Fachmann» vorbereitet. Für die Prüfungszulassung muss neben dem Abschluss «Personalassistent/in mit Zertifikat hrpruefungen.ch» eine mindestens zweijährige Praxis im Personalbereich vorgewiesen werden.

Erfolgreiche Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Personalleiter und andere vorgesetzte Stellen zu entlasten, die gesamte Personaladministration zu führen, Instrumentarien für die Personalarbeit zu

entwickeln und Ansprechpartner für das Personal zu sein. Neu kann im Schuljahr 2011/12 auch das Modul Personalberatung belegt werden. Damit stehen den erfolgreichen Absolventen und Absolventinnen weitere Berufschancen offen, z.B. der Einsatz in Regionalen Arbeitsvermittlungsstellen (RAV).

In Weinfelden startet der Lehrgang im September 2011. Er dauert 1 Jahr und umfasst gut 270 Lektionen. Der Unterricht findet in der Regel Montag- und/oder Mittwochabend statt. Weitere Informationen unter wbbzww.ch.

Die universelle Zusatzqualifikation – Sprachen lernen!

Mehr als 1400 Frauen und Männer haben 2010 einen Sprachkurs im BZWW besucht. Die Auswertung der Feedbacks, die nach jeder Ausbildung erfolgt, zeigt ein ausgesprochen erfreuliches Bild: Auf einer Skala von 1 – 4 (ungenügend bis sehr gut) werden die Angebote der Sprachschule mit einer Durchschnittsnote von 3.71 bewertet.

Deutsch, Englisch, Italienisch, Spanisch, Französisch, Russisch und seit 2010 auch Chinesisch werden am BZWW mit grossem Erfolg gelehrt. In den Klassen herrscht durchwegs ein ausgezeichnetes Lernklima: Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer lernen sich durch den regen mündlichen Austausch schnell kennen – und sind gemeinsam oft auch ausserhalb des Klassenzimmers aktiv.

Vom Einstieg bis zum internationalen Diplom

Ein Einstieg in die Welt der Fremdsprachen ist am BZWW auch ohne Vorkenntnisse möglich. Die Palette der Angebote berücksichtigt den Wissensstand und das persönliche Lerntempo. In fast allen Sprachen kann man sich auf Prüfungen für internationale Diplome vorbereiten. Als offizielles Testcenter für DELF/DALF/DFP (Französisch), AIL (Italienisch) und in Zusammenarbeit mit Cambridge ESOL Examinations Winterthur bietet das BZWW verschiedene Zertifikatsprüfungen in Weinfelden an. Einstufungstests sind kostenlos, ebenso die Beratung für den geeignetsten Kurs. Beratungstelefon: 071 626 86 10.

Activity Clubs – Freizeitanlässe zum Sprachenlernen

Einen Freizeitanlass geniessen und zur gleichen Zeit ausschliesslich in der gewünschten

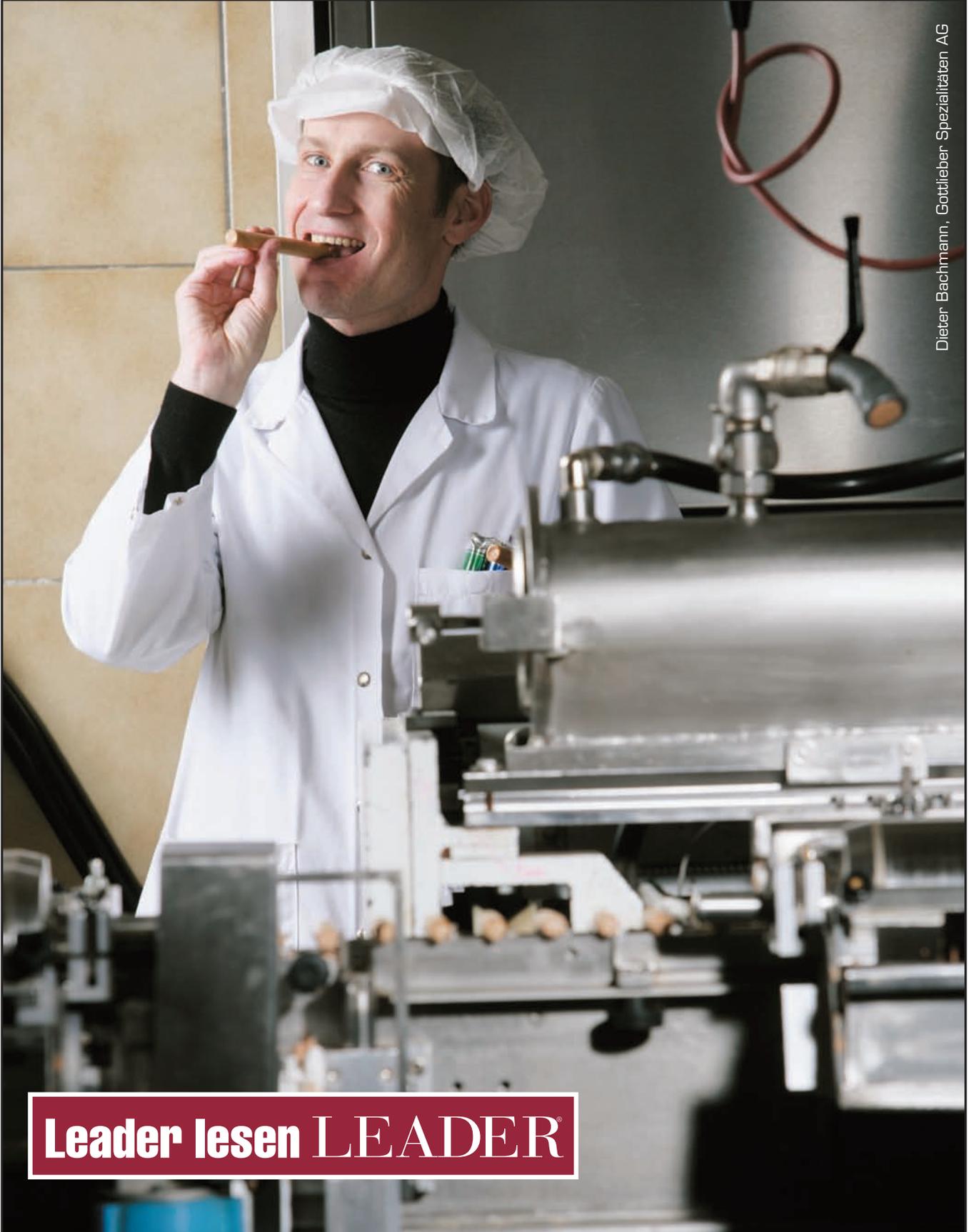
Fremdsprache kommunizieren? Das ist der Grundgedanke des Activity Club des BZWW. Die Anlässe stehen allen gegen einen geringen Unkostenbeitrag offen und dauern in der Regel einen halben Tag oder einen Abend. Im Event «Cricket» (Kurs 4005) beispielsweise kann in sportlich herausfordernder Umgebung Englisch geübt werden, beim Anlass «Spaghettata con tombola» (Kurs 4002) wird in der Küche und beim gemeinsamen Essen lustvoll Italienisch gesprochen.



Neben dem Londontrip bietet das BZWW drei weitere Sprachaufenthalte in England, Frankreich und Italien an.

Eintauchen in den Alltag einer Fremdsprache

Das intensivste Eintauchen in den Alltag einer Fremdsprache ermöglicht ein Sprachaufenthalt. Das BZWW bietet einwöchige Sprachaufenthalte in Paignton an der englischen Südküste, an der französischen Côte d'Azur und neu auch in Florenz, der Hauptstadt der italienischen Toskana. Alle Sprachaufenthalte werden von motivierten Lehrkräften des Bildungszentrums Wirtschaft geleitet. Die Teilnehmenden sind in Gastfamilien untergebracht. Eine reizvolle Art, sich für einige Tage intensiv mit Englisch zu beschäftigen, ist das London Weekend des BZWW. In 4 Lektionen Unterricht befassen sich die Teilnehmer vor der Reise mit dem, was sie in London sehen und erleben werden. Das nächste London Weekend (4012) findet vom 7. bis 9. Oktober 2011 statt. ■



Leader lesen LEADER®

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

www.leaderonline.ch

«Ich leide nicht unter Machtlosigkeit»

Während 15 Jahren war Moritz Leuenberger Mitglied des Bundesrates. Als Vorsteher des Eidgenössischen Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) leitete der Sozialdemokrat eines der Schlüsseldepartemente. Am 31. Oktober 2010 trat der heute 64-Jährige zurück. Ganz aus dem Rampenlicht ist Leuenberger aber nicht verschwunden: Im April 2011 wurde Leuenberger in den Verwaltungsrat des grössten Schweizer Baukonzerns Implenia gewählt. Seit April 2011 präsidiert er zudem den Stiftungsrat der Swiss-Luftfahrtstiftung.

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

Moritz Leuenberger, wodurch zeichnet sich das Leben nach dem Bundesrat aus?

Zunächst: Es gibt tatsächlich ein Leben nach dem Bundesrat. Aber es ist schon eine Umstellung. Einerseits überquillt die Agenda nicht mehr. Auf der anderen Seite fehlen mir die Teams, die ich immer um mich gehabt habe.

Gibt es auch Momente der Leere oder Momente der Machtlosigkeit, weil man nicht mehr aktiv in der Politik mitmischen kann?

Ich habe keinen Horror vacui, also keine Panik vor der Stille. Die «Leere» betrachte ich als einen Segen. Und die «Macht», das heisst der Einfluss, ist jetzt ein anderer. Ich bin im Verwaltungsrat von Implenia und versuche umzusetzen, was ich der Wirtschaft vorher predigte, nämlich sich selber für die Nachhaltigkeit einzusetzen. Zudem bin ich im Beirat von Greenpeace und halte viele Reden. Nein, ich leide nicht unter Machtlosigkeit.

Verändert sich mit einem gewissen Abstand die Sichtweise?

Das zeigt sich bei mir daran, dass ich in den Medien weniger Tagesaktualitäten verfolge, sondern eher Grundsatzartikel, und vor allem wieder mehr Bücher lese. Und ich rege mich auch nicht mehr so schnell auf.

Am Wirtschaftsforum sprechen Sie zum Thema «Die Beziehungskiste zwischen



Altbundesrat Moritz Leuenberger

Wirtschaft und Politik». Wer hat in dieser Beziehung die Hosen an?

Aufpassen mit den «Hosen»! Im Bundesrat gibt es eine Frauenmehrheit und ich freue mich darob. Das Primat zwischen Politik und Wirtschaft schwingt wie ein Pendel hin und her. Während meiner Bundesratszeit habe ich mehrmals Hochmut von Wirtschaftskapitänen gegenüber Politikern erlebt, dem dann die reumütige Bitte um Staatshilfen folgte. Ich denke an die Swissair und die UBS.

Und wer hintergeht den anderen häufiger?

Regierung und Parlament hintergehen die Wirtschaft nicht. Sie sind vielleicht anderer Meinung; schliesslich haben sie im Gesamtinteresse zu entscheiden. Umgekehrt sind einzelne Wirtschaftsvertreter dem Bundes-

rat doch immer wieder in den Rücken gefallen, aber sie schossen damit meist Eigentore. Ich denke an das Flughafendossier und das Bankgeheimnis.

Wenn man die Schweiz nach der Krise mit dem Ausland vergleicht, muss man doch eigentlich feststellen, dass diese Beziehung nicht so schlecht funktioniert. Wie ist die Erfolgsgeschichte Schweiz zu erklären?

Da gibt es viele Gründe. Die politische Stabilität und der Einbezug politischer Minderheiten sind zwei wichtige davon.

Zu wie vielen Teilen kann man als einzelner Bundesrat tatsächlich Einfluss auf den geschichtlichen Verlauf nehmen?

Wir sind ein Kollegialsystem. Jedes Mitglied hat gewichtigen Einfluss auf die Entscheide der Regierung, des Parlamentes und auch der Stimmbürgerinnen und Stimmbürger. Und was das eigene Departement angeht, sind die Gestaltungsmöglichkeiten noch direkter. Ich konnte so für die Nachhaltigkeit sehr viel erreichen.

Braucht es dafür «extreme Persönlichkeiten»? Und würden Sie sich selbst als eine solche bezeichnen?

«Extreme Persönlichkeiten» erreichen in unserer direkten Demokratie meist nicht so viel wie konsensorientierte. Gewiss, sie sind in den Medien präsent, doch die politische Umsetzung gelingt denjenigen, die den Mut zum Kompromiss aufbringen. ■

RENAULT
TRUCKS
DELIVER

IHR NUTZFAHRZEUGPARTNER
IN DER REGION THURGAU

www.renault-trucks.ch



Huber Nutzfahrzeuge AG – www.huber-nutzfahrzeuge.ch
8370 Sirnach – Lenzbüel 5 – Gloten
Telefon: +41 (0)71 929 80 00 – Fax: +41 (0)71 929 80 01
8500 Frauenfeld – Juchstrasse 45
Telefon: +41 (0)52 728 94 00 – Fax: +41 (0)52 728 94 01



Die Schweizer Weiterbildung im Gewerbe



Vorbereitungskurs als
eidg. dipl. Betriebswirtschafter/in des Gewerbes

Diplome im Gewerbe
SIU-Unternehmenschulung
dipl. Geschäftsführer/in KMU SIU
dipl. Geschäftsfrau SIU

Neues Modul
**Währungsrisiken
und -strategien**

Kursstart
Ab Herbst 2011

Informationsabende in Ihrer Nähe
Rufen Sie uns an oder besuchen Sie www.siu.ch

Kursorte
Zürich, Bern, Lausanne, Lugano
Basel, Chur, Dagmersellen, St.Gallen

SIU IFCAM
Schweizerisches Institut für Unternehmensschulung

Hauptsitz:

SIU

Verena Konzett-Str. 23 · 8004 Zürich
Tel. 043 243 46 66 · siu@siu.ch · www.siu.ch

SIU

Falkenplatz 1 · 3012 Bern
Tel. 031 302 37 47 · siu@siu.ch · www.siu.ch

EDUQUA



Klassenbesten und trotzdem beliebt. Der neue Passat.



Wir schenken Ihnen Sonderausstattung im Wert von 2'000 Franken frei nach Ihrer Wahl.**

*Passat Variant 1.6 l TDI BlueMotion, 105 PS (77 kW), 6-Gang, 1'390 cm³, Treibstoff-Normverbrauch gesamt 4.3 l/100 km, CO₂-Ausstoss 113 g/km. Energieeffizienz-Kategorie: A. CO₂-Mittelwert aller in der Schweiz angebotenen Fahrzeugmodelle: 188 g/km. Abgebildetes Modell inkl. Mehrausstattung für Fr. 46'830.-. **Beim Kauf eines Volkswagen Modells können Sie (ob Privat- oder Flottenkunde) bis zum 31.8.2011 gratis Sonderausstattung auswählen. Mit Sonderausstattung wie zum Beispiel Dachreling silber eloxiert im Wert von Fr. 450.-, CD-Wechsler für 6 CDs im Wert von Fr. 470.-, Radio-/Navigationssystem „RNS 315“ mit Touchscreen Bedienung, 4x20 Watt, 8 LS, integrierter 6 GB Flash-Speicher mit vorinstallierten Westeuropa-Navigationsdaten im Wert von Fr. 1'080.-. Fahrzeugwert mit Sonderausstattung: Fr. 39'600.-, effektiver Preis: Fr. 37'600.-. Sämtliche Beträge inkl. 8% MwSt.



City-Garage AG

Zürcher Strasse 162, 9001 St. Gallen, Tel. 071 274 80 74, www.city-garage.ch

«Die Schweiz verkauft sich unter ihrem Wert»

Seit Januar 2010 ist Isabelle Welton CEO und Vorsitzende der Geschäftsleitung der IBM Schweiz. Am Wirtschaftsforum spricht sie zum Thema «Die Schweiz – nur ein kleiner Teich für Global Players?»

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg.

Isabelle Welton, verbindet Sie – ausser Ihrem Vortrag am Wirtschaftsforum – sonst noch etwas mit dem Kanton Thurgau?

Im Thurgau zeigt sich exemplarisch, wie sich ein eher ländlicher Kanton mit viel Innovationskraft als Wirtschaftsraum zunehmend etablieren kann. Innovation beschränkt sich nicht auf die grossen Ballungszentren wie Zürich, Genf oder Basel, sondern ist auch in eher ruralen Gebieten zu finden. Und dann ist da natürlich noch unser Ittinger Mediengespräch, das wir seit vielen Jahren in der Kartause Ittingen durchführen. Ziel ist es jeweils, mit den Medien im Dialog Trends und Entwicklungen aufzuspüren und zu diskutieren. Dieses Jahr nehmen wir das Hundertjahre-Jubiläum der IBM zum Anlass und widmen uns dem Thema «Wie IT die Welt von morgen prägt».

Sie haben die ganze Schweiz bereist. Wo liegen aus Ihrer Sicht die Vorteile der Schweiz?

Klein- und Mittelunternehmen (KMU) sind das Rückgrat unserer Wirtschaft. Bedingt durch den relativ kleinen Heimmarkt prägen nicht wenige in ihren Nischen den Weltmarkt mit innovativen Produkten und Dienstleistungen, auch aus dem Thurgau. Für die Schweiz sprechen auch die politische Stabilität und gut ausgebildete Arbeitskräfte.

Wir die kleine Schweiz in der globalen Welt überhaupt wahrgenommen?

Und wie, und zwar nicht nur durch die eher traditionellen Produkte und Dienstleistungen wie Uhren, Banken und Touris-



Isabelle Welton

mus. Die Schweiz nimmt einen wichtigen Rang ein in der globalen Wirtschaft. Dies zeigt der aktuelle Global Competitiveness Report des Weltwirtschaftsforum WEF, wo die Schweiz 2010 neu zum ersten Mal auf Platz 1 fungiert. Der Report bewertet 125 Länder. Letztes Jahr noch auf Rang 4, verdankt die Schweiz ihre gute Bewertung der starken Innovationskraft und der Qualität ihrer Infrastrukturen. So wird die Innovationskraft der Schweiz ausdrücklich gelobt und führt eine ganze Reihe von Ranglisten an – etwa bei der Qualität der Forschungsinstitute, der Zusammenarbeit zwischen Universitäten und Industrie oder bei Weiterbildung des Personals. Bestnoten erhielt die Schweiz unter den 125 bewerteten Ländern auch für ihre Infrastruktur (Bahn, Strassen, Telekom) und die Qualität der politischen Institutionen.

Welche Rolle spielt die Schweiz bei den Global Players?

Die Schweiz ist ein attraktiver Unterneh-

mensstandort mit effizienter Infrastruktur, Zugang zu führenden Lehr- und Forschungsinstitutionen, hoher Lebensqualität, Sicherheit und politischer Stabilität. Gerade die Technologie- und Dienstleistungsbranche ist Anziehungspunkt für Talente aus der ganzen Welt und bietet enormes Innovationspotenzial für die Schweizer Wirtschaft. Dies bedingt jedoch Offenheit und nicht Abschottung als Grundlage und Voraussetzung für die weitere positive Entwicklung der hiesigen Hightech-Industrie.

Könnten wir uns noch besser verkaufen?

Bescheidenheit ist sicher eine Tugend, aber mehr Selbstbewusstsein dürfen wir im internationalen Vergleich durchaus zeigen. Die Schweiz verkauft sich unter ihrem Wert, da können wir von anderen Nationen noch lernen, ohne grossspurig zu wirken.

Gibt es etwas, was Sie am System Schweiz bemängeln?

Mich stört es, wenn parteipolitische Interessen im Vordergrund stehen, anstatt dass alle am gleichen Strick ziehen und nach Lösungen suchen. Auch die zunehmende Abschottungstendenzen und mangelnde Toleranz im Umgang mit Andersdenkenden beschäftigen mich.

Hat nun auch die Krise einmal mehr gezeigt, dass das System Schweiz funktioniert?

Ja, obwohl auch wir nicht gefeit sind vor den Auswirkungen der Krise. Der starke Schweizer Franken erweist sich als zunehmende Belastung für unsere Exportindustrie und den Tourismus. ■



DIE ELEGANTESTE FORM DER VIELSEITIGKEIT. DER BMW 5er TOURING NEU MIT BMW xDRIVE.

BMW EfficientDynamics

520d Touring 5,1 l/100 km 135 kW (184 PS)

Bickel Auto AG
Messenriet 2
8501 Frauenfeld
Tel. 052 728 91 91
www.BickelAutoAG.ch

 **WITZIG**
THE OFFICE COMPANY

Erfinden Sie Ihr Büro neu.

WIR MACHEN BÜRO.

- BÜRO-EINRICHTUNG
- BÜRO-BEDARF
- BÜRO-TECHNIK

www.witzig.ch



Ist Leuenberger legendär?

Tobias Straumann hat in Zürich, Bielefeld, Paris und Berkeley Geschichte studiert, war in Zürich und New York als Journalist tätig und wirkte an der Universität Lausanne als Assistenzprofessor. Heute ist er Privatdozent an der Universität Zürich und lehrt auch an der Universität Basel. Seine Forschungsgebiete sind europäische Finanzgeschichte und schweizerische Unternehmensgeschichte.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg.

Tobias Straumann, ist die Schweiz für Sie eine Erfolgsgeschichte?

Ja, da besteht für mich kein Zweifel. Im weltweiten Vergleich geht es uns in der Schweiz sehr gut.

Waren es Einzelpersonen, die diese Entwicklung vorangetrieben haben?

Pioniere haben eine entscheidende Rolle gespielt. Ein Land kann die besten Rahmenbedingungen haben, aber wenn niemand bereit ist, Risiken einzugehen, findet keine Entwicklung statt. Im Vordergrund stehen diejenigen Pioniere, die nicht nur eine Firma gegründet, sondern eine ganze Branche zum Blühen gebracht haben. Als Erstes würde ich Alfred Escher nennen. Er hat den Finanzplatz Zürich begründet und eine entscheidende Rolle beim Bau der Gotthardbahn gespielt. Es gibt aber Dutzende von Schweizer Pionieren, zum Beispiel César Ritz, Henri Nestlé, Hans Caspar Escher und Solomon von Wyss, Charles

Brown und Walter Boveri, Moritz Grossmann, Franz Saurer, Johann Rudolf Geigy, Fritz Hoffmann-La Roche oder Nicolas Hayek. Es ist schwierig, eine faire Auswahl zu treffen, weil die Pioniere – zum Glück – so zahlreich sind.

Nach Ihnen referiert Moritz Leuenberger. Gehört auch er zu den legendären Personen?

Ich bin Historiker. Wir trauen uns erst mit einer Verzögerung von ein paar Jahrzehnten, ein Urteil zu fällen. Aber es steht jetzt schon fest, dass er zusammen mit Adolf Ogi als einer der politischen Väter der NEAT in die Geschichte eingehen wird.

Was konkret wollen Sie den Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Forums mit auf den Weg geben?

Die Privatwirtschaft muss sich viel mehr bemühen, ihre Leistungen und Anliegen immer wieder der Bevölkerung zu erklä-



Tobias Straumann

ren. Wir haben heute einen relativ grossen Staatssektor. Das bedeutet, dass sehr viele Arbeitnehmer in ihrem Leben nie den unternehmerischen Alltag kennengelernt haben. Mir scheint, dass die Geschichte ein gutes Vehikel ist, um diesen Graben zu überwinden. Niemand möchte doch freiwillig in eine Welt ohne Penicillin, Autos und Zentralheizung zurückkehren, oder? ■

Anzeige



TEFKON
KABEL+SYSTEME

TEFKON AG
CH-9220 Bischofszell
T. 0041 71 424 2626
www.tefkon.ch

Konfektion von Kupfer- und Fiberleitungen zur Übertragung von Strom, Daten und Licht

Vor 15 Jahren haben wir einen Baum gepflanzt.

Wir danken unseren Kunden, Partnern und Lieferanten, die mit uns den Baum „NovaLink“ in den letzten 15 Jahren gepflegt und zum Wachsen und Gedeihen gebracht haben.

Auf eine weiterhin gute Zusammenarbeit freut sich Ihr NovaLink-Team.



NovaLink
Unified Communications

Von KMU für KMU – Ihr Informatik-Partner in Ihrer Nähe.
NovaLink GmbH ■ 8500 Frauenfeld ■ 052 762 66 66 ■ info@novalink.ch ■ www.novalink.ch



- ◆ Personalidentifikation
- ◆ Zeiterfassung
- ◆ Auftragserfassung BDE
- ◆ Einsatzplanung
- ◆ Zutrittskontrolle

zwicky·electronic·ag
Höhgasse 25
CH-8598 Bottighofen
Tel. +41 71 672 80 10
Fax +41 71 627 80 13
Mail info@zwicky-ag.ch
www.wintime2000.ch

FDP
Die Liberalen

Carlo Parolari

in den Nationalrat

Für einen starken Thurgau

www.carlo-parolari.ch

2 × auf jede Liste



LISTE
4

Weitere Referenten und Moderation



Béatrice Mohr
Journalistin

Studium der Politikwissenschaften, Redaktorin und Moderatorin bei Radio Pilatus, dann freie Journalistin und Sprachdozentin an der HWV Luzern. 1989 bis 1993 Redaktorin und Moderatorin bei «Schweiz aktuell». Vier Jahre SFDRS-Korrespondentin in Genf und an der UNO, nationale und internationale Berichterstattung für Tagesschau, 10vor10, Rundschau und Schweiz aktuell.

Seit 1997 selbständige Produzentin in Genf, Realisation verschiedener TV-Reportagen, Dokumentarfilme, Serien für TSR und SF, «Voilà, Carte blanche aux Romands» für SF von 1998 bis 2004, «Small ist beautiful», «Tango Passion», «Alexander Pereira, ein Heimatfilm», «Donald Hess, Pendler zwischen Alpen und Anden».



Dr. Theo Waigel

Studium der Rechts- und Staatswissenschaften in München und Würzburg. Ab 1969 Referent im Bayerischen Finanzministerium, ab 1972 beim Ministerium für Wirtschaft und Verkehr. Ab 1972 Bundestags-Abgeordneter für den Wahlkreis Neu-Ulm. Von 1989 bis 1998 Finanzminister der Bundesrepublik Deutschland. Grosse Verdienste bei der Wiedervereinigung und der Einführung des Euro. Von 1988 bis 1999 Vorsitzender der CSU, seit 2009 deren Ehrenvorsitzender.

Seit 1999 für eine grosse Münchner Kanzlei tätig. Seit 2009 Compliance Monitor beim Technologiekonzern Siemens im Auftrag der US-Justizbehörden.



René Baumann
DJ Bobo

Nach Bäcker- und Konditorlehre (1984) Einstieg in die Breakdance- und Electric-Boogie-Szene. 1987 Schweizermeister im Showdance. Ab 1985 DJ im Jugendhaus Aarau, erstmals als «DJ Bobo!» Steile Karriere als Profi-DJ. 1989 erste eigene CD «I love you». Mit vielen Auftritten und einer Tour bald schweizweit erfolgreich und bekannt.

1992 internationaler Durchbruch mit «Dance with me». Der Rest ist Musikgeschichte ... Sein letzter Streich: Die 2010-Tour «Fantasy» unter dem Motto «Höher, schneller, DJ Bobo!».



Patrizia Laeri
Redaktorin «10vor10» und Moderatorin «SF Börse»

Lic. oec. publ. Universität Zürich. Verschiedene Wirkungsbereiche als Journalistin bei der NZZ und SF. 2002 Einstieg beim Schweizer Fernsehen, unter anderem auf den Redaktionen Kassensturz, Rundschau, Tagesschau und 10vor10. Seit 2005 berichtet sie als 10vor10-Reporterin regelmässig vom World Economic Forum und immer auch wieder aus dem Bundeshaus.

Gleichzeitig produziert sie Ausland-Reportagen wie «Transsib: von Moskau nach Wladiwostok» oder «Transasia: von Istanbul nach Teheran». Seit 2008 moderiert sie zusätzlich «SF Börse». Bekannt für freundliche, aber bestimmte Interviews, die selbst mächtigste Männer ins Schwitzen bringen ...

Von der Gratwanderung in der Modebranche

Er stieg die Karriereleiter bei der Schild AG bis ganz nach oben: Erst war er als Marketing- und Verkaufsleiter tätig, dann – von 2006 bis 2009 – als Geschäftsführender Partner. Und seit Juni 2010 ist Thomas Herbert CEO des Unternehmens.

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

Thomas Herbert, am Wirtschaftsforum Thurgau geben Sie Auskünfte darüber, wie man im Modemarkt erfolgreich bleibt. Können Sie uns vorweg schon zwei, drei Punkte nennen?

Ja sicher, eine Modekette zu führen, bedeutet immer viel Detailarbeit, denn es gibt unzählige Faktoren, die den Erfolg beeinflussen. Ein weiterer Punkt ist die Konsequenz, mit der man sich die klare Positionierung erarbeiten muss: Man kann nicht alle Kunden ansprechen, sonst verzettelt man sich. Hier braucht es in der Mode im Vergleich zu anderen Branchen einen etwas längeren Atem, weil man oft Entscheide trifft, deren Auswirkungen man erst ein halbes oder ein ganzes Jahr später überprüfen kann; z. B. gewisse Kollektionsentscheide. Und ich glaube fest daran, dass der Kunde heute beim Besuch im Laden oder selbst im Onlineshop einen Mehrwert erwartet – allein schon die kompetente Modeberaterin kann hier den Unterschied machen.

Muss man als Unternehmen ein Trendsetter sein?

Als Unternehmen muss man vor allem die Bedürfnisse der Zielgruppe in Abstimmung mit der gewählten Positionierung erfüllen. Denn nicht alle Kundinnen und Kunden suchen den absolut «letzten Schrei». Gerade in der Mode ist dies immer auch eine Gratwanderung: Aktuelle Mode und Trends ja, aber nicht so, dass man auf der Strasse auffällt. Entscheidend ist dabei immer auch, dass sich der Kunde wohlfühlt in seiner Bekleidung und diese seine Persönlichkeit unterstreicht. Man muss aber dem Kunden in jedem Fall den Eindruck vermitteln, Mode zu verstehen.



Thomas Herbert

Was ist härter, die Konkurrenz aus dem Ausland oder jene aus dem Inland?

Wettbewerb ist Wettbewerb! Und im Schweizer Textildetailhandel relativiert sich die Frage nach Inland oder Ausland ohnehin. Die ausländische Konkurrenz ist schon seit Jahrzehnten im Markt. Im Gegensatz zu den Food- und Near-Food-Detailhändlern leben die Modehäuser schon sehr lange damit und haben gelernt, sich entsprechend zu behaupten.

Wie wichtig ist ein weiteres Wachstum der Gruppe?

Wachstum ist wichtig, aber nicht um jeden Preis. Wir verfolgen deshalb eine klare und selektive Wachstumsstrategie in der Schweiz. Einerseits wollen wir mit unseren SCHILD-Modehäusern wachsen; dafür gibt es in der Schweiz aber maximal noch fünf bis zehn

geeignete Standorte, die eine so grosse Fläche rechtfertigen. Andererseits wachsen wir mit sogenannten Markenshops, die auch in regionalen Städten und Einkaufszentren eröffnet werden können. Hier wird jeweils nur eine unserer im Modehaus vertretenen Marken mit einem komplett eigenständigen Auftritt angeboten. Wir führen derzeit 15 Markenshops und sehen ein Potenzial von insgesamt 50 Läden. Zudem ist es uns gelungen, in den vergangenen Jahren deutlich auf der bestehenden Fläche zu wachsen, indem wir mehr Kunden für unsere Kollektionen begeistern konnten.

Legt man dereinst den Fokus auch aufs Ausland?

Nein, wir fokussieren uns ganz klar auf die Schweiz. Diesen Markt und seine lokalen Eigenheiten kennen wir sehr genau. Im an-

grenzenden Ausland sind der Modemarkt und vor allem die erstklassigen Standorte bereits sehr gut abgedeckt. Chancen haben dort allenfalls noch vertikalisierte, internationale Modeketten oder Luxusmarken im obersten Preissegment. Diese sind in der Lage, für Toplagen bedeutend höhere Mieten zu bezahlen als wir.

Wie haben Sie selbst die Welt der Mode entdeckt?

Ich habe mich schon immer für Modetendenzen und die Entwicklung verschiedener Stilrichtungen interessiert. Während meiner Teenagerzeit in den 1980er Jahren durchlebte die Modewelt einen aussergewöhnlich spannenden Zyklus mit einer Vielzahl unterschiedlichster Strömungen. Dies zu beobachten und daran aktiv teilzuhaben, faszinierte mich. Beruflich setzte ich mich 1995 als Gruppenverkaufsleiter für Damen- und Herrenmode im Warenhaus Globus erstmals mit der Mode auseinander. Seither hat mich diese Branche nie mehr losgelassen.

Demnach war Mode für Sie schon immer ein wichtiger Bestandteil Ihres Alltages?

Ja, absolut, ich finde es nach wie vor spannend und interessant, die unterschiedlichen und sehr individuellen Bekleidungsstile zu beobachten. Dabei gibt es selbst innerhalb der Schweiz grosse Unterschiede im Bekleidungsstil von Stadt zu Stadt.

Wo sehen Sie in Zukunft die grössten Hürden für die Schild AG?

Wir müssen uns als kompetentes Modehaus in einem stark umkämpften Markt weiter behaupten. Dazu müssen wir einerseits beim Wachstum die entsprechenden Ladenlokale finden, die auch preislich Sinn machen. Diese sind leider auch in der Schweiz Mangelware. Zudem muss es uns gelingen, auch in Zukunft im Markenangebot und im Sortiment eine hohe Exklusivität zu erhalten, damit die Kunden einen spezifischen Grund haben, zu SCHILD zu gehen. Labels, die bereits eine breite Distribution haben, führen hier nicht zum Ziel.

Und wo sehen Sie die grössten Chancen?

Wir haben eine klare Positionierung und legen grossen Wert auf die Pflege einer breiten Stammkundschaft. Fachmännische Beratung und hoher Servicegrad haben bei uns erste Priorität – z. B. mit unserem Onlineshop oder unseren Savile-Row-Lounges für die Masskonfektion. Damit bieten wir Dienstleistungen an, die uns von der Konkurrenz unterscheiden und beim Kunden hohe Akzeptanz finden. Und wir müssen natürlich mit der Mode Schritt halten und diese Grundkompetenz täglich erneut unter Beweis stellen. ■

Zum Unternehmen

Die Schild AG ist ein 1922 gegründetes, führendes Modehaus der «gehobenen Mitte» mit 31 Modehäusern und zwei Outlet-Standorten sowie 15 Markenshops in der Deutsch- und Westschweiz.

Anzeige

WERREN & THOMANN

Gewinnung und Selektion von Ingenieuren. Seit 1997.

Wir kennen Ihre Bedürfnisse und stellen Ihnen unser ganzes Beziehungsnetz und Know-how zur Verfügung!

Wir beobachten den Kader- und Spezialistenmarkt in folgenden Branchen, damit Sie schnell und effektiv rekrutieren können:

- Maschinen-, Apparate- und Anlagenbau
- Elektroindustrie
- Automation (Industrie / Gebäude)
- Verfahrenstechnik
- Technische Betriebe der Öffentlichen Hand
- Zulieferer und Dienstleister obiger Branchen

Werren & Thomann Unternehmens- und Personalberatung GmbH
Bahnhofstr. 12a, 8583 Sulgen, Tel. 071 642 15 42
info@wut.ch, www.wut.ch

ingenieurkarriere.ch

Steigende Druckkosten im Büro und was dagegen getan werden kann

Das papierlose Büro scheint, entgegen der Vorhersage einiger digitaler Pioniere, eine Fiktion zu bleiben. Der Anteil auf Papier «gespeicherter» Informationen nimmt zwar stark ab, aber die absolut vorhandene Informationsmenge explodiert geradezu, was am Ende doch zu noch mehr gedruckten Seiten und damit zu mehr Kosten führt. Dieser kontinuierliche Anstieg der Druckkosten blieb aber in den meisten Unternehmen unbemerkt weil zu viele Budgets, Kostenstellen und Verantwortliche ins Thema involviert waren. Aber es gibt Lösungen.

Oft denken wir nur an Dinge, die sofort ins Auge stechen (Drucker, Papier und Toner). Aber wer kalkuliert schon die ganzen Betriebsprozesse mit ein, den Aufwand für die Nachbestellungen und all die notwendigen IT-Dienstleistungen? Das Schweizer Familienunternehmen Witzig The Office Company mit Sitz in Frauenfeld optimiert nun die Druckerflotte von Firmen nicht nur über die direkten Kosten, sondern vor allem über die indirekten Einflussfaktoren.

Verborgene Kosten beim Drucken

Witzig The Office Company, bietet einen pragmatischen Lösungsansatz für die ganzheitliche Organisation des Druckens. Ähnlich einem Eisberg werden dabei einerseits die bekannten Druckkosten wie Hardware-, Verbrauchsmaterial- und Servicekosten an der Spitze analysiert, vor allem werden aber die wesentlich stärker ins Gewicht fallenden, unbekannteren Kosten unterhalb der Wasseroberfläche – Bereiche mit sehr hohem Sparpotential – unter die Lupe genommen. «Eine gewissenhafte Datenerhebung, nachvollziehbare Kalkulationen und ein vertrauenswürdiger Partner – darauf kommt es bei der Reduzierung der hohen Druckerkosten im Unternehmen an», sagt Jens Björnsen von Witzig The Office Company. Höhere Produktivität, tiefere Kosten, mehr Transparenz und auch zufriedener Mitarbeiter sind das Ergebnis.

Optimierung statt Rationalisierung

Es werden alle Komponenten der Druckertätigkeit eines Unternehmens analysiert, neu strukturiert und sinnvoll aufeinander abgestimmt. Dazu setzte Witzig The Office Company für seine Kunden ein webbasiertes Monitoring System (eFleet) ein, und macht damit das Handling der Druckerflotte in Bezug auf Verbrauchsmaterial und Support zu einem Kinderspiel.

Die Stadt Winterthur macht's vor

Die Stadt Winterthur macht vor, wie das in Realität aussehen kann: Zu Beginn des Jahres 2010 hat sie sich für eine Neuausrichtung der eigenen Druckerflotte entschieden, und das mit Gewinn. Thomas Schneider von den Informatikdiensten Sadt Winterthur attestiert: «Die Zahl der seit Januar 2011 in Betrieb stehenden Geräte wurde

um rund die Hälfte reduziert und die Kosten im Druck-Output sollen um rund 30% gesenkt werden. Diese prognostizierten Einsparungen werden wir nach einem Jahr durch eine Nachkalkulation überprüfen. Anstelle von vielen kleinen, im Betrieb verstreuten Geräten arbeiten wir heute mit multifunktionalen Geräten an zentralen Standplätzen.» Ein voller Erfolg für die Stadtverwaltung Winterthur, aber auch für Umwelt. Denn nebst der kompletten Logistik, der Finanzierung und dem Service, stellte Witzig The Office Company die Wiederverwendung bzw. umweltgerechte Entsorgung der mehr als 2000 Altgeräte sicher. ■

DRUCKERFLOTTEN-MANAGEMENT



«Wir ersetzen nur, was nötig ist»

Jens Bjørnsen ist Leiter Geschäftsbereich Bürobedarf und -technik von Witzig The Office Company mit Hauptsitz in Frauenfeld. Im Kurzinterview erklärt er, warum die Druckkosten in Unternehmen trotz «papierlosem Büro» immer noch steigen und wie KMU dank MPS gegensteuern können.

Interview: Stephan Ziegler

Jens Bjørnsen, mit der zunehmenden Verbreitung der EDV in Unternehmen wurde einst das «papierlose Büro» prophezeit. Trotzdem scheint es, also drucken wir immer mehr.

Der Anteil der Informationen, die auf Papier «gespeichert» werden, nimmt zwar stark ab, aber die absolut vorhandene Informationsmenge explodiert geradezu. Das führt am Ende doch zu immer mehr gedruckten Seiten und damit zu mehr Kosten. Leider bleibt dieser kontinuierliche Anstieg der Druckkosten in den meisten Unternehmen unbemerkt, weil zu viele Budgets, Kostenstellen und Verantwortliche ins Thema involviert sind.

Das hängt wohl damit zusammen, dass das Drucken in den meisten IT-Abteilungen etwas stiefmütterlich behandelt wird. Das ist leider so. Für mich ist das schwer nachvollziehbar, weil gerade mit einem intelligenten Dokumentenmanagement enorme Kosten gespart werden könnten. Stellen Sie sich einmal vor, was der Unterhalt und die Verbrauchsmaterialien für Geräte von sieben Herstellern mit 25 verschiedenen Modellen, ebenso vielen verschiedenen Tonern und Treibern und sogar Papieren kostet. Das ist die Realität in vielen Unternehmen, wo sich fast noch jeder selbst um «seinen» Drucker kümmert.

Witzig schlägt hier einen anderen Weg vor, den Managed Print Service (MPS). Wie gehen Sie bei einem typischen KMU vor, um seine Druckkosten zu optimieren? Wir installieren beim Kunden unsere Ana-



Jens Bjørnsen, Witzig The Office Company

lysesoftware «Fleet» auf dem Server, die uns, nach ein paar Wochen Betriebszeit, genau sagen kann, welches Gerät wieviel druckt, wie die direkten und indirekten Kosten aussehen, wie das Alter und der Zustand der Geräte und der Printserver sind. Wir analysieren diese Parameter und machen dem Kunden dann einen Vorschlag, wie er seine Druckerflotte – und damit seine Kosten – optimieren kann.

Das läuft wahrscheinlich darauf hinaus, dass Sie ihm vorschlagen, seine Hardware durch Modelle eines einzigen Herstellers zu ersetzen?

Eben nicht. Wir analysieren genau, was am gescheitesten wann und mit was ersetzt wird. Wir erstellen eine rollierende Ersatzplanung, mit welcher der Printpark unseres Kunden zwar stetig optimiert wird, aber nicht auf einen Schlag – schliesslich ist seine Hardware grösstenteils sicher noch lan-

ge funktionstüchtig, da macht es keinen Sinn, sie zu entsorgen.

MPS kann aber noch mehr?

Natürlich. Dank MPS ist es unseren Kunden möglich, Bestellungen von Verbrauchsmaterialien auf Knopfdruck oder auch automatisch auslösen zu lassen. Und das MPS sagt uns auch, wann welches Gerät gewartet oder ersetzt

werden muss oder ob es beispielsweise Geräte gibt, die kaum oder gar nicht genutzt werden und die gestrichen werden können.

Der Kunde bekommt bei Ihnen also alles aus einer Hand?

Ja, und zwar markenunabhängige Geräte, Verbrauchsmaterialien und den Service. Ist MPS erst einmal aktiv, braucht sich unser Kunde praktisch um nichts mehr zu kümmern und kann sicher sein, dass seine Kosten trotzdem stetig optimiert werden. Wir reduzieren step by step so viel wie nötig. Kurz zusammengefasst analysieren wir die Situation beim Kunden, harmonisieren seine Druckerflotte, optimieren das Handling und übernehmen Service und Support. Die Stadt Winterthur etwa wird von uns mit MPS betreut. Das sind 1300 Geräte, die wir im Volls-service betreuen dürfen. Das Sparpotenzial für Winterthur liegt hier bei rund 30 Prozent! ■

Wirtschaft und Informatik – eine Symbiose

Das ZbW erweitert sein Ausbildungsportfolio um den/die dipl. Wirtschaftsinformatiker/in HF

Am Zentrum für berufliche Weiterbildung startet am 24. Oktober 2011 ein neuer Weiterbildungslehrgang, welcher zum Titel Dipl. Wirtschaftsinformatiker/in HF führt und eidgenössisch anerkannt ist.

Sobald Wirtschafts- bzw. Unternehmensprozesse mit Hilfe von Informatiksystemen abgebildet bzw. optimiert werden sollen, sind sie die gefragten Spezialistinnen und Spezialisten: Wirtschaftsinformatikerinnen bzw. Wirtschaftsinformatiker. Nun ist es auch am Zentrum für berufliche Weiterbildung möglich, sich in diesem anspruchsvollen Bereich weiter zu bilden.

Der Lehrgang bietet vielfältige Tätigkeitsfelder und verfolgt das Ziel, die Absolventinnen und Absolventen zu Generalisten im Bereich der Wirtschaftsinformatik auszubilden. Dadurch sind sie in den Schnittstellendisziplinen zwischen Betriebswirtschaft und Informatik gefragte und kompetente Praktikerinnen bzw. Praktiker mit einem breiten Spektrum an Wissen und Können. Sie sind vorbereitet, anspruchsvolle Aufgaben in Führung, Beratung und Technologie wahrzunehmen und tragen somit in wesentlichen Bereichen zum Erfolg einer Institution bei.

Lehrgangskonzept

Wichtig für eine praxisgerechte Weiterbildung ist die enge Verzahnung mit der Praxis. Diesem Anspruch wird das ZbW durch

praxisorientierte Transferprojekte gerecht, in welchen die Studierenden ihr Wissen erproben und ihre erworbenen Kompetenzen unter Beweis stellen. In diesen Prozess wird auch die aktuelle Berufstätigkeit der Studierenden mit einbezogen.

Ein Steering-Board (Lenkungsausschuss), welches sich aus Persönlichkeiten von namhaften Firmen sowie Vertreterinnen und Vertretern des Kompetenzzentrums für angewandte Berufspädagogik (OKB) zusammensetzt, definiert die Lehrinhalte der Ausbildung und sorgt für die notwendige Verzahnung mit der Praxis sowie die pädagogisch korrekte Umsetzung im Studium. Damit wird sicher gestellt, dass die Studierenden auch diejenigen Kompetenzen erwerben, welche auf dem Arbeitsmarkt gefragt sind.

Eckdaten

- Voraussetzungen: Abgeschlossene Berufslehre im technischen (Informatik oder Mediamatik) oder kaufmännischen Bereich
- Abschluss: Dipl. Wirtschaftsinformatiker/in HF (das Anerkennungsverfahren beim Bundesamt für Berufsbildung und Technologie BBT läuft mit der ersten Kursdurchführung)
- Kursort: ZbW St. Gallen
- Kursdauer: 6 Semester
- Beginn: 24. Oktober 2011
- Unterrichtszeiten: Freitag: 13.00–20.30 Uhr.
Gelegentlich am Samstag: 08.15–11.45 Uhr.
Wochenseminare im 2. und 4. Semester
- Kosten: Ab Fr. 3'100.– pro Semester
(abhängig vom stipendienrechtlichen Wohnsitz)
- Prüfungsgebühr: Fr. 2'600.–
- Informationsabend:
Montag, 22. August 2011, 18.00 Uhr, ZbW



Kontakt: Marcel Egloff; megloff@zbw.ch
Weitere Informationen finden Sie auch auf unserer Webseite:
www.zbw.ch.

Ihr zuverlässiger Partner im Thurgau für die
Marken Mercedes-Benz, smart und Citroën

AutoLANG
Center Kreuzlingen und Frauenfeld

Auto Lang AG

Langfeldstrasse 76, Frauenfeld
Sonnenwiesenstrasse 17, Kreuzlingen

autolang.ch / info@autolang.ch



...die neue M-Klasse...
ab 20. November 2011 bei uns!

Praxisnahe Weiterbildung am ZbW

Aus der Praxis, für die Praxis: Seit Jahrzehnten bereiten sich engagierte Berufsleute am ZbW auf eidg. Berufsprüfungen (EFA), eidg. höhere Fachprüfungen mit Diplom (ED) oder auf ein Diplom HF (Höhere Fachschule) vor. Sie werden unterrichtet von methodisch und didaktisch geschulten Fachleuten, die mitten im Berufsleben stehen und nebenamtlich als Lehrbeauftragte ihr Wissen weitergeben.

Dipl. Wirtschaftsinformatiker/in HF

Abschluss

Dipl. Wirtschaftsinformatiker/in HF
(Höhere Fachschule)

Lehrgang

Als Teilnehmerin bzw. Teilnehmer dieses Lehrgangs profitieren Sie von einem fundierten und modernen Ausbildungskonzept, welches nicht träges Wissen generiert, sondern Sie dazu befähigt, in der komplexen Arbeitswelt zu bestehen. Dazu haben wir ein mehrschichtiges Ausbildungssystem entwickelt, welches Sie während Ihres Studiums optimal unterstützt. Ein Steering-Board (Lenkungsausschuss), welches sich aus Persönlichkeiten von namhaften Firmen sowie Vertreterinnen und Vertreter des Kompetenzzentrums für angewandte Berufspädagogik zusammensetzt, definiert die Lehrinhalte der Ausbildung und sorgt für die notwendige Verzahnung mit der Praxis sowie der pädagogisch korrekten Umsetzung im Studium.

Voraussetzungen

Für die Ausbildung zum/zur dipl. Wirtschaftsinformatiker/in HF bringen Sie folgende Voraussetzungen mit:

- eidg. Fähigkeitszeugnis als Informatiker/in oder
- eidg. Fähigkeitszeugnis als Mediamatiker/in oder
- eidg. Fähigkeitszeugnis Kauffrau/Kaufmann Profil M oder E oder
- Diplom einer vom Bund anerkannten Handelsschule oder
- ein eidg. Fähigkeitszeugnis eines anderen Berufs mit mindestens dreijähriger Grundbildung oder
- einen Maturitätsabschluss und mindestens drei Jahre Berufserfahrung im Umfeld der Wirtschaftsinformatik

Kursdauer: 6 Semester, berufsbegleitend

Kursort: St. Gallen

Kursbeginn: Oktober

Unterrichtszeiten:

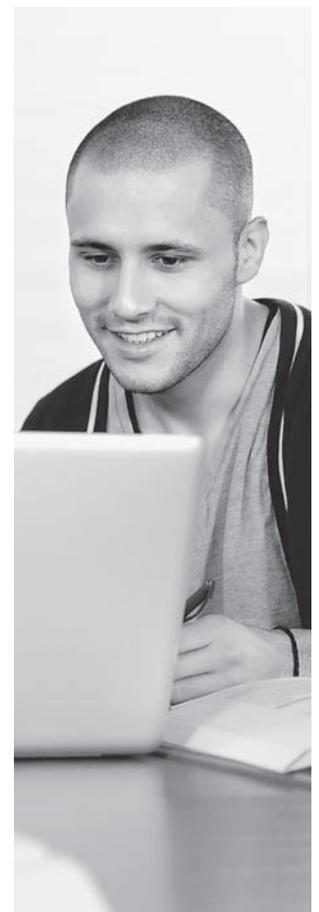
Freitag von 13.00–20.30 Uhr,
gelegentlich Samstags von 8.15–11.45 Uhr
sowie Wochenseminare im 2. und 4. Semester

Ansprechpartner:

Marcel Egloff, megloff@zbw.ch

Weitere Informationen:

www.zbw.ch



Bekenntnis zum Standort Weinfelden

Die Hasler Transport AG baut ihr Dienstleistungsangebot aus. Durch den Bezug der ehemaligen Pommes-Frites-Fabrik an der Gaswerkstrasse in Weinfelden verdoppelt das Familienunternehmen seine Logistikkapazitäten.

Text: Richard Ammann

Bilder: Bodo Rüedi, zVg.

Mit dem neuen Lagergebäude stehen den Kunden rund 6000 Quadratmeter mehr Lagerfläche zur Verfügung. Dieser Kapazitätsausbau ist, wie Geschäftsleiter und Mehrheitsaktionär Dominik Hasler erklärt, ein klares Bekenntnis der 1928 gegründeten Transportfirma zum Standort Weinfelden. Die Umbauarbeiten mit lokalen Bauunternehmen sind weitgehend abgeschlossen, der Bezug der ehemaligen «Pomfriti» ist im Gang. Auf der Ostseite des markanten Lagergebäudes wurden neue Rampen erstellt, im Innern liess die Bauherrschaft einen grossräumigen 6-Tonnen-Lift einbauen. Nebst der Ein- und Auslagerung von Gütern aller Art werden hier auch Container für die ganze Welt verladen und abgefertigt. In die ehemalige Pommes-Frites-Fabrik kehrt wieder Leben ein.

Hohe Auslieferqualität, persönliche Betreuung

Die Hasler Transport AG ist eines der wenigen unabhängigen, gesamtschweizerisch tätigen Transportunternehmen, das einen 24-Stunden-Service für Lieferungen und Abholungen erbringt. Mit rund 40 Fahrzeugeinheiten und 70 Mitarbeitenden am Standort Weinfelden transportiert die Firma Produkte und Güter für über 350, mehrheitlich in der Ostschweiz domizilierte Kunden. Es handelt sich vorwiegend um Stückguttransporte, bei denen der Kundennutzen mit hoher Auslieferqualität im Mittelpunkt steht. Die Mitarbeiter der Hasler Transport AG kennen die Produkte der Kundschaft, weil sie diese selber beim Auftraggeber abholen. Es findet kein anonymer Nachtverlad statt. Die anvertrauten Güter



Dominique Hasler: Der Enkel des Firmengründers leitet heute das Weinfelder Traditionsunternehmen.



Lagergebäude mit neuen Rampen.



Anhängerzug der Hasler Transport AG im Einsatz.

werden in der Regel nur auf der eigenen Plattform in Weinfelden umgeladen, womit mögliche Fehlerquellen wie Schäden und Fehlverlade weitestgehend ausgeschaltet sind. Seit Jahren wird die Firma von beteiligten Versicherungen eine rekordtiefe Schadensquote attestiert. Der persönliche Kontakt ist eines der wichtigsten Geschäftsprinzipien. Deshalb werden die Kunden während Jahren durch die gleichen Ansprechpartner betreut. Auf ein anonymes Call-Center verzichtet die Hasler Transport AG, die Kunden verfügen über die Direktnummern der zuständigen Sachbearbeiter. Diese sind sich auch nicht zu schade, auch für Einzelsendungen eine verbindliche Offerte abzugeben.

«Ihr Kunde ist unser Kunde» lautet das Motto der Hasler Transport AG. Das Mitarbeiterteam erfüllt mit grösster Zuverlässigkeit und Umsicht die Aufträge. Die Kunden haben daher die besten Voraussetzungen, um ihre gegenüber der Kundschaft eingegangenen geschäftlichen Vereinbarungen erfüllen zu können. So wird Logistik zum Erfolgsfaktor.

Für diesen Zweck steht ein Fahrzeugpark mit 18 Anhängern, 11 Solo-Last-

wagen, 5 Sattelschleppern, 5 Lieferwagen und verschiedenen Spezialfahrzeugen für Überbreiten und Überhöhen zur Verfügung. Alle Fahrzeuge sind mit Hebebühne, GPS, Fahrzeugortung und Gefahrgut-Equipment ausgerüstet.

Stark wachsende Logistiksparte

Die Hasler Transport AG erbringt auch Dienstleistungen im Bereich der Lagerlogistik.

Diese Sparte wächst zurzeit besonders stark. Nicht nur die Logistikkapazitäten wurden deshalb auf rund 12.000 Quadratmeter Fläche verdoppelt, auch die Zahl der Arbeitsplätze in dieser Sparte konnte angehoben werden. ■

Vom Brennstoffhändler zum Transport- und Logistikunternehmen

Die Unternehmung wurde vor 83 Jahren von Jakob Hasler, dem Grossvater des heutigen Firmeninhabers gegründet. Seit 1932 befindet sich das Domizil in Weinfelden. Vom Einmannbetrieb entwickelte sich die Firma im Laufe der Zeit zu einer Transportunternehmung mit mehreren Dutzend langjährigen Mitarbeitenden. Der Handel mit Heizöl und festen Brennstoffen, der in den ersten Jahren im Vordergrund stand, wurde in den siebziger Jahren des 20. Jahrhunderts aufgegeben. Er machte den Stückguttransporten im Inland Platz, auf welche sich das Unternehmen in der Folge spezialisierte. 1992 erfolgte die Umwandlung der Firma in die Aktiengesellschaft Hasler Transport AG.

Im selben Jahr wurde der neu erbaute Terminal mit Geleiseanschluss und Lagerhaus in der Weinfelder Industriezone bezogen. Nebst der erforderlichen Lager- und Umschlagsinfrastruktur sind vor allem die grosszügig gestalteten Verkehrsflächen für Transport und Güterumschlag erwähnenswert. Eine eigene Waschanlage bietet Gewähr für einen sauberen und gepflegten Auftritt der Hasler-Flotte auf den Schweizer Strassen.

Wirtschaftsstandort Schweiz: Vorwärts!

Öffentlicher Anlass mit Bundesrat Johann Schneider-Ammann zum Thema
«Wirtschaftsstandort Schweiz: Vorwärts!»

Der Franken ist im Vergleich zum Euro und dem US-Dollar so stark wie noch nie. Sogar eine Kursparität Franken-Euro kann derzeit nicht mehr ausgeschlossen werden.

Nicht nur die Exportindustrie und der Tourismus leiden: Der Einkaufstourismus ins benachbarte Ausland führt zu star-

ken Umsatzverlusten im Detailhandel der grenznahen Kantone. Teile von Produktionsstätten könnten bald in den günstigen EU-Raum verlagert werden. Die Folgen für die gesamte Schweizer Wirtschaft und die Wirtschaft des Kantons Thurgau sind derzeit noch nicht absehbar.

Die FDP.Die Liberalen Thurgau suchen nach Lösungen und laden Bundesrat Jo-

hann Schneider-Ammann in den Thurgau ein, um diese dringenden Fragen zu besprechen.

Vertreter von Industrie und Gewerbe, der gesamten Wirtschaft, aber auch generell das interessierte Publikum sind herzlich eingeladen zur öffentlichen Veranstaltung. ■



Zeit:

Montag, 12. September 2011
19.30–21.15 Uhr

Ort:

Casino Frauenfeld
Bahnhofplatz
8500 Frauenfeld

Thema:

Bundesrat Johann Schneider-Ammann spricht über «Wirtschaftsstandort Schweiz: Vorwärts!»

Anschliessend Fragerunde und Apéro.

Ein Anlass der FDP.Die Liberalen Thurgau

Anzeige

FDP
Die Liberalen

LISTE 4

Für eine starke Thurgauer Wirtschaft.

Peter Schütz Max Vögeli Brenda Mäder Heidi Grau-Lanz Hermann Hess Carlo Parolari

FDP.Die Liberalen Max Vögeli in den Ständerat www.maxvoegeli.ch www.fdp-tg.ch



ES LOHNT SICH.

Auch das Magazin, das Sie in Händen halten, hat die Frehner Consulting AG realisiert. Neben über tausend anderen. Wenn Sie Interesse an einem inseratefinanzierten Imagemagazin haben, sprechen Sie mit uns.



Frehner Consulting AG
Unternehmensberatung für Public Relations

Frehner Consulting AG, Zürcherstrasse 170, CH-9014 St.Gallen
Tel. +41 (0)71 272 80 50, info@frehner-consulting.com

Erlebniswelten der AFG

Schöne Aussichten am Feierabend



Heiztechnik und Sanitär



Küchen und Kühlen



Fenster und Türen



Stahltechnik



Oberflächentechnologie



Logistik



AFG Arbonia-Forster-Holding AG
 Amriswilerstrasse 50, CH-9320 Arbon
 T +41 71 447 41 41, F +41 71 447 45 88
 holding@afg.ch, www.afg.ch



AFG
Arbonia-Forster-Holding AG