

SONDERAUSGABE ZUM WIRTSCHAFTSSTANDORT THURGAU



Regierungspräsidentin Monika Knill:

Wachstumsdynamik als herausfordernde Aufgabe

Seite 6

Wirtschaftsforum Thurgau:

Gemeinsam stärker

Seite 47

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

IWC
SCHAFFHAUSEN



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



«Thurgau entwickeln – Thurgau bleiben»

Der Thurgau hatte vor noch nicht langer Zeit mit einer besorgniserregenden Wachstumschwäche zu kämpfen. Heute ist der Kanton, gestützt auf entsprechende Standortförderungsanstrengungen, attraktiv und begehrt – sowohl als Wohnort als auch für Unternehmen. Er verzeichnet einen positiven Wanderungssaldo, unter anderem einen überdurchschnittlich starken Zuzug von hoch qualifizierten Fachleuten aus andern Kantonen. Dies wird als Bereicherung gewertet, ohne dabei die Augen zu verschliessen, dass damit auch neue Herausforderungen bezüglich Infrastruktur, Siedlungspolitik und Integration auf den Thurgau zukommen.

Regierungspräsidentin Monika Knill (SVP) ist eine repräsentative Prima inter pares. Sie strahlt im LEADER-Gespräch die den Thurgauern eigene Ausgewogenheit zwischen Entwicklungsdynamik und Bewahrung von Gewachsenem und Gewordenem aus. Die Regierung hat für die neue Amtsperiode die Signale auf umsichtiges Wachstum gestellt. Im Mittelpunkt der Anstrengungen unter dem Motto «Thurgau entwickeln – Thurgau bleiben» stehen neue Betriebe und Arbeitsplätze, verbunden mit der Förderung des Kantons als Bildungs-, Kultur- und Erholungsraum. Gleichzeitig stehen die Zukunft der Bauzonen, die Siedlungserneuerung und die innere Verdichtung auf dem Programm. Ein Fernziel ist die angemessene Mitwirkung an der Expo 2027 in der Ostschweiz, für die sich der Thurgau mit seiner attraktiven Bodensee-Uferlandschaft geradezu empfiehlt.

Eine besonders erwähnenswerte langfristige Strategie ist die in die Regierungsrichtlinien aufgenommene Förderung der Familien. Wie im schweizerischen Schnitt liegen auch im Thurgau die Geburtenraten tiefer, als für den Generationenerhalt erforderlich wäre. Auf dem Programm stehen eine familienfreundliche Steuer-, Stipendien- und Krankenkassengesetzgebung sowie die Erarbeitung einer ganzheitlichen Generationenpolitik. Damit die Thurgauer nicht aussterben, braucht es aber nicht nur gute staatliche Rahmenbedingungen, sondern auch eine Wiederentdeckung althergebrachter ideeller Werte. O-Ton Knill: «Die Familien bilden das Rückgrat unserer funktionierenden Gesellschaft. Es muss wieder in sein, eine Familie zu gründen. Letztlich sollte die persönliche Überzeugung vorhanden sein, dass Kinder unser persönliches Leben bereichern und dass dafür nicht der Staat verantwortlich ist.»

Richard Ammann
Redaktionsleiter

Die ersten Türen in Europa mit dem Label natureplus

Die natureplus®-Produktlinie stellt einen Quantensprung in der Herstellung von ökologischen Türen dar. Die erreichten Kennwerte setzen einen neuen Masstab in Bezug auf Umwelt und Gesundheit.



natureplus
for better living



RWD Schlatter
TÜREN

www.rwdschlatter.ch

Ein Unternehmen der



AFG
Arbonia-Forster-Holding AG



Die SIGG Switzerland AG in der Offensive

Der neue CEO Patric Zingg über Uhren und Flaschen, den Markt USA und den Produktionsstandort Schweiz.

Seite 12

18 Beherrschbare Inflationsgefahr

TKB-CEO Peter Hinder sieht für die Schweiz gute Chancen, die Inflation im Zaum halten zu können.

28 «Die ganze Wirtschaft ist betroffen»

IHK-Direktor Peter Maag über die Notwendigkeit des Jas zu BTS und OLS.

38 Boomvillage mit hoher Wohneigentumsquote

Die Thurgauer Wachstumsdynamik am Beispiel von Tägerwilten.

42 Public Affairs für den SBKV

Urs Wellauer – vom Confiseur zum Verbandslobbyisten

47 Zusammenschlussmodelle, ihr Potenzial und ihre Risiken.

Das Thema des 16. Wirtschaftsforums Thurgau lautet: «Vernetzungen, Allianzen, Partnerschaften – Gemeinsam die Zukunft anpacken und meistern.»

52 Sonnenschirmbezüge, die UV-Strahlen filtern

Die Glatz AG, Frauenfeld, spielt in der obersten Liga der führenden Sonnenschirmherstellerinnen weit über die Schweizer Grenzen hinaus.

54 Internationale Erfolgsstory am Bodensee

Die Gleis- und Weichen-Entwicklerin Schwihaag AG hat in ihrer Branche Geschichte geschrieben.

58 Das Obstsorten-«Museum» in Roggwil

Der Verein Obstsortensammlung sorgt dafür, dass Äpfel, Birnen, Kirschen, Zwetschgen und Pflaumen mit ihrem Genmaterial erhalten bleiben.

64 Kulinarisches Paradies mit einheimischen Erzeugnissen

Die Thurgauer Gastronomie hat einen ausgezeichneten Ruf.

74 Der Think Tank Thurgau vor dem Jubiläumsjahr

Die Stiftung hat Projekte angestossen, die weite Kreise gezogen haben.

78 Tauwetter beim HC Thurgau

Seit Mai 2011 wirkt beim HC ein komplett erneuerter Verwaltungsrat unter dem Präsidium des Weinfelder Rechtsanwalts Peter Muri.



SPECIAL zum Wirtschaftsstandort Thurgau

Impressum

Magazin LEADER, MetroComm AG, Zürcherstrasse 170, 9014 St.Gallen, Telefon 071 272 80 50, Fax 071 272 80 51, leader@metrocomm.ch, www.leaderonline.ch | Verleger: Natal Schnetzer | Redaktion: Richard Ammann (Leitung), rammann@metrocomm.ch | Autoren in dieser Ausgabe: Stefan Millius, Daniela Winkler, Nicole Trinkler-Jauder, Roman Salzmann, Lukas Vogt, Peter Wippermann, Christof Lampart | Fotografie: Bodo Rüedi, Philipp Baer | Geschäftsleitung: Natal Schnetzer, nschnetzer@metrocomm.ch | Anzeigenleitung: Martin Schwizer, mschwizer@metrocomm.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: Tammy Rühli, truehli@metrocomm.ch | Produktion: Printed by Switzerland | 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

metro
comm

«Erstmals mit einer Expo die Landesgrenze überschreiten»

Der Thurgau hatte noch vor wenigen Jahren mit einer Wachstumsschwäche zu kämpfen. Heute ist er attraktiv und begehrt – als Wohnort und als Standort für Unternehmen. Regierungspräsidentin Monika Knill im LEADER-Interview zur überregionalen Wettbewerbsfähigkeit des Thurgaus, zum Staatsvertrag betreffend den Fluglärm und zur Vision Expo 2027 in der Ostschweiz.

Interview: Richard Ammann **Bilder:** Bodo Rüedi

Frau Regierungspräsidentin, die regierungsrätlichen Ziele der Amtsperiode 2008–2012 wurden fast vollumfänglich erreicht (Steuersenkung, Netzabschluss BTS/OLS, Einführung der Kinder- und Erwachsenenschutzbehörden auf Anfang 2013 usw.). Wie lauten die ersten Erfahrungen mit der 2011 beschlossenen Bezirksreform?

Die Gerichte und die Strafverfolgungsbehörden sind dadurch noch leistungsfähiger geworden, ohne Abstriche der Bürgernähe. Die jährlichen Effizienzgewinne belaufen sich auf über eine Million Franken. Zudem bilden die heutigen Bezirke ideale Gefässe für die neuen Aufgaben wie die Errichtung der Kin-

und die innere Verdichtung und Siedlungserneuerung hinterfragen. Weitere Schwerpunkte bilden die langfristige Sicherung der Energieversorgung und der natürlichen Ressourcen sowie die Gewährleistung der Sicherheit von Menschen, Tieren und Sachen. Die Polizei soll ihre Präsenz verstärken, damit sich die Thurgauer Bevölkerung weiterhin sicher bewegen kann. Schliesslich wollen wir in den kommenden Jahren auch verschiedene E-Government-Projekte umsetzen.

In erster Linie sind die einzelnen Ziele und Massnahmen auf innerkantonale Entwicklungen ausgerichtet. Es gibt aber auch kantonsübergreifende Handlungsfelder wie das gemeinsame Agglomerationsprogramm Wil West mit dem Kanton St.Gallen. Übergeordnet bildet die Ausgewogenheit zwischen Entwicklungsdynamik und Bewahrung der bestehenden kantonalen Vorzüge eine herausfordernde Aufgabe. Der Regierungsrat setzt klare Ziele für die Weiterentwicklung des Kantons.

«Für viele Landgemeinden wäre eine kinderreiche Zuwanderung dringend nötig und erwünscht.»

des- und Erwachsenenschutzbehörden. Die Bezirke sind nun auch rechtsstaatlich einwandfreie Wahlkreise für die Parlamentswahlen.

Was für Hauptstossrichtungen, die für die ganze Ostschweiz von Bedeutung sind, gibt es für 2012–2016?

Die Regierungsrichtlinien für die neue Legislatur wurden der Öffentlichkeit im Juli vorgestellt. Es wurden sechs Schwerpunktziele identifiziert und durch konkrete Massnahmen unterlegt: So soll die Stellung des Thurgaus im überregionalen Wettbewerb gestärkt werden. Im Mittelpunkt stehen Anstrengungen zur Schaffung neuer Arbeitsplätze und zur Ansiedlung neuer Betriebe, verbunden mit Massnahmen zur Förderung des Kantons als Bildungs-, Kultur- und Erholungsraum. Unter dem Motto «Thurgau entwickeln – Thurgau bleiben» will der Regierungsrat ausserdem die Erweiterung von Bauzonen

Die Bevölkerungszahl des Kantons ist, hauptsächlich wegen der Migration, in den vergangenen Jahren stark gewachsen. Erstmals leben mehr als eine Viertelmillion Menschen hier. Wird die Zuwanderung im Thurgau eher als Bereicherung oder als Belastung empfunden?

Der Thurgau hatte noch vor wenigen Jahren mit einer besorgniserregenden Wachstumsschwäche zu kämpfen. Heute ist unser Kanton attraktiv und begehrt – als Wohnort wie auch als Standort für Unternehmen. Besonders erfreulich ist, dass derzeit auch ein überdurchschnittlich starker Zuzug von hochqualifizierten Personen aus andern Kantonen verzeichnet werden darf. Insofern profitieren wir in erster Linie von einem positiven Wanderungssaldo und dürfen dies als Bereicherung sehen, ohne dabei die Augen zu verschliessen, dass damit auch neue

Monika Knill:

*«Wir profitieren von einem
positiven Wanderungssaldo und
sehen dies als Bereicherung.»*



Herausforderungen bezüglich Infrastruktur, Siedlungspolitik und Integration auf uns zukommen.

Wie gesellschaftsverträglich ist die Zuwanderung im Thurgau? Gibt es auch hier, wie in grossstädtischen Agglomerationen, Schulklassen, in denen zwei Schweizer Kinder 20 Ausländer integrieren sollen?

Es gibt wenige Gemeinden oder Stadtteile, wo der Ausländeranteil so hoch ist und im Einzelfall in einer Schulklasse gar die Mehrheit abbildet. Aufgrund meiner Erfahrungen lässt sich die «Gesellschaftstauglichkeit» nicht am Ausländeranteil messen. Es

Regierungsrates, ebenso die Erarbeitung einer ganzheitlichen Generationenpolitik (mit Fragen der Integration und der sozialen Veränderungen). Das alte Rezept mit einem Stromausfall und dem daraus resultierenden Babyboom dürfte kaum nachhaltige Wirkung zeigen. Die Gesellschaft braucht Nachwuchs, wir müssen beweisen und kundtun, dass wir die Kinder nicht nur als künftige AHV-Zahler brauchen. Die Familien bilden das Rückgrat unserer funktionierenden Gesellschaft, es muss wieder «in» sein, eine Familie zu gründen. Letztlich sollte die persönliche Überzeugung vorhanden sein, dass Kinder unser persönliches Leben bereichern und dafür nicht der Staat verantwortlich ist.

«Die Gesellschaft braucht Kinder, wir müssen beweisen und kundtun, dass wir die Kinder nicht nur als künftige AHV-Zahler brauchen.»

gibt auch Kinder aus Schweizer Familien oder mindestens deutschsprechende, welche zusätzliche Integrationsbemühungen erfordern.

Wieviel Zuwanderung ist im Thurgau verkraftbar, ohne dass wesentliche Infrastrukturanpassungen vorgenommen werden müssen?

Im allgemeinen könn(t)en unsere Infrastrukturen noch einige Zuwanderung verkraften, wobei dadurch aber vor allem bei den Verkehrsinfrastrukturen die bestehenden Engpässe noch verschärft werden. Letztlich ist es eine Frage des politischen Willens, wie viel Zuwanderung wir zulassen wollen und wo wir eine Obergrenze für die Bevölkerungszahl des Kantons Thurgau sehen. Jedenfalls wird eine konsequente, bodensparende Raumordnungspolitik nötig sein, um den Landverbrauch für neue Wohnungen und Häuser zu minimieren.

Für den öffentlichen Verkehr ist eine wachsende Bevölkerung im Allgemeinen ein Vorteil, da die Auslastung der Züge und Busse besser wird. Wo nötig, wird die Kapazität erweitert oder der Fahrplan verdichtet. Für viele Landgemeinden wäre eine kinderreiche Zuwanderung dringend nötig und erwünscht. Schulstandorte könnten so erhalten bleiben. In städtischen Agglomerationen sieht es anders aus. Dort werden bereits wieder Schulhäuser gebaut.

Die Migration vermag die demografische Alterung nicht aufzuhalten. Die Geburtenrate liegt im Thurgau bei 1,5 Kindern pro Frau. Für den Generationenerhalt müssten es 2,1 Kinder sein. Was hat die Politik für Ansätze, um der Überalterung entgegenzuwirken?

In dem die Familien gefördert werden. Eine familienfreundliche Steuergesetz-, Stipendiengesetz- und Krankenkassengesetzgebung (Prämienverbilligung) stand und steht auf dem politischen Kalender des

Im internationalen Wettbewerb ist die zurückhaltende Unternehmensbesteuerung einer der Standortvorteile von Schweizer Kantonen. Wie wirkt sich das milde Steuerklima im Thurgau aus?

Seit der Einführung eines Einheitssatzes (keine Progression bei der Besteuerung der juristischen Personen) ist der Kanton Thurgau auch für ertragsstarke Firmen attraktiv. Nicht umsonst ziehen immer mehr Dienstleistungsfirmen hierher. Eine tiefe Steuerbelastung für Unternehmen ist das eine, gleichzeitig erwarten auch die Arbeitnehmer eine moderate Steuerbelastung. Dies hat der Thurgau in den letzten zehn Jahren mit sieben Steuergesetzrevisionen und drei Steuerfussenkungen erreicht. Von der im Steuergesetz formulierten Möglichkeit der Steuererleichterung macht der Regierungsrat dann Gebrauch, wenn mindestens zehn neue Arbeitsplätze geschaffen und Investitionen getätigt werden. So konnten im Jahre 2011 wiederum 34 Firmen mit einem Potential von rund 140 Arbeitsplätzen im ersten Jahr und dem zwei- bis dreifachen in wenigen Jahren angesiedelt werden. Als Beispiel einer erfolgreichen Ansiedlung gilt die internationale Genossenschaft der Geldinstitute SWIFT, die Anbieterin für die weltweite Übermittlung von Finanznachrichten, welche in Diessenhofen ihr neues Rechenzentrum baut. Erwähnenswert ist etwa auch die 2005 gegründete Invatec Technology Center GmbH, die in Frauenfeld mittlerweile 200 Mitarbeiter beschäftigt.

Im Bodenseeraum arbeiten die Anrainerstaaten, -länder und -kantone schon seit langer Zeit auf verschiedenen Gebieten erfolgreich zusammen. Gehört die Kooperation der Universität Konstanz, der Fachhochschule Konstanz und der Pädagogischen Hochschule Thurgau zu den Erfolgsgeschichten der Euregio Bodensee? Mit welcher Auswirkung?

Der Thurgau gilt als Vorreiter von grenzüberschreitenden Kooperationen im Bereich Bildung und Forschung. So wurde 1999 mit der Gründung der Thurgauischen Stiftung für Wissenschaft und Forschung die rechtliche Grundlage für die Erfolgsgeschichte



geschaffen. Später kam die Internationale Bodensee-Hochschule (IBH) mit Geschäftssitz in Kreuzlingen dazu. Vor vierzig Jahren war der absterbende Bodensee das Thema. Heute weist das Bodenseewasser Trinkwasserqualität auf – ebenfalls eine eindruckliche Erfolgsgeschichte der Zusammenarbeit der Anrainerstaaten.

«Der Thurgau gilt als Vorreiter von grenzüberschreitenden Kooperationen im Bereich Bildung und Forschung.»

Was beschäftigt die Anrainerländer und -kantone aktuell? Bildet der zum Teil überbordende Einkaufstourismus auch ein Traktandum auf der Liste der laufenden Geschäfte?

Der Einkaufstourismus in Deutschland hat sich in den letzten Jahren verdoppelt. Er verursacht bei un-

seren Detaillisten schmerzliche Verluste. Ausser Appellen an die Solidarität mit dem Hinweis, welche Bedeutung unser Werkplatz Thurgau einnimmt, gibt es für die Kantonsbehörden aber kaum Handlungsmöglichkeiten. Im Übrigen bestehen zu Deutschland gute Beziehungen. Die Behörden rund um den Bodensee sind über die Internationale Bodensee Konferenz miteinander verbunden.

Ein die Eintracht über die Grenzen hinweg eher belastendes Thema ist der Fluglärm geworden. Der Druck der zuständigen deutschen Instanzen auf den Betrieb des Flughafens Zürich hat zu einer Mehrbelastung des Thurgaus geführt. Was will und kann der Thurgau dagegen unternehmen?

Zusammen mit den andern betroffenen Kantonen, insbesondere auch dem Kanton St.Gallen und dem östlichen Teil des Kantons Zürich, arbeiten wir an einer langfristigen Lösung für den Flughafen Zürich, die zu einer ausgewogenen Lärmverteilung führt. Der Kanton Thurgau profitiert vom Flughafen, also ist er auch bereit, angemessene Lärmlasten zu tragen. So kommen gemäss dem vor kurzem vorgestellten Staatsvertrag neu pro Woche 19 Stunden mehr Anflüge auf uns zu. Der Kanton Thurgau kann zum Staatsvertrag aber nur ja sagen, wenn er, wie vom Bundesrat in Aussicht gestellt, als Kompensation um 20'000 Abflüge über Thurgauer Territorium entlastet wird. Die sehr gute grenzüberschreitende Zusammenarbeit darf wegen des Flughafens nicht in Frage gestellt werden. Die konstruktiven politischen Kräfte in beiden Ländern sollen nun gezielt auf einen gerechten Lastenausgleich hinwirken, damit dieser Staatsvertrag seine Wirkung entfalten kann.

Die Ostschweizer Kantone stehen hinter der Idee Expo Bodensee-Ostschweiz 2027. Was verspricht sich der Thurgau von einer Landesausstellung im Bodenseeraum? Inwieweit könnten oder sollten die Nachbarländer einbezogen werden?

Es ist wichtig, zunächst den Nutzen für das ganze Land in den Vordergrund zu stellen. Ein viersprachiges, föderalistisches Land wie die Schweiz braucht periodisch eine Landesausstellung, um den Zusammenhalt und die gemeinsame Identität zu stärken. Diesen Beitrag soll nun die Ostschweiz leisten, weil sie noch nie zum Zuge gekommen ist. Dieser Effort wird die Ostschweiz selbst und das Bild der Ostschweiz sowohl in der Schweiz, als auch im Ausland positiv beeinflussen. Zudem sollen mit der Expo Bodensee-Ostschweiz 2027 einige bleibende Werte geschaffen werden. Ganz wichtig ist es, erstmalig mit einer Expo die Landesgrenze zu überschreiten. Der Bodensee bietet sich ja geradezu dafür an, grenzüberschreitende Projekte mit Baden-Württemberg, Bayern, Vorarlberg oder auch mit dem Fürstentum Liechtenstein zu realisieren.

Natureplus-Zertifizierung für RWD Schlatter AG

Als erstes und bislang einziges Unternehmen in Europa erreicht RWD Schlatter die natureplus-Zertifizierung für drei Produktlinien.

Am Anfang stand ein Traum den wir in folgendem Satz zusammengefasst haben: «Türen zum kompostieren sind die Zukunft.» Die daraus zwingend resultierende FSC-Zertifizierung unseres Unternehmens war ein erster wesentlicher Schritt in Richtung Entwicklung ökologischer Produkte im Türenbereich. Da wir erkannten, dass die FSC-Zertifizierung zwar eine tolle Angelegenheit war aber noch lange nicht der Weisheit letzter Schluss evaluierten wir aus der Sammlung aller Ökolabel zwei Systeme die wir für tauglich erachteten. Das erste war das System «cradle to cradle». Dieses System das auch mit den Worten «von der Wiege zur Wiege» beschrieben wird verfolgt den Gedanken, dass sämtliche eingesetzten Materialien wieder in den Stoffkreislauf zurückgeführt werden können, das heisst es entsteht kein nennenswerter Abfall in eigentlichen Sinne. Letzten Endes mussten wir uns aus Kostengründen gegen dieses Label entscheiden, wenngleich wir es nicht aus den Augen verloren haben. Das zweite System war natureplus für das wir uns in der Folge auch entschieden haben.

Aus was besteht eine natureplus-Zertifizierte Türe von RWD Schlatter AG?

Es ist klar, dass diese Frage interessiert. Einerseits verwenden wir ausschliesslich FSC-zertifiziertes Massivholz und Bio-Hartfaserplatten. Wesentlich aber ist die Mittellage für die als Rohprodukt Abfälle der Roggenfaser verwendet wird. Diese Platten wurden durch technische Verfahren einerseits, andererseits durch Zugabe bestimmter Hilfsstoffe soweit modifiziert, dass die Türe auch einer Brandprüfung standhält. Es versteht sich von selber, dass an dieser Stelle die genaue Zusammensetzung nicht publiziert werden kann.

Wissenschaftliche und technische Ziele von natureplus

Das vorrangige wissenschaftliche Ziel von natureplus ist die Entwicklung objektiver Kriterien zur Definition der Nachhaltigkeit und hohen Umwelt- und Gesundheitsqualität für alle Arten von Produkten im Wohn- und Baubereich unter Einbeziehung aller Interessensgruppen und der gesamten Wertschöpfungskette. Dabei scheint uns wichtig, dass natureplus auch technische Minimalstandards fordert, die

dem heutigen Stand der Technik entsprechen. Es handelt sich also nicht einfach um ein «grünes Label» das einzig und alleine ökologische Komponenten berücksichtigt. Im Gegenteil. Es gibt sogar im Bereich Einbruchschutz Anforderungen die über heutige gesetzliche Regelungen in der Schweiz hinausgehen.

Ökonomische Ziele von natureplus

Aus ökonomischer Sicht geht es natureplus um die wirtschaftliche Stärkung und Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der innovativen, auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Industrien durch Senkung der Transaktionskosten. Diesen Ansatz finden wir hochspannend, denn er liegt genau auf der strategischen Ausrichtung der RWD Schlatter AG. Alle Innovationen würden uns wenig nützen, wenn wir damit nicht auch einen wirtschaftlichen Erfolg generieren könnten.

natureplus Kriterium Nachhaltigkeit

Für die Zertifizierung kommen nur nachhaltige Produkte in Frage, die zu mindestens 85 Prozent aus nachwachsenden oder nahezu unbegrenzt verfügbaren Rohstoffen bestehen. Diese haben erwiesenermaßen einen positiven Einfluss auf das Raumklima. Gleichzeitig sind die synthetischen Anteile streng auf das technisch mögliche Minimum reglementiert. So können einerseits schädliche Ausdünstungen vermieden und andererseits der Verbrauch fossiler Energieträger und endlicher Ressourcen minimiert werden. Die Herkunft der Rohstoffe wird sorgfältig kontrolliert.

natureplus Kriterium Produktlebensanalyse

Produktlebensanalysen (Life Cycle Analysis), Werksbegehungen und anspruchsvolle Richtwerte, beispielsweise für den Energieverbrauch, garantieren, dass die Produkte umweltverträglich hergestellt werden. Strengste Grenzwerte für Schadstoffe, die weit über gesetzliche Anforderungen hinausgehen, sorgen dafür, dass keine gesundheitlichen Beeinträchtigungen von den Bauprodukten ausgehen. Für die Kontrolle dieser Werte sind ausgewählte Laboratorien zuständig

natureplus Kriterium Gebrauchstauglichkeit und Langlebigkeit

Auch die Gebrauchstauglichkeit und Langlebigkeit der Produkte ist Voraussetzung für die Vergabe. Die



Basiskriterien gelten für alle Produkte, die mit dem natureplus®-Qualitätszeichen ausgezeichnet werden. Darüber hinaus sind die produktspezifischen Anforderungen der entsprechenden Produktgruppen- sowie Produkt-richtlinien zu erfüllen. Anbieter von zertifizierten Produkten müssen die bei der Herstellung, beim Vertrieb und bei der Anwendung bestehenden gesetzlichen Bestimmungen des jeweiligen Landes erfüllen.

Fazit

Nun stellt sich die berechtigte Frage, was der Nutzen für den Konsumenten ist wenn er eine Türe mit dem natureplus-Zertifikat einsetzt. Es sind dies vor allem folgende Faktoren in Bezug auf die Umweltbelastung und die Gesundheit:

Umwelt

- nachwachsende Rohstoffe > 95 M-%
 - sehr hoher Anteil zertifiziert nachhaltig gewonnener Hölzer (FSC)
 - nicht erneuerbare Energieträger < 1570 MJ/m³*
 - Treibhauspotential < 76 kg CO₂-equiv./m³*
 - Photosmog < 0,055 kg Ethylen-equiv./m³*
 - Versauerung < 0,043kg SO₂-equiv./m³*
- *(für RFAP-58 ohne Metalleinlage)

Gesundheit

- kein Einsatz von Konservierungsstoffen
- kein Einsatz von Bioziden
- sehr emissionsarm TVOC < 300 µg/m³
- sehr geringer Formaldehydgehalt < 36 µg/m³
- kein Einsatz halogenorganischer Verbindungen
- natureplus Geruchsnote < 3

Wir sind stolz, als bislang einziges Unternehmen in Europa das natureplus-Label für Türen erhalten zu haben. Stolz – nicht nur weil wir die Ersten waren sondern weil uns Produktentwicklungen wie diese darin bestärken, dass wir mit Engagement in Verbindung mit unserem Wissen in der Lage sind regelmässige Trends zu setzen in der Türenbranche. Und letzten Endes ist es einfach ein gutes Gefühl, in einem Unternehmen arbeiten zu dürfen, dass sich nicht nur um den kurzfristigen Profit kümmert, sondern sich auch um die nachfolgenden Generationen Gedanken macht.



www.rwdschlatter.ch

Was ist natureplus?

natureplus ist eine internationale Umweltorganisation, die eine nachhaltige Entwicklung im Bausektor zum Ziel hat.

Dieser Sektor belastet heute noch die Gesundheit der Bewohner und Verarbeiter sowie die Umwelt, dies will natureplus ändern. Dazu hat der Verein ein Label geschaffen, mit dessen Hilfe nachhaltig zukunftsfähige Bauprodukte künftig eine deutlich stärkere Marktposition erreichen werden.

Um das Qualitätszeichen natureplus breit abzustützen, sind in der Trägerschaft alle Gruppen vertreten, die am Bauprozess beteiligt oder davon betroffen sind. Diese Zusammensetzung findet sich auch im zwölfköpfigen Vorstand.

natureplus ist das internationale Qualitätszeichen für Bau- und Wohnprodukte, das allen Baubeteiligten Orientierung in Richtung Nachhaltigkeit gibt. Produkte, die dieses Zeichen tragen, zeichnen sich durch eine besonders hohe Qualität in Bezug auf Gesundheit, Umwelt und Funktion aus. Natureplus setzt sich auf allen Ebenen dafür ein, dass diese Produkte künftig stärker nachgefragt werden.

Vergaberichtlinien natureplus

Folgende Dokumente sind für die Herstellung, Vermarktung und Montage von Türen gültig:

- Vergaberichtlinie 0000 – Basiskriterien
- Vergaberichtlinie 1600 – Holztüren
- Vergaberichtlinie 1601 – Innentüren aus Holz und Holzwerkstoffen



*Patric Zingg:
«Das Angebot von
SIGG entsprach
exakt meinen
Wünschen.»*

«Die Flasche mit Entlüftungsfunktion ist eine Weltneuheit»

Die Frauenfelder SIGG Switzerland AG hat seit kurzer Zeit einen neuen CEO. Mit Patric Zingg ist eine illustre Persönlichkeit an die Spitze des international bekannten Flaschenherstellers getreten. Der ehemalige Swatch-Mann steht für Innovation und mutiges Marketing. Mit dieser Wahl hat der Lifestyle-Brand SIGG klar signalisiert, dass es mit ihm weiter nach oben gehen soll. Patric Zingg im Gespräch über Uhren und Flaschen, den Markt USA und den Produktionsstandort Schweiz.

Interview: Stefan Millius **Bilder:** Bodo Rüedi

Patric Zingg, das Unternehmen Swatch Group ist als Arbeitgeber das Ziel vieler Führungskräfte, sie gilt in mancher Beziehung als «Olymp» für Manager. Gab es für Sie dort keine neue Aufgabe, die Sie als Herausforderung angesehen hätten?

Ob es andere Herausforderungen gegeben hätte, kann nur Herr Hayek beantworten... Ich hatte zuvor verschiedene Funktionen bei Swatch Group. Zuletzt war ich Vice President Marketing bei Rado, zuvor für Hamilton Watch Leiter USA und noch früher Head of Communication bei der Uhrenmarke Swatch. Ich

Flaschen überflüssig. Mit dem neuen Active-Top-Verschluss, der soeben lanciert wird, haben die SIGG-Flaschen neu eine Entlüftungsfunktion, und die Durchlaufmenge kann reguliert werden. Das ist eine Weltneuheit. SIGG-Flaschen gibt es seit 1908. Sie sind die Originale – made in Switzerland.

Nach wenigen Monaten als CEO: Welche Ihrer Erwartungen haben sich erfüllt, von was wurden Sie eher überrascht bei SIGG?

Es ist noch zu früh, um diese Fragen abschliessend zu beantworten. Wir sind mitten in einem Change-Prozess, der viel Freude macht. Solche Prozesse haben aber auch harte Geschäftsentscheidungen zur Folge, die nicht immer einfach durchzusetzen beziehungsweise zu verstehen sind. Wir verfolgen mit unserem SIGG-Team ehrgeizige Zielsetzungen und fokussieren uns auf die wichtigsten Märkte wie die USA, Schweiz, Deutschland und Asien. Überrascht bei SIGG haben mich die hohe Fachkompetenz der Mitarbeitenden und ihr Engagement für das Unternehmen. Das sind positive Faktoren, die es zu nutzen gilt.

«Es sieht unheimlich sexy aus, wenn Giselle Bündchen mit einer unserer Flaschen den Rodeo Drive in Los Angeles hinunter läuft.»

wollte einfach einmal mit einem anderen Produkt als einer Uhr in führender Funktion neue Erfahrungen sammeln. Das Angebot von SIGG entsprach exakt meinen diesbezüglichen Wünschen.

Aber die Behauptung steht im Raum: Flaschen sind weniger sexy als Uhren.

Nein, das stimmt so nicht. Flaschen können äusserst emotionell sein. Uhren sind neben ihrer Funktion als Chronograph ein Mode-Accessoire. Das ist die SIGG-Flasche durchaus auch. Es sieht unheimlich sexy aus, wenn Giselle Bündchen mit einer unserer Flaschen den Rodeo Drive in Los Angeles hinunter läuft.

Wie würden Sie SIGG – das Unternehmen und seine Produkte – in eigenen Worten umschreiben?

SIGG-Flaschen sind ein modisches Lifestyle-Zubehör, das durch seine Nachhaltigkeit überzeugt. Die Mehrwegfunktion der SIGG-Flaschen macht PET-

Wo sehen Sie Parallelen zwischen Ihren Aufgaben bei der Swatch Group und dem neuen Amt – beziehungsweise den Produkten von damals und heute?

Vielleicht am ehesten im Verkaufs- und Marketingbereich. Ansonsten sind die beiden Märkte Uhren und Eco-Flaschen total unterschiedlich. Das Preisniveau ist anders, die Distributionskanäle sind je nach Markt anders, und wir haben keine eigenen Shops bei SIGG. Im Unterschied zu Swatch sind wir um ein Vielfaches kleiner, was eher zu Guerilla-Strategien und -Taktiken führt, die aber gut koordiniert sein wollen. Neu für mich ist sicherlich die Führungsfunktion über



ein ganzes Unternehmen, inklusive Produktion, Finanzen und Human Resources. Da lerne ich viel und kann mich auf die grosszügige Unterstützung unserer Eigentümer, der Riverside-Gruppe, stützen.

«Wir sind mitten in einem Change-Prozess, der viel Freude macht.»

Ihr Vorgänger hat bestehende Probleme in den USA bereinigt und dem Unternehmen allgemein neuen Schwung verliehen. Setzen Sie sich nun in ein gemachtes Nest? Oder welche Meilensteine werden von Ihnen verlangt – beziehungsweise verlangen Sie selbst von sich?

SIGG USA litt in den Jahren 2008 bis 2010 unter Management-Fehlern. Mein Vorgänger hat diese korrigieren müssen. Das Nest ist aber noch lange nicht gemacht. Vielmehr müssen wir jetzt auf einem deutlich tieferen Niveau den Markt neu aufbauen. Unsere Nordamerika-Organisation ist mit voller Kraft daran, mit bestehenden und mit neuen Absatzkanälen. Wir haben die Logistik und die Distribution vereinfacht und sind nun daran, mit geeigneten Marketing- und

«Das Made in Switzerland bleibt bestehen und damit auch die Erhaltung und Neukreation von Jobs.»

Verkaufsmassnahmen den Markt anzukurbeln. Kein einfaches Unterfangen, zumal die Konkurrenz vor allem preislich sehr aggressiv agiert.

Sie sollen unter anderem das SIGG-Flaschenkonzept in weiteren Märkten rund um den Globus verbreiten. Wo tun Sie das in erster Priorität? Und wie gehen Sie dabei vor, welches sind Ihre «Haupthebel», um SIGG in neuen Märkten zu verankern?

Der Focus liegt 2012 und 2013 ganz klar auf unseren Schlüsselmärkten. Erst danach werden wir Länder wie Brasilien, Indien, Russland und weitere in unsere Planung aufnehmen. Unsere Haupthebel sind talentierte Mitarbeitende, Produktinnovation, Pricing, Qualität und Design sowie die Distribution über klassische Kanäle und online. An diesen arbeiten wir zurzeit intensiv, damit wir die Zielsetzungen bereits 2012 erreichen können.

Sie wurden als Verkaufs- und Marketingprofi angekündigt. Kann man daraus umgekehrt schliessen, dass Sie mit der Technik hinter den Produkten und ihrer Herstellung nicht viel zu tun haben möchten?

Ich verstehe natürlich zurzeit noch nicht alles in der Technik, der Forschung und Entwicklung sowie der Produktion. Da lerne ich jeden Tag dazu. Ich bin aber sehr interessiert, die Prozesse zu verstehen und bin deshalb viel mit unseren Leuten aus der Produktion zusammen. Nur mit dem Verständnis der Produktion, den Abläufen, der Technologie und der Logistik kann ich als Unternehmensleiter auch die richtigen Akzente setzen. Marketing und Verkauf kenne ich aus meinen früheren Tätigkeiten sehr gut. Da muss ich nicht mehr allzu viel dazulernen. Anders in den Bereichen Technik und Produktion.

Der Wikipedia-Eintrag über Ihr Unternehmen beginnt mit den Worten «SIGG ist ein Unternehmen, das sich auf das Herstellen von Trinkflaschen spezialisiert hat und diese in der Schweiz herstellt». Wie lange wird der letzte Halbsatz noch Bestand haben aufgrund der globalen Entwicklung und den Problemen des Hochkostenlandes Schweiz?

Es ist das erklärte Ziel von uns und unseren Eigentümern, in der Schweiz zu entwickeln und zu produzieren. Das hat auch mit der Qualität der Produkte zu tun. Wir sind aber auf Grund der globalen Entwicklung gezwungen, so effizient wie nur möglich zu produzieren. Das «Made in Switzerland» bleibt klar bestehen und damit auch die Erhaltung und Neukreation von Jobs. Das hindert uns aber nicht, seit einigen Jahren Stahlprodukte – Thermosflaschen und Mugs – in Asien zu produzieren. Für diese haben wir keine Produktionsmöglichkeiten in der Schweiz.

Nach vorne geblickt: Was muss erfüllt sein, damit Sie in drei Jahren in einer Zwischenbilanz von sich sagen können, einen guten Job gemacht zu haben?

Ganz einfach: Zu Beginn meiner Tätigkeit haben wir mit dem Verwaltungsrat eine Zielsetzung definiert, wo wir als Unternehmen und bezüglich Umsatz im Jahre 2015 stehen wollen. Das sind meine Ziele, und wenn wir diese zusammen mit meinem Team erreichen, haben wir einen guten Job gemacht.

Das Pentorama – ein Festzelt auch für Firmen

Das Veranstaltungszentrum Pentorama eignet sich durch seine aussergewöhnliche Architektur für die verschiedensten Anlässe. Einen besonderen Rahmen verleiht der fünfeckige Bau auch Tagungen und Seminaren.



Seit der Eröffnung vor knapp fünf Jahren ist das Pentorama Amriswil zu einer begehrten Adresse in der Unterhaltungsbranche geworden. Marco Rima

J. Christoph Bürkle, Neue Zürcher Zeitung:

«Schon von aussen zieht das Gebäude mit seiner durchgehenden Hülle aus Kupferblech und den sanft ansteigenden Dachschrägen den Besucher in seinen Bann»

und Bligg, Rondo Veneziano und Uriah Heep geben sich im preisgekrönten Bau von Müller Sigrist Ar-

chitekten, Zürich, die Klinke in die Hand. Das Pentorama bietet aber nicht nur Konzerten und Shows einen besonderen Rahmen, sondern ist auch für Tagungen, Firmenfeierlichkeiten oder Seminare gut geeignet. Die fünfeckige Form lässt unzählige Möglichkeiten in der Raumgestaltung offen. Zum Raumangebot gehören ein 853 Quadratmeter grosser Saal, der sich mit Hilfe von Raumteilern in alle wünschbaren Grössen verwandelt, ein Foyer sowie zwei Galerien. Firmen wie die Thurgauer Kantonalbank, Raiffeisen, Migros Ostschweiz, Helvetia oder Swiss Life haben sich bereits von den Qualitäten des Pentorama als Tagungsort überzeugt. Das Angebot umfasst neben nicht alltäglichen Räumlichkeiten auch eine moderne Bühnen- und Eventtechnik, attraktive Mietpreise, kompetenten Service durch das Hauswart-Team sowie ein freies Catering. Schon ab 400 Franken sind auswärtige Veranstalter dabei, wie ein Blick auf: www.pentorama.ch zeigt.

Ein Festzelt



Ein faszinierender Raum für 250 bis 2500 Personen und für Veranstalter, die die Kraft ausgezeichnete Architektur einsetzen wollen. www.pentorama.ch führt Sie direkt zum Angebot.

Pentorama, Stadt Amriswil, Arbonerstr.2, 8580 Amriswil, 071 414 12 32, pentorama@amriswil.ch

pentorama
amriswil

Die Hasler Transport AG wächst, die Qualität bleibt

80 Jahre zählt die Hasler Transport AG aus Weinfelden heute. In dieser Zeit ist das Unternehmen langsam, aber stetig gewachsen. Und ein Ende der ostschweizerischen Erfolgsstory ist nicht in Sicht.

Text und Bilder: Christof Lampart

Juristen können etwas ganz besonders gut: bedacht und druckreif formulieren. Und so ist auch dem Patron der Hasler Transport AG, Dominik Hasler, zuweilen noch seine Vergangenheit als Fürsprecher anzumerken. Dann nämlich, wenn er über das Familienunternehmen spricht, in dessen dritter Generation er es nun leitet. Dann fallen Sätze wie: «Wir fahren

«Wir fahren nur für Kunden im Umkreis von 40 Kilometern von Weinfelden.»

nicht einfach eine Palette oder einen Karton, sondern ein Produkt eines Kunden», oder «Bei mir erhält jeder Fahrer die Spesen in die Hand gedrückt.» Dieses Persönliche, das in einem tief verankerten Verantwortlichkeitsgefühl gegenüber Kunden und gefühlter Wertschätzung gegenüber den 63 Mitarbei-

Dominik Hasler



tenden wurzelt, ist gerade das, was Hasler meint, wenn er sagt: «Wir sind anders als andere.» Natürlich meint er damit «besser», doch würde er dergleichen nie sagen, denn reden können viele, aber worauf es ankommt, ist die tatsächlich erbrachte Leistung.

Mit Beschränkung zum Erfolg

Und diesbezüglich haben die Verantwortlichen und Mitarbeitenden der Hasler Transport AG in den letzten Jahrzehnten keine Zweifel aufkommen lassen. Und doch bildete beim steten Streben nach wiederkehrendem Wachstum und Erfolg immer das gesunde Mass die Richtschnur, über die sich weder Grossvater Jakob, Vater Jakob oder eben nun Dominik Hasler hinaus wagten. Vorsicht ist im Logistik-Business nicht nur beim Warentransport von Vorteil. Und so hört man von Dominik Hasler auch diesen Satz: «Wir liefern unsere Waren in der ganzen Schweiz, aber wir fahren nur für Kunden im Umkreis von 40 Kilometern von Weinfelden». Warum diese Beschränkung? «Somit können wir gewährleisten, dass wir den Kunden auch wirklich kennen. Uns ist dieses Wissen, mit wem man es zu tun hat, sehr wichtig.» Aus diesem Grund übergibt er den Fahrern – egal, ob sie mit dem kleinen Lieferwagen oder dem 40-Tonnen-Lastwagen unterwegs sind – eben auch die Spesen stets selber, obwohl er sie problemlos aufs Konto überweisen könnte, denn „dann kann ich unsere Fahrer auch gleich über die Besonderheiten bei einem neuen Kunden informieren. Bei uns weiss jeder Fahrer, welche Anforderungen sein momentaner Kunde stellt und was man bei einer Lieferung vielleicht besonders berücksichtigen muss“, so Hasler. Fehlerminimierung durch Kommunikation, Zuverlässigkeit für den Kunden durch klare Absprachen – darin liegt die Stärke des auf Stückgut-Transporte spezialisierten Logistik-Unternehmens aus der heimlichen Hauptstadt des Thurgaus.

Hasler kämpft für die Arbeitsstrasse BTS/OLS

Dominik Hasler fuhr, als er im Jahr 2002 in die Firma einstieg, während acht Monaten Güter aus; mit an-



Ein Lastenzug des auf Stückguttransporte spezialisierten Logistik-Unternehmens.

fänglich mässiger Begabung und zugleich wachsen-der Begeisterung. Missen möchte er diese Zeit nicht. «Damals bekam ich hautnah mit, welche Wünsche und Nöte Kunden und Fahrer haben können und kann das heute für meine Arbeit gut gebrauchen», so Hasler.

«Ich bin heute von Weinfelden her schneller in Zürich als in Arbon.»

Die Lagerkapazitäten wurden 2010 verdoppelt.

Ein anderes Thema, das Dominik Hasler gegenwärtig stark in Beschlag nimmt, ist der im Thurgau tobende Strassenbau-Kampf. Am 23. September 2012 stimmt der Souverän des Kantons Thurgau darüber ab, ob die von den Wirtschaftsverbänden mehrheitlich getragenen Strassenprojekte Bodensee-Thuralt-Strasse und die Oberlandstrasse gebaut werden sol-

len oder nicht. Für Hasler hat der Bau der Strassen absolute Priorität. Diese seien für die Stärkung der kantonalen Identität und der hiesigen Wirtschaft «enorm wichtig», sollte der Oberthurgau nicht gänzlich den wirtschaftlichen Anschluss an den Rest des Kantons – und somit der Schweiz verlieren. Wie prekär die Verkehrssituation heute schon ist, illustriert Dominik Hasler an einem Beispiel: «Ich bin heute von Weinfelden her schneller in Zürich, das 60 Kilometer entfernt ist als in Arbon, das mit einer Distanz von 26 Kilometern nicht einmal halb so weit weg ist. Wir brauchen diese Strasse für die Arbeit.»

Weitere Geschäftsfelder erschlossen

Auch wenn er von sich selber sagt, dass er «kein Diesel im Blut» habe, wie das so manche Transportunternehmer gerne von sich behaupten, gibt Dominik Hasler geschäftlich weiter voll Gas, denn «wir sind eine Boom-Branche und von hoher volkswirtschaftlicher Bedeutung». Da passt es ins Bild, dass Hasler Transport 2010 in Weinfelden seine Lagerkapazitäten mit dem Erwerb einer ehemaligen Pommes-Frites-Fabrik verdoppelt hat. Und im September 2011 erfolgte in Weinfelden die Gründung einer neuen Transportgesellschaft – der Sycargo AG, welche mit 28 Nutzfahrzeugen und 34 Mitarbeitern im Spezialgebiet Systemverkehr tätig ist. Somit beläuft sich die Belegschaft der Hasler Gruppe, zu der auch die Romanshorne U. Brauchli AG, eine Spezialistin in Kanalreinigung und -fernsehen zählt, auf gut 110 Mitarbeitende.

Bei der Sycargo AG können die Kunden ein fixes Fahrten-Abonnement bestellen und somit sicher stellen, dass der Lastwagen X am Tag Y zu einer genau vereinbarten Uhrzeit vor Ort sein wird, um Waren entgegen zu nehmen und von A nach B zu transportieren. Wie viel er dann tatsächlich lädt, ist Sache des Kunden. Bezahlt wird die Firma also nicht nur für den Transport, sondern vor allem auch für die Verfügbarkeit. Die Kunden können so ihre Transporte genau planen, ohne selbst eine grosse Fahrzeugflotte unterhalten zu müssen, weiss Hasler.



«Die Rettung des Euros ist eine politische Herkulesaufgabe»

Trotz stürmischer Grosswetterlage bewegt sich die Thurgauer Kantonalbank in ruhigem Gewässer. Sie fährt, wie ihr CEO Peter Hinder rund um die Euro-Schwäche im LEADER-Interview darlegt, einen konservativen, vorsichtigen Kurs. Die aus der Politik der grossen Geldmengen resultierende Inflationsgefahr schätzt er als beherrschbar ein.

Text: Richard Ammann Bild: Bodo Rüedi

Peter Hinder, ist der Euro eine «Missgeburt», wie Devisenfachleute sagen? Kann er, wird er trotzdem überleben?

Der Euro ist in der heutigen Form ein politisches Konstrukt. Damit er als Währungsunion funktionieren kann, fehlen ihm wesentliche Elemente wie einheitliche Sozialstandards, eine abgestimmte Fiskalpolitik oder ein funktionierender Finanzausgleich. Dies zu erreichen ist eine politische Herkulesaufgabe, die nicht nur grossen politischen Willen, sondern

rer Hafen». Dies dank der langjährigen politischen und wirtschaftlichen Stabilität der Schweiz. So wird der Schweizer Franken besonders in unsicheren Zeiten als Anlagewährung gesucht.

Kann die SNB dem Druck standhalten und die Anbindung des Frankenkurses an den Euro mittel- und langfristig verteidigen?

Die SNB verfügt über die notwendigen Mittel, die Kursuntergrenze von 1.20 zu verteidigen. Dies ist im Übrigen keine fixe Anbindung an den Eurokurs, sondern «lediglich» eine Untergrenze. Das ist ein grosser Unterschied.

«Die SNB verfügt über die notwendigen Mittel, um die Kursuntergrenze von Fr. 1.20 zu verteidigen.»

auch Zeit braucht. Andere Währungsräume wie zum Beispiel derjenige des US-Dollars oder des Schweizer Frankens brauchten für diese Errungenschaften ebenfalls viele Jahre. Die Zukunft des Euros wird davon abhängen, ob es den Politikern gelingt, diese Schritte zu vollziehen.

Soll Griechenland den Euro verlassen und zu seiner eigenen Währung zurückkehren?

Ein Austritt Griechenlands aus der Eurozone wäre weder für Griechenland noch für den Rest Europas eine gute Sache. Ich denke, dessen sind sich die Politiker bewusst.

Die Schweiz wird überschwemmt von Fluchtgeldern. Allein im Mai soll eine Kapitaleinfuhr im Wert von 50 bis 60 Milliarden Franken stattgefunden haben. Wie hat sich dies bei der TKB ausgewirkt?

Wir spüren wenig von diesem angeblichen Trend. Das kann aber auch damit zusammenhängen, dass wir kaum im grenzüberschreitenden Geschäft tätig sind.

Was macht den Franken so attraktiv?

Der Schweizer Franken gilt international als «siche-

Es gab Vorschläge, auf Bankeinlagen eine Steuer einzuführen, um Kapitalflüchtlinge abzuschrecken. Was halten Sie davon?

Eine solche Steuer käme einer Kapitalverkehrskontrolle gleich. Für ein so stark exportorientiertes Land wie die Schweiz mit riesigen Auslandguthaben finde ich dies keine gute Idee.

Die enorme Nachfrage nach Franken zeitigt gemäss verschiedenen Medienberichten zweifelhafte Deals. So würden Schweizer gegen Bezahlung angeheuert, die heimlich Koffer mit Franken ins Ausland bringen. Sind Ihnen solche Vorgänge bekannt? Was halten Sie davon?

Mir sind keine solchen Vorkommnisse bekannt. Unsere Mitarbeiter haben klare Weisungen zu befolgen, insbesondere im grenzüberschreitenden Geschäft. Diese Weisungen verbieten ein solches Vorgehen.

Es gibt auch Gelder, die wegen des löchrig gewordenen Bankgeheimnisses aus der Schweiz abgezogen werden. Wie umfangreich schätzen Sie diesen Abfluss ein?

Die Vermögensabflüsse von ausländischen Kunden bei unserer Bank bewegen sich im Rahmen der Vorjahre.

Peter Hinder:

*«Die Fremdwährungsrisiken
aus Kundeneinlagen sichern wir
seit längerem konsequent ab.»*



Wie und wann wird sich die Politik der grossen Geldmengen in Inflation niederschlagen?

Aus heutiger Sicht bestehen zumindest für die Schweiz gute Chancen, dass die Inflation im Zaum gehalten werden kann. Deutlich angestiegen ist nur die Notenbank-Geldmenge. Dies führte bei den übrigen Geldmengenaggregaten zu einem leichten Anstieg – seit der Einführung der Euro-Untergrenze sinken die-

währung entstehen, sichern wir seit längerem konsequent ab. Zusätzlich haben wir vor rund einem Jahr entschieden, uns aus dem ausländischen Interbankmarkt fast vollständig zurückzuziehen. Zudem legen wir unsere Liquiditätsreserven entweder direkt bei der SNB an oder investieren in hochqualitative Finanzanlagen, welche die SNB als Liquiditätshinterlage akzeptiert. Damit fahren wir einen konservativen Kurs, der uns einiges an Ertrag kostet, dafür aber mit unserer vorsichtigen Risikopolitik in Einklang steht.

«Für die Schweiz bestehen gute Chancen, dass die Inflation im Zaum gehalten werden kann.»

se Wachstumsraten aber wieder. Mit anderen Worten: Das Bankensystem hält die geschaffene Liquidität fest, was verständlich ist, solange die allgemeine Unsicherheit über die weitere Entwicklung in Europa aber auch in der Schweiz anhält. Somit hat die zusätzliche Liquidität den Weg in die Wirtschaft noch nicht gefunden und kann deshalb durch die Nationalbank sehr rasch wieder reduziert werden, wenn sie dies für angezeigt hält.

Mit was für Massnahmen stellt sich die TKB auf die anhaltende Euro-Krise ein?

Da wir keinen Eigenhandel betreiben, sind wir im Euro sehr wenig exponiert. Die verbleibenden Fremdwährungsrisiken, welche aus Kundeneinlagen in Fremd-

Wie beurteilen Sie die Steuerabkommen, welche die Schweiz mit Nachbarländern (u.a. Deutschland) schliesst? Was für Auswirkungen werden im Thurgau spürbar werden?

Diese Abkommen bieten eine Lösung für drei wichtige Anliegen der Schweiz: Erstens die Regulierung der Vergangenheit, zweitens die Abgeltung der künftigen Steuerpflicht und drittens die Wahrung der Privatsphäre der Bankkunden. Es gibt keine ausgearbeitete Alternative, welche auch die Regulierung der Vergangenheit beinhaltet. Deshalb unterstützen wir auch als klar inlandorientierte Bank diese Abkommen. Für uns als Bank ist die Umsetzung dieser Abkommen allerdings sehr kostenintensiv und bindet Ressourcen, die wir gerne für andere Projekte eingesetzt hätten. Unsere Kunden im Thurgau sollten jedoch keine Auswirkungen spüren.

Anzeige

THURGAUER

KUHLTUR



Ein bisschen sieht man es ihnen an – den Thurgauer Kühen. Als wüssten sie genau, dass aus ihrer Milch diese zwei exzellenten Käse gemacht werden – im Familienbetrieb der Strähle Käse AG in Siegershausen.

www.straehl.ch

Der kräftige ECHTE THURGAUER.



Der milde THURGAUER RAHMKÄSE.



30 Jahre Grolimund Gartenbau AG

«Es gibt nichts, das wichtiger wäre als die Zukunft.
Darum bauen wir auf sie und auf die Erhaltung der Natur.»



Die Geschichte der Grolimund Gartenbau AG liest sich wie eine moderne Tellerwäschergeschichte, die vor 30 Jahren als Einmann-Betrieb ihren Anfang nahm. Sie ist das blühende Beispiel eines modernen und erfolgreichen KMU-Betriebs, der Hochs und Tiefs durchlebte und heute rund 55 Mitarbeitenden und Lehrlingen ein regelmässiges Einkommen ermöglicht. Die Geschichte zeigt aber auch, dass hinter dem Erfolg harte Arbeit, grösstmögliche Mitarbeiterzufriedenheit und gezieltes und aktiv gelebtes Networking stecken.

Mit etwas Erspartem kaufte Paulus Grolimund gleich zu Beginn seiner Selbständigkeit einen Bobcat Kompaktbagger, weil er damals schon wusste, dass ein

guter Maschinenpark der Grundstein für ein erfolgreiches Gartenbaugeschäft darstellt. Die Grundhaltung, als Vollblutunternehmer zu denken und zu operieren und Lösungen in den Vordergrund zu stellen (nicht die Probleme), bildeten die Basis seines unternehmerischen Schaffens.

Für Paulus Grolimund gilt: Hinter jedem Auftrag ist auch eine interessante Persönlichkeit verborgen. Dieser bringt er stets seine ganze Wertschätzung entgegen. Kundennähe und Kundenzufriedenheit gehören für ihn und das ganze Team einfach zusammen.

Weiter ist Paulus Grolimund das soziale Engagement ein wichtiges Anliegen. Deshalb werden auch bewusst Nischenarbeitsplätze, in der Werkstatt und in der Gartenpflege vergeben, nebst den unzähligen Lehrlingen, die seit 30 Jahren im Betrieb ausgebildet werden, um den Berufsnachwuchs zu fördern und zu sichern.

Dieser Erfolg ist aber letztlich vor allem dank Ihrer jahrelangen Kundentreue möglich. Dafür möchten wir uns an dieser Stelle ganz herzlich bedanken. Geniessen und erfreuen Sie sich an Ihrem Garten. Und sollten Sie Fragen oder Gartenwünsche haben, so sind wir immer gerne für Sie da.

Grolimund Gartenbau AG

Paulus Grolimund
071 649 20 60, info@grolimund.ch
www.grolimund.ch
www.ihrswissgardenteam.ch
www.traumgaerten.ch



SEIT 1982

GROLIMUND GARTENBAU AG

UNTERHALT UND PFLEGE • HAUSWARTUNGEN
Im Dreispitz 1

8586 Erlen TG

8570 Weinfelden
9320 Arbon

Telefon 071 649 20 60
Fax

071 649 20 66
www.grolimund.ch
info@grolimund.ch

Monica Müller schätzt als Geschäftsführerin von Chocolat Bernrain den Einsatz der Thurgauer Behörden.



Bestnoten in Sachen Sympathie

Der Thurgau setzt auf elektronische Medien, nicht nur bei der Eigenvermarktung, auch bei der Kontrolle darüber, wie sich diese auswirkt. Eine Online-Befragung hat Resultate hervorgebracht, die wenig überraschen, aber erfreulich sind: Der Thurgau ist ein Sympathieträger, der mit denjenigen Werten punktet, die auch konsequent beworben werden: Sympathisch, sicher und aktiv.

Text: Stefan Millius **Bild:** Bodo Rüedi

Aus Werbersicht versucht sich der Kanton Thurgau in Sachen Standortmarketing im Grunde an der Quadratur des Kreises. Die Verantwortlichen möchten «ihren» Thurgau mit Blick auf Neuzuzüger – Private und Unternehmen – als modern, fortschrittlich und weltoffen verkaufen. Das bisherige Image als «Mostindien», das den Thurgau in erster Linie als landwirtschaftlich geprägt transportiert, ist diesem Ziel nur wenig zuträglich. Gleichzeitig ist die landschaftliche Schönheit, die Ruhe und Beschaulichkeit auch ein Wert, der an Bedeutung eher gewinnt und deshalb nicht verloren gehen soll. Die jüngste Imagekampagne unter dem Titel «Ich mag ihn...» versuch-

rin wurde danach als Plakatmotiv überdimensional am Regierungsgebäude in Frauenfeld gezeigt. Die Aktion entfachte über eine gewisse Zeit regen Verkehr auf der Facebook-Seite des Thurgaus.

Doch wie immer bleibt danach die Gretchenfrage: Was ist von all dem hängen geblieben? Und wie kommt der Kanton ganz allgemein an? «Thurgau Switzerland» hat im Social-Media-Netzwerk mehr als 10'000 Fans. Naheliegender also, dieses Potenzial zu nutzen und diese Fragen direkt an die Fan-Gemeinschaft zu stellen. Das geschah im Rahmen einer Online-Umfrage. «Das grundlegende Ziel dieser Aktion lag darin, herauszufinden, wie der Kanton Thurgau wahrgenommen wird, was an ihm besonders geschätzt wird, welche Vorzüge ihn auszeichnen und wie er sich in Zukunft weiterentwickeln soll», so die Erwartungshaltung von «Thurgau Switzerland». 377 Personen nahmen teil, 304 davon wohnhaft im Thurgau. Repräsentativ ist das nicht, doch war das auch nicht so vorgesehen.

«Standort mit hohem Freizeitwert, attraktiven Arbeitsplätzen und viel Lebensqualität.»

te diesen Balanceakt: In ihrem Zentrum steht der Apfel, traditionell das Wahrzeichen des Kantons, allerdings modern umgesetzt und in Verbindung mit Thurgauer Botschaftern wie Luca Ruch, dem Mister Schweiz 2011, oder dem Hackbrettvirtuosen Nicolas Senn. Die Mission: Den Thurgau als zukunftssträchtigen Wirtschaftsstandort mit hohem Freizeitwert, attraktiven Arbeitsplätzen und viel Lebensqualität positionieren.

Bevölkerung einbezogen

Die Kampagne wurde von Anfang an multimedial angelegt. Parallel zu den «offiziellen» Motiven rief die Standortmarketingorganisation «Thurgau Switzerland» via Facebook dazu auf, selbst Bilder hochzuladen, welche die persönliche Verbindung zum Thurgau zeigen. «Werde ein Star!», nannte sich die Aktion. Auch hier ging es darum, dem Kanton ein Gesicht zu geben – nach den Prominenten-Sujets nun eben eines von «Otto Normalverbraucher». Einsendungen wurden mit diversen Preisen belohnt, die Gewinne-

Vor allem Private

Die Ergebnisse der Umfrage liegen vor, und es überwiegen zwei Schlussfolgerungen. Zum einen darf der Kanton Thurgau für sich in Anspruch nehmen, übers Ganze positiv gesehen zu werden. Bei einer Notenskala von 1 bis 5 gab es am meisten Höchstnoten-Bewertungen für das Attribut «sympathisch», es folgen «sicher» und «aktiv», die ebenfalls hoch im Kurs waren bei der Beurteilung der Netzgemeinde. Weniger freuen dürfte das Standortmarketing, dass Begriffe wie «weltoffen», «fortschrittlich» und «flexibel» nicht im gleichen Mass mit dem Kanton Thurgau assoziiert werden. Denn es sind diese Qualitäten, die mit Blick auf den Thurgau als Unternehmensstandort zählen. Allerdings ist es auch hier nur eine ganz kleine Minderheit, welche diese Werte gar nicht mit dem Thurgau gleichsetzt. Zudem dürften die Umfrage-Teilnehmer in der Mehrheit eher der Gruppe der Privatpersonen und nicht dem Unternehmerumfeld

Sie haben vieles erreicht. Wie weiter?

a w i t

Ihr Partner für Mergers & Acquisitions. Kauf und Verkauf von Unternehmen.
Rolf Staedler, CEO awitgroup AG, +41 (0)71 447 88 88, rolf.staedler@awit.ch, www.awit.ch

Zusammen. Einfach. Mehr.

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

RENAULT
TRUCKS
DELIVER

IHR NUTZFAHRZEUGPARTNER
IN DER REGION

www.renault-trucks.ch

*Der Profi
für Profis*



Huber Nutzfahrzeuge AG www.huber-nutzfahrzeuge.ch

8370 Sirnach · Lenzbühl 5 · Gloten · Telefon +41 (0)71 929 80 00 · Fax +41 (0)71 929 80 01



angehören, so dass bei ihnen Begriffe wie sympathisch und sicher auch einen grösseren Stellenwert einnehmen als flexibel und innovativ.

Auch die Kampagne «Ich mag ihn...» an sich wurde in der Online-Umfrage thematisiert. Sie erhielt gute Noten, eine klare Mehrheit der Befragten hat sie mit «sehr gut» oder «gut» taxiert, nur eine Handvoll fand sie schlecht. Auch hier entspricht das natürlich eher einer «geschmäckerischen» Momentaufnahme.

«Im Zentrum steht der Thurgauer Apfel – modern umgesetzt.»

me als einer echten Analyse über die (nachhaltige) Wirkung der Standort-Kampagne. Auch das Resultat, wonach eine Mehrheit der Antwortgeber via Internet auf die Kampagne aufmerksam wurde, ist nur von bedingter Aussagekraft, denn das war zu erwarten: Spricht man in einer Online-Umfrage nach dem Medium der Wahl, wird man meist das Internet als Antwort erhalten.

Botschafterin Monica Müller

Sicher ist, dass im Rahmen von «Ich mag ihn...» bewusst versucht wurde, auch den Wirtschaftsstandort Thurgau darzustellen. Unter den Botschaftern ist auch Monica Müller, die Geschäftsführerin von Chocolat Bernrain in Kreuzlingen. Sie ist im Thurgau geboren und aufgewachsen und ist nach Auslandsaufenthalt wieder in ihre Heimat zurückgekehrt. Befragt nach den Qualitäten des Kantons, spricht auch sie von einer Mischung aus «Bodenständigkeit und Eingebundensein in die Natur» einerseits und «Internationalität durch die selbstverständliche Auseinandersetzung und Zusammenarbeit mit dem Nachbarn Deutschland/EU» andererseits. Bezogen auf die unternehmerische Aufgabe erwähnt sie «den täglichen Einsatz und die professionelle Arbeit der Thurgauer Regierung und Behörden», die sie als «zielgerichtet, direkt, pragmatisch und kundenorientiert» erlebe. Bleibt zu hoffen, dass diese Einschätzung immer öfter auch von Unternehmern geteilt wird, die (noch) nicht im Thurgau zuhause sind.

Anzeige



Grosse Erfahrung. Junge Bank. Starker Partner.

Entdecken Sie die neue Privatbank der Schweiz. www.notenstein.ch



NOTENSTEIN
PRIVATBANK

ST.GALLEN BASEL BERN CHIASSO CHUR GENÈVE LAUSANNE LOCARNO LUGANO
LUZERN SCHAFFHAUSEN WINTERTHUR ZÜRICH

frifag – eine Qualitätsmarke wird 25

Dank Tradition und Innovation

25 Jahre bestes Geflügelfleisch von Schweizer Bauernhöfen – seit einem Vierteljahrhundert bürgt die frifag märwil ag für erstklassige Qualität und blickt im Jubiläumsjahr auf eine erfolgreiche Weiterentwicklung zurück.

links: Trutenhaltung ohne Kompromisse: In Auslaufhaltung können sich die Truten tagsüber auf einer grossen Naturwiese frei bewegen.

rechts: Besonders tierfreundlich: Die Poulets wachsen in Offenfrontställen mit viel Tageslicht und Auslauf in einen grosszügigen Wintergarten auf.

Die frifag märwil ag feiert in diesem Jahr ihr 25-jähriges Bestehen. Als Firmenzweig der OBI Frucht + Saft AG gegründet und im Jahr 2000 von der Familie Stöckli-Kaufmann übernommen, ist das Ostschweizer Traditionsunternehmen frifag märwil ag stetig gewachsen. Es hat sich zu einem modernen Betrieb entwickelt, der für seine vorbildliche, tierfreundliche Geflügelhaltung und fortschrittliche Produktion sogar im Ausland grosse Anerkennung findet.

Landesweit erfolgreich

Anlass zum Feiern gibt aber nicht nur das Jubiläum, sondern auch der landesweite Erfolg: Als Nummer Drei bei den Produzenten von Pouletfleisch und grösster Produzent von Schweizer Trutenfleisch steht die Marke frifag für Schweizer Qualität. Auf-

grund der wachsenden Nachfrage der Konsumenten konnte die frifag märwil ag ihre Produktvielfalt in den letzten Jahren stetig weiterentwickeln: Das Sortiment reicht vom ganzen Poulet über das Pouletbrüstli und Poulet-Ailleron bis hin zum Trutenschnitzel und weiteren Gourmetfreuden zum Kochen oder Grillieren. Dieser Ausbau des Angebots ist auf die Nachfrage der Konsumenten nach gesundem und fettarmem Geflügelfleisch zurückzuführen. Andi Schmal, Geschäftsleiter der frifag märwil ag, sagt: «Unsere Kunden haben mit dem Wunsch nach qualitativ hochstehendem Geflügelfleisch den Grundstein für den Erfolg des Unternehmens gelegt.» Um diesem Anspruch gerecht zu werden, beschäftigt die frifag märwil ag inzwischen rund 190 Mitarbeitende an den drei Standorten in Märwil TG, Rain LU und Deisswil BE.



*Will sich nicht auf den
Lorbeer der letzten
25 Jahre ausruhen: Andi
Schmal, Geschäftsleiter
der frifag märwil ag.*



Qualität aus einer Hand

Wer hochwertiges Geflügelfleisch produziert, trägt eine grosse Verantwortung. «Deshalb haben wir uns von Anfang an dafür entschieden, alle Produktionsstufen selbst in die Hand zu nehmen – vom Futter für die Tiere bis zur Auslieferung der Produkte», erklärt Schmal. Sämtliche Tiere, ob Poulets oder Truten, stammen von Schweizer Bauernhöfen. Dort wachsen sie nach vorbildlichen und tierfreundlichen Tierhaltungskonzepten auf und erhalten eine spezielle, auf ihre Bedürfnisse abgestimmte Futtermischung aus dem Mutterhaus, der Obermühle Boswil. Ebenfalls eng in den Produktionsprozess eingebunden sind Brutereien und Aufzuchtbetriebe, die von betriebseigenen Spezialisten betreut und kontrolliert werden. Im modernen Produktionsbetrieb mit beispielhafter Infrastruktur im Thurgauischen

*Das zarte Poulet-Aileron
ist eines der beliebtesten
Produkte aus dem
abwechslungsreichen
frifag-Sortiment.*



Märwil verarbeitet die frifag märwil ag schliesslich das Geflügelfleisch unter Einhaltung strenger Vorschriften.

Kontrollierte Produktion

Der Unternehmenserfolg kommt nicht von ungefähr – wichtig für die Qualitätssicherung und den hohen Standard sind die kontrollierten Prozesse: Alle Produktionsschritte unterliegen strengen internen und externen Kontrollen, sodass die frifag märwil ag ihre Produkte von der Ladentheke bis in den Stall lückenlos zurückverfolgen kann. «Und da wir alle Prozesse selbst kontrollieren, legen wir für unsere Produkte auch die Hand ins Feuer», so Schmal zur Qualitätsphilosophie. Dank des hohen Verantwortungsbewusstseins in allen Bereichen trägt die frifag märwil ag diverse Auszeichnungen: Das Ostschweizer Unternehmen ist ISO 9001 und IFS (International Food Standard) zertifiziert, alle Erzeugnisse tragen das Label «Suisse Garantie», und diverse Produkte sind unter dem Ostschweizer Gütesiegel «Culinarium» erhältlich.

Nicht auf Lorbeeren ausruhen

Dass sich die frifag märwil ag in der ganzen Schweiz einen Namen gemacht hat, ist für Schmal eine Bestätigung für den Wirtschaftsstandort Thurgau und Beweis, dass sich Ostschweizer Qualität auch über die Regionsgrenzen hinaus durchsetzen kann. Auf den Lorbeeren der vergangenen 25 Jahre ausruhen will sich die frifag märwil ag aber nicht «denn der Wind auf dem Markt wird immer rauer», so Schmal vorausschauend. Deshalb setzt man weiterhin auf die Innovationskraft des Unternehmens, die immer dessen Antreiber gewesen ist.

Noch grössere Nachhaltigkeit

Auch Ökologie und Nachhaltigkeit haben weiterhin einen grossen Stellenwert – so arbeitet die frifag märwil ag daran, in absehbarer Zeit ganz auf fossile Brennstoffe verzichten zu können. Einen ersten Schritt in diese Richtung macht das Unternehmen bereits mit dem neuen Erweiterungsbau am Hauptsitz in Märwil: Hier deckt man den Energiebedarf durch Wärmerückgewinnung aus der Kühlanlage. Mit der Investition in das neue Gebäude setzt die frifag märwil ag auch ein klares Zeichen für den Thurgau als wichtigen Wirtschaftsstandort. Zum Wohl der Konsumenten und der Tiere werden alle Betriebe laufend modernisiert, um auch in Zukunft beste Qualität der Marke frifag zu gewährleisten.

frifag märwil ag

Hauptstrasse 11, 9562 Märwil TG

Telefon: 071 654 65 00, Telefax: 071 654 65 09

www.frifag.ch

«Die ganze Wirtschaft ist betroffen»

Am 23. September entscheidet das Thurgauer Stimmvolk über den Bau zweier Strassen: Die Bodensee-Thurtal-Strasse (BTS) und die Oberlandstrasse (OLS). Die Vorlage ist umstritten. Gefährdet ist sie vor allem dadurch, dass die beiden Projekte an der Urne als Paket vorgelegt werden, so dass Gegner der einen oder anderen Strasse Nein zu beiden Bauvorhaben sagen werden. Peter Maag, Direktor der Industrie- und Handelskammer Thurgau, im Gespräch über die Notwendigkeit von BTS und OLS – und die Konsequenzen einer Ablehnung.

Interview: Stefan Millius **Bilder:** Bodo Rüedi

Peter Maag, welche Bedeutung hat der Bau – beziehungsweise der Verzicht auf den Bau – von BTS und OLS aus Ihrer Sicht für den Kanton Thurgau?

Eine Umfrage unter unseren Mitgliedfirmen hat ergeben, dass im Kanton Thurgau die Lebensqualität der herausragende Standortfaktor ist. Es liegt auf der Hand, dass der Verkehr die Lebensqualität positiv oder negativ beeinflusst. In der Region Mittel- und Oberthurgau ist die Verkehrsanbindung unbefriedigend. Der Verkehr quält sich durch Dörfer und Städte, die Verkehrssicherheit ist nicht optimal. Leidtragende sind die Anwohner, ihre Lebensqualität ist beeinträchtigt. Der Bau von BTS und OLS wird zu einer Entlastung und einem besseren Verkehrsfluss führen. Er bringt mehr Lebensqualität für den Mittel- und Oberthurgau.

«Der Verkehr quält sich durch Dörfer und Städte, die Verkehrssicherheit ist nicht optimal.»

Ist die Vorlage rund um den Bau der Strassen BTS und OLS eine Kreditvorlage, eine Bauvorlage, eine Infrastrukturvorlage – oder eben doch eine wirtschaftspolitische Vorlage? Mit anderen Worten: Ist die Wirtschaft die grösste Nutzniesserin eines Ja und die grösste Verliererin bei einem Nein?

Es handelt sich in erster Linie um eine Infrastrukturvorlage. Nutzniesser sind die Menschen in der Region. Sie sind auch die Verlierer bei einem Nein. Nach dem Bau von BTS und OLS werden sie weniger Zeit im Stau verbringen – ganz egal, ob sie privat oder für eine Firma unterwegs sind. Zudem werden ihre Nerven geschont. Ein Beispiel: Wer heute zwischen Bürglen und Weinfelden in die Hauptstrasse einfahren will, hat eine eigentliche Nervenprobe zu bestehen. Nicht selten wartet man zehn Minuten, bis sich

für Sekunden eine Lücke auftut. Ich selber wohne in Mettendorf bei Frauenfeld. Der Bau der A7 hat eine massive Verkehrsentslastung gebracht. Selbst Bauern, die der Umfahrung damals ablehnend gegenüberstanden, sprechen heute von «einem Segen für das Dorf». Niemand möchte den Verkehr zurück haben.

«Welche» Wirtschaft ist denn wirklich stark betroffen? Nur diejenige, die auf schnelle Transportwege angewiesen ist, oder setzt der Entscheid Domino-Steine bis hinunter zum lokal tätigen Kleinbetrieb in Gang?

Es ist die gesamte Wirtschaft vom Klein- bis zum Grossbetrieb betroffen. Der Sanitärinstallateur, der eine dringende Reparatur ausführen muss, profitiert vom besseren Verkehrsfluss genauso wie der Lastwagenfahrer, der Material zum Grossunternehmen bringt. Es geht aber auch um Schülerinnen und Schüler, die mit dem Bus zur Schule gefahren werden, sowie um Leute, die auswärts ihrem Hobby frönen oder einen Weiterbildungskurs besuchen.

Warum haben Strassenbauvorhaben – oder vielleicht sogar Bauvorhaben allgemein, wenn man an Verwaltungsbauten denkt – so einen schweren Stand im Thurgau?

Ursprünglich war eine Schnellstrasse aus dem Raum Kreuzlingen nach Arbon, die so genannte T13, geplant. Es hat dann zu Recht ein Meinungsumschwung zugunsten einer leistungsfähigen Regionalstrasse durch das Aach- und Thurtal eingesetzt. Ein solches Umdenken benötigt aber Zeit. Das Argument des Kulturlandverlustes hat in letzter Zeit an Bedeutung gewonnen. Mit dem Rückbau nicht mehr benötigter Strassen könnte ein Teil des Landverlustes wettgemacht werden. Es entspricht der Thurgauer Mentalität, dass man Investitionen sorgfältig



Peter Maag:

*«Die BTS und die OLS bringen
mehr Lebensqualität für
den Mittel- und Oberthurgau.»*

MEHR ZEIT FÜRS GESCHÄFT.

MEHR VOM LEBEN

MIT UNSEREN NEUEN LÖSUNGSPAKETEN.

Wir von der TKB wollen dasselbe wie Sie: dass Sie sich voll auf Ihr Geschäft konzentrieren können. Deshalb haben wir alles, was Ihr Unternehmen an Konten, Karten, E-Banking oder Krediten benötigt, in unseren neuen Lösungspaketen sinnvoll gebündelt. Damit Sie optimale Übersicht und mehr Flexibilität haben. Ausserdem erhalten Sie Ihr Paket jetzt ein Jahr zum halben Preis. Ihr Berater erzählt Ihnen dazu gerne mehr.

www.tkb.ch



Starparade.

Nutzfahrzeuge von Mercedes-Benz setzen **Massstäbe**. Der neue Actros erfüllt Euro VI und fährt sich so sicher und souverän wie kein anderer Truck bisher. Er verfügt wie auch der Axor und der Atego über BlueTecEco-Technologien und wegweisende Telligent®-Systeme. Die wirtschaftlichen Sprinter und Vito überzeugen mit BlueEFFICIENCY serienmässig. In vielen Modellvarianten, mit überlegenen Sicherheitssystemen und auf Wunsch mit Allradantrieb. www.mercedes-benz.ch



Mercedes-Benz

LARAG AG Wil	Telefon 071 929 32 32
LARAG AG St. Gallen	Telefon 071 282 90 50
LARAG AG Neftenbach	Telefon 052 304 40 40
LARAG AG Rümlang	Telefon 044 818 74 74

www.larag.com





prüft, auch wenn wir sie mit unseren Mineralölsteuern und weiteren Abgaben schon längst vorfinanziert haben.

Es kommt rund um BTS und OLS zu einer unheiligen Allianz zwischen der Seite, die beide Strassen ablehnt, und derjenigen, die gerne auf die OLS verzichten möchte, die BTS aber wünscht. Wurde die Vorlage also schlicht falsch aufgegleist? Hätte man die Projekte trennen sollen?

Unsere Kammer hat in ihren Stellungnahmen die Auffassung vertreten, dass man die Projekte nicht verbinden soll. Nun haben Regierung und Parlament anders entschieden. Sie haben den schwierigeren Weg ge-

«Die Zahl der Befürworter, die sich persönlich engagieren und öffentlich exponieren wollen, wächst rasant.»

wählt, den wir nun gemeinsam gehen müssen.

Regierungsrat Jakob Stark hat sinngemäss erklärt, die Vorlage sei von Seiten der Regierung eingebracht, nun sei es nicht mehr ihre Sache, sich für die Strassen stark zu machen, das Volk sei nun gefragt. Können Sie diese Haltung nachvollziehen?

Regierungsrat Jakob Stark hat in den vergangenen Jahren einen ausserordentlichen Effort für die Vorlage geleistet. Die Linienführung wurde unter seiner Führung im Kontakt mit Gemeinden und Grundeigentümern laufend optimiert. Er hat an unzähligen Sitzungen, Begehungen, Aussprachen und Informationsveranstaltungen teilgenommen. Die Hauptverantwortung liegt nun beim befürwortenden Komitee, das von Kantonsrat Armin Eugster präsidiert wird. Dies entspricht den üblichen Gepflogenheiten.

Wäre ein entschiedenes Engagement der Regierung für die Strassen nicht bitter nötig – oder vielleicht sogar kontraproduktiv?

Das Engagement der Regierung ist nötig und wünschenswert. Bei der Thurgauer Regierung handelt es sich um ein eingespieltes Team. Das Kollegialitätsprinzip wird hoch gehalten. Ich gehe davon aus, dass die einzelnen Regierungsmitglieder das Projekt situativ in der richtigen Art und Weise unterstützen werden.

Herzblut spürt man allgemein vor allem bei den Gegnern, die Befürworter, so der Eindruck, genießen sich regelrecht, sich öffentlich für die Strassenbauvorlage einzusetzen. Täuscht der Eindruck? Warum ist das so?

Meiner Meinung nach täuscht der Eindruck. Die Zahl der Befürworter, die sich persönlich engagieren und öffentlich exponieren wollen, wächst rasant. Man sieht immer mehr Autos und Lastwagen mit den Ja-Klebern. Das Sekretariat des Komitees wird mit Anfragen überhäuft. Erfreulicherweise stammen diese auch aus den nicht direkt betroffenen Regionen wie Diesenhofen, Frauenfeld oder Hinterthurgau. Die Gegner sind allerdings lauter und zum Teil auch dreister.

Sind grosse Entlastungsstrassen im Thurgau für alle Zeiten beziehungsweise die nächsten Generationen ad acta gelegt, wenn BTS und OLS abgelehnt werden?

Falls das Projekt abgelehnt werden sollte, wird es auf absehbare Zeit keine Neuauflage geben. Man müsste dann einzelne Umfahrungen für die einzelnen Ortschaften und damit ein Flickwerk bauen.

Breite Zustimmung im ganzen Kanton

Ziel der beiden neuen Strassen BTS und OLS ist die Entlastung von Dörfern und Städten im Mittel- und Oberthurgau sowie entlang der Seestrasse und damit eine Verbesserung der Lebensqualität. Die Verbindungen und die Erreichbarkeit innerhalb des Thurgaus sowie die Verbindung zu den umliegenden Zentren soll ebenfalls verbessert werden. Die Autostrasse BTS führt von Bonau bis Arbon, die Hauptstrasse OLS von Oberaach (BTS-Anschluss Amriswil West) bis Bättershausen.

Befürwortet wird die Vorlage vom Thurgauer Gewerbeverband (einstimmig), vom TCS Sektion Thurgau (87:2 Stimmen), von den Routiers Suisse Sektion Thurgau, der Industrie- und Handelskammer Thurgau (einstimmig) und dem Komitee «Nationalstrasse Kreuzlingen-Meggenhus». Ja sagen auch der Hauseigentümerverband Kanton Thurgau (einstimmig), die Gemeindeammänner-Konferenz Bezirk Weinfelden, die Konferenz G7: Stadt- und Gemeindeammänner von Aadorf, Amriswil, Arbon, Frauenfeld, Kreuzlingen, Romanshorn, Weinfelden, der Thurgauische Baumeisterverband (einstimmig), die ASTAG Sektion Ostschweiz (einstimmig), SVP Thurgau (122:3 Stimmen), die FDP Amriswil (einstimmig), das Gewerbe AachThurLand (einstimmig), die Konferenz der Gemeindeammänner Bezirk Münchwilen und die ACS-Sektion Thurgau (Stand 15.6.2012). Dem befürwortenden Komitee gehören unter anderen Ständerat Roland Eberle, Ständerätin Brigitte Häberli und Nationalrat Peter Spuhler an.

Opposition kommt von links-grünen Parteien und Organisationen wie WWF und VCS. Die Nein-Parole hat auch der Verband Thurgauer Landwirtschaft herausgegeben.

«Sie fahren, wir kümmern uns um den Rest»

Wenn es um Lastwagen, Transporter und Omnibusse geht, bietet die Thomann Nutzfahrzeuge AG einen Volls-service an, von der Reparatur über die Wartung bis zum Verkauf. Seine Kundennähe baut das Ostschweizer Familienunternehmen mit dem neuen Standort in Frauenfeld aus.

Text und Bilder: Martin Sinzig

Hinter dem Unternehmen steht ein echter Macher: Der heute 45jährige Luzi Thomann, aufgewachsen in Parsonz bei Savognin, startete 1995 mit einem Nutzfahrzeug-Betrieb in Schmerikon und weniger als 20 Mitarbeitenden. Inzwischen ist das Unternehmen auf 130 Beschäftigte und zwei weitere Standorte in Chur und Frauenfeld angewachsen.

Die Thomann Nutzfahrzeuge AG führt die Marken Renault Trucks, Mercedes-Benz, Mitsubishi, Unimog, Mercedes-Benz- und Setra Omnibusse und VanHool Omnibusse. Im Zentrum stehen vielfältige Serviceleistungen. Das beginnt beim kostenlosen Hol- und Bringservice, reicht über den «fliegenden Mechaniker» bis zum Reifenhotel und zum Ersatzteillieferdienst. Der Reparaturdienst ist 365 Tage im Jahr zu 24 Stunden erreichbar.

Kunden begeistern

Ihre Leistungen erbringt die Thomann Nutzfahrzeuge AG vor allem für Ostschweizer Transportunternehmen, aber auch für viele KMU-Betriebe aus Industrie, Handel und Gewerbe. «Sie fahren, wir kümmern uns um den Rest», hebt Luzi Thomann einen seiner Leitsätze hervor. Flexibilität, Freundlichkeit und Qualität gehören ebenso dazu wie der Anspruch, Kunden zu begeistern und zu verblüffen. Kundenzufriedenheit soll nicht bei der erbrachten Dienstleistung aufhören, sondern auch bei der Verrechnung gelten. «Zahlen Sie 100 Prozent nur bei Zufriedenheit», lautet das Motto. Kunden können eine Rechnung eigenhändig kürzen, wenn dies begründet ist. Dieses ungewöhnliche Verfahren sei zwar anfänglich auf Skepsis gestossen, habe sich aber mittlerweile bewährt, weiss Luzi Thomann.

Luzi Thomann:

«Wir setzen auf Flexibilität, Freundlichkeit und Qualität»





Servicearbeiten am neuen Standort der Thomann Nutzfahrzeuge AG in Frauenfeld.

Chauffeure sind Gäste

Wie das Unternehmen seine hohen Ansprüche lebt, zeigt ein Augenschein am neuen, Mitte 2012 eröffneten Standort in Frauenfeld. Im Büro werden die Chauffeure als Gäste empfangen. Der angenehm gestaltete Empfangsbereich ist mit Sitzgelegenheit und Kaffeemaschine ausgerüstet, und im Sommer wird sogar frische Eiscreme im Cornet offeriert.

14 Mitarbeitende treiben am neuen Frauenfelder Standort die Werkstatt und das Ersatzteillager um. Das Schwergewicht liegt hier auf Renault Trucks Lastwagen und Transportern. Betreut werden Kunden im Raum Thurgau, St.Gallen und Zürich. In dieser Region sind viele Transportunternehmen angesiedelt, mit der Hugelshofer Gruppe insbesondere der grösste Renault-Trucks-Kunde der Schweiz.

Lastwagen, Transporter und Omnibusse

Der Standort Frauenfeld ist Teil der erklärten Wachstumsstrategie der Thomann Nutzfahrzeuge AG. Im Geschäftsgebiet, das sich vom Zürichsee über die Ostschweiz bis in die Bündner Südtäler erstreckt, will das Unternehmen nicht nur die Kundennähe ausbauen, sondern auch das Geschäftsvolumen. Dabei setzt Luzi Thomann auf eine Zweimarken-Strategie, das heisst im Lastwagen- und Transporterbereich auf Renault-Trucks und Mercedes-Benz, bei den Omnibussen auf Evo-Bus und auf VanHool-Fahrzeuge.

Das Formel 1 Team von Peter Sauber fährt mit Renault Trucks aus dem Hause Thomann.



Flexibel und familienfreundlich

Der Nutzfahrzeugbranche wird oft ein rauer Umgang zugeschrieben. Dieses Vorurteil entkräftet die Thomann Nutzfahrzeuge AG. «Wir wollen anders sein, und unser Erfolg in den letzten Jahren hat bewiesen, dass es funktioniert», erklärt Luzi Thomann. Der Leitsatz des Unternehmens lautet: Flexibilität, unsere Stärke, Ihr Vorteil! Dieses Versprechen verpflichtet gegenüber Kunden und gegenüber den Mitarbeitenden.

«Als privates Familienunternehmen investieren wir deshalb sehr viel Energie in die Gratwanderung zwischen Interessen der Kunden, Mitarbeitenden, dem Unternehmen und der Umwelt. Wir erachten diese Gratwanderung als Hauptaufgabe und leben dies seit Jahren.» Vor diesem Hintergrund ist der Einsatz des Unternehmens für familienfreundliche und flexible Arbeitszeiten zu sehen. «Sog statt Druck» lautet die Devise bezüglich Mitarbeiterförderung.

Im Februar 2007 durfte der umtriebige Unternehmer zusammen mit Bundesrätin Doris Leuthard im Bundeshaus in Bern das KMU Handbuch «Beruf und Familie» vorstellen, ein vom Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) konzipiertes, praxisorientiertes Werk für KMU-Unternehmer. Die Thomann Nutzfahrzeuge AG erscheint im Handbuch als Praxisbeispiel.

Partnerschaft mit Sauber erneuert

Seit 2010 stattet die Thomann Nutzfahrzeuge AG das Schweizer Formel 1 Team von Peter Sauber mit Sattelzugmaschinen und LKW der Marke Renault Trucks aus. Diese erfolgreiche Partnerschaft ist jüngst um drei weitere Jahre verlängert worden.

Dazu Peter Sauber: «Luzi Thomann ist diese Partnerschaft in einer Zeit eingegangen, die für unser Team sehr schwierig war. Das war Anfang des Jahres 2010, und deshalb schätze ich diese Verbindung ganz besonders. Zudem teilen beide Unternehmen Werte wie Zuverlässigkeit, Flexibilität und Qualität, das passt.»

Auch Luzi Thomann zieht eine positive Bilanz: «Durch diese Partnerschaft profitieren wir vom erstklassigen Image des Sauber-F1-Teams. Das wirkt sich positiv auf unser Geschäft aus und spornt an zu neuen Ideen und Taten.» Renault Trucks zeichneten sich aus durch eine hohe Wirtschaftlichkeit und Zuverlässigkeit in der Praxis. Alles Eigenschaften, die für das Sauber F1 Team sehr wichtig sind.

Das Schweizer Team wird mit elf Sattelzugmaschinen sowie drei 6x2 Fahrzeugen der Marke Renault-Trucks und zwölf Renault-Vans (Trafic und Master) ausgestattet. Der Schriftzug des Official Partner, der mit diesem Status unter anderem Veranstaltungen im Eventbereich des Hinwiler Windkanalgebäudes abhalten kann, wird weiterhin auf dem Fuhrpark und auf den Werbemitteln des Teams zu sehen sein.

HRS Real Estate AG auf Erfolgskurs

Ein Thurgauer Unternehmen drückt der Schweiz seinen Stempel auf. Vom Hauptsitz in Frauenfeld aus ist die HRS Real Estate AG im ganzen Land sowie im Fürstentum Liechtenstein tätig. Als Projektentwickler, Totalunternehmer und Investor steht HRS hinter unzähligen Projekten, welche die jeweilige Region prägen und ihr nicht selten ein unverwechselbares Gesicht geben. Der neue Verwaltungsratspräsident dürfte mit seinem politischen Netzwerk dafür sorgen, dass das so bleibt.

Text: Stefan Millius Bild: zVg

Die Zahlen sprechen eine deutliche Sprache. 200 Mitarbeitende an zwölf Standorten in der ganzen Schweiz, 2011 ein Projektvolumen von über einer Milliarde Franken, 2012 ein Budget in derselben Grössenordnung: Die HRS Real Estate AG ist sichtlich auf Kurs. Das zeigt auch ein Blick auf aktuelle grössere Projekte auf nationaler Ebene. In der Messe Basel entsteht ein Neubau des Messezentrums mit Ausstellungs- und Eventhallen sowie Gastronomie. Mit einem Neubau wurde HRS von der Rennbahnklinik Muttenz beauftragt. Für Postfinance realisiert das Thurgauer Unternehmen ein 13-stöckiges Hochhaus für 850 Mitarbeitende. Ein neuer Markstein für Zürich wird mit einem

Ein starkes Signal auf personeller Ebene sandte HRS im vergangenen Mai aus. Der Thurgauer Ständerat Roland Eberle, einst langjähriger Regierungsrat sowie Bundesratskandidat, übernahm das Verwaltungsratspräsidium. Der grösste inhabergeführte Projektentwickler, Investor und Totalunternehmer der Schweiz holte damit ostschweizerisches Unternehmer-Knowhow an Bord, war Eberle doch zuvor CEO der sia Abrasives AG, eines anderen wichtigen Players in der Region. Die alleinigen HRS-Inhaber Martin Kull (CEO) und Rebecca Zuber (COO) dürften sich gleichzeitig viel von Eberles politischem Netzwerk versprechen. Das wurde beim Wechsel an der Spitze auch so kommuniziert; Eberle solle «einen wichtigen Beitrag zur Stärkung und Weiterentwicklung der national tätigen HRS leisten».

«Ein Areal von über 200'000 Quadratmetern wird im Saurer WerkZwei überbaut.»

Bürogebäude mit einer auffälligen Holzkonstruktion für den Tamedia-Verlag gesetzt. Die ETH Zürich, das Technorama, das Spital Linth und viele weitere setzen bei ihren laufenden Neu- und Ausbauten auf HRS. Die Aufzählung ist nicht abschliessend, und zu den ausstrahlungstarken, bedeutenden Bauten für Unternehmen und Institutionen kommen diverse Wohnüberbauungen in der ganzen Schweiz.

Regional verankert

Auch in der Ostschweiz sind die Frauenfelder stark präsent. Ein Areal von über 203'000 Quadratmetern wird im Saurer WerkZwei überbaut. Das Kurhaus Oberwaid in St. Gallen wird als Kurhaus mit 150 Hotelzimmern, Restaurants, einem Medizinal- sowie einem Wellnessbereich schon bald ein neuer Anziehungspunkt in der Region sein. Der Neubau des Regionalen Blutspendezentrums SRK sowie ein Sanierungs- und Erweiterungsbau am Evangelischen Pflegeheim Bruggen sind weitere Beispiele. In Winterthur realisiert HRS das vor der Eröffnung stehende Geschäftshaus TIGERAuge.

Nachfolger von Rainer Sigrist

Roland Eberle trat dabei in grosse Fussstapfen, war doch sein Vorgänger als Verwaltungsratspräsident der ehemalige Mitinhaber der HRS Holding AG, Rainer Sigrist, der in der Ostschweiz in vielen Rollen in Erscheinung getreten war. Sigrist war über 20 Jahre im Unternehmen tätig gewesen und hatte dabei nach dem Management-Buyout im Jahr 2004 eine zentrale Funktion innegehabt. Seine Firmenanteile hatte Sigrist bereits 2008 veräussert, im Mai folgte nun der letzte Schnitt.

Gesamtleistung am Bau

Die Kernkompetenz der HRS Real Estate AG ist die Gesamtleistung am Bau. Als kompetenter Partner engagiert sie sich für ihre Kunden, von der Planung und Entwicklung über die Finanzierung und Realisierung bis hin zur Vermarktung und Bewirtschaftung einer Immobilie. HRS baut in folgenden Bereichen: Sport und Freizeit, Gesundheit und Pflege, Bildung und Forschung, Shopping, Hotel und Wellness, Messen und Events, Büro, Industrie und Gewerbe sowie Wohnen.

Die HRS-Inhaber dürften sich viel von Roland Eberles politischem Netzwerk versprechen.



Energie sparen heisst gewinnen

Energie effizienter einsetzen bedeutet auch Kosten sparen. Das Kompetenz-Zentrum Erneuerbare Energie-Systeme Thurgau (KEEST) unterstützt KMU, ihre Potenziale zu erschliessen. Wie das am besten geht, erklärt Geschäftsführer Andy Koch.

Warum sollen sich KMU mit dem Thema Energieeffizienz beschäftigen?

Andy Koch: In den Unternehmen stecken erhebliche Potenziale und Chancen, die es zu entdecken und zu nutzen gilt. Die Unternehmen sollen fitter werden und ihr Geld nicht für Energie verbrauchen, sondern für neue Arbeitsplätze und Maschi-

nen einsetzen. Das steigert die Wettbewerbsfähigkeit, führt zu neuen Leistungen und zu zusätzlichen Arbeitsplätzen.

Wie fängt man als KMU an Energie zu sparen?

In der Regel beginnt alles mit dem «Energie-Check KMU». Das ist eine grobe Analyse auf relativ «grosser Flughöhe». Die Funktion von energietechnischen Anlagen sowie der Energieverbrauch werden überprüft und Sofortmassnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz abgeleitet. Diese Massnahmen sind meist ohne grosse Investitionen durchführbar oder machen sich innerhalb dreier Jahre bezahlt.

Wenn man mehr erreichen will, was ist der nächste Schritt?

Es folgen Feinalysen. Mit einer «Technischen Prozess-Analyse» durchleuchtet man die Produktionsprozesse und sucht Verbesserungspotenzial. Die «Energie-Prozess-Optimierung» (EPO) hilft, die Prozesse selbst effizienter zu gestalten. «Machbarkeitsstudien» gehen noch einen Schritt weiter in Richtung alternative Energie-Versorgungs-Konzepte.

Was hält KMU davon ab, solche Analysen und Umsetzungspläne durchzuführen?

Ein wesentliches Hemmnis ist oft das mangelnde Investitionskapital. Ausserdem stehen solche Investitionen häufig in Konkurrenz zu anderen Investitionen, die das eigentliche Kerngeschäft des Unternehmens betreffen. Ein Energie-Check KMU kostet netto inklusive Förderbeitrag lediglich 2'500 Franken, rechnet sich aber mehrfach. Noch grösseres Potenzial erschliessen die vorher erwähnten Feinalysen. Der Kanton fördert auch diese grosszügig. KMU können eigentlich gar nicht verlieren.

Wie sehen die Effizienzmassnahmen konkret aus?

Es gibt viele Beispiele, die sich ökologisch und ökonomisch sofort lohnen. Betreibt eine KMU beispielsweise noch eine alte Ölheizung, die saniert werden muss, kann ein neues Energie-Versorgungs-Konzept, basierend auf Abwärmenutzung, grosse Effi-



Andy Koch:
«Viele Effizienz-
massnahmen
machen sich
innert dreier
Jahre bezahlt.»

Bild: Martin Sinzig

zierungspotenziale erschliessen. Bei der Beleuchtung gibt es interessante Produkte, zum Beispiel neuartige Leuchtstoffröhren, die bis zu 60 Prozent Energie sparen.

Wo liegen im Strombereich die grössten Sparpotenziale?

Wir stossen oft auf hohe Sockelverbräuche im Lastgang. Es gibt Betriebe, die über Nacht oder übers Wochenende kontinuierlich 100 bis 150 Kilowatt Leistung fahren, aber niemand weiss, warum. Nur schon 20 bis 30 Prozent dieser Sockellast zu reduzieren, macht sich bezahlt. Manchmal muss man nur einen Verbraucher ausschalten. Das ist direkt gespartes Geld.

«Die Unternehmen sollen ihr Geld nicht für Energie, sondern für neue Arbeitsplätze und Maschinen einsetzen.»

Was hat das KEEST bisher erreicht?

Qualitativ haben wir eine Lücke geschlossen. KMU sind viel stärker für unsere Leistungen sensibilisiert. Man kann unseren Erfolg auch in Zahlen fassen: Jährlich sparen rund 50 Firmen gesamthaft 15 Mio. Kilowattstunden Energie oder 1,5 Mio. Liter

EKT unterstützt KMU

Als kantonale Energieversorgerin unterstützt die EKT die Energie-Prozess-Optimierung (EPO). Das Förderprogramm richtet sich an Unternehmen mit einem jährlichen Stromverbrauch von über 100'000 kWh. Von der Initialisierung bis zum ersten Energiebericht dauert eine EPO rund vier Monate. Die Kosten werden individuell kalkuliert. Massgebend sind der Stromverbrauch pro Jahr, die Bruttogeschossfläche und der Arbeitsaufwand. Zum Auftakt erhält das Unternehmen eine unverbindliche Offerte. Die EKT trägt mit ihrem Förderprogramm 60 Prozent der offerierten Kosten. Noch sind 6 Förderbeiträge von der EKT für eine Unterstützung der Energie-Prozess-Optimierung vorhanden.
www.clever-strom-sparen.ch

Wettbewerb

Machen Sie auf der Facebook Seite der EKT beim Energie Quiz mit und gewinnen Sie attraktive Preise!
www.facebook.com/ektenergiethurgau

Heizöl und circa 4'000 Tonnen CO₂ ein. Pro Betrieb sind es im Schnitt 40'000 bis 50'000 Franken, die betriebswirtschaftlich sinnvoller eingesetzt werden können. www.keest.ch

EKT-Förderbeitrag sichern und Betriebskosten einsparen



Thurgauer Unternehmen mit einem Stromverbrauch von über 100 000 kWh pro Jahr können jetzt vom Förderprogramm «Energie-Prozess-Optimierung» profitieren. Reservieren Sie sich jetzt einen Förderbeitrag unter www.clever-strom-sparen.ch. **Die Anzahl der Förderbeiträge ist limitiert!**

CLEVER-STROM-SPAREN.CH

EINE SENSIBILISIERUNGS-KAMPAGNE DER **ekt**
energie thurgau



Gemeindeammann Markus Thalmann setzt mit einer weitsichtigen Planung auf kontinuierliches Wachstum.

Boomvillage Tägerwilen an den Grenzen seines Wachstumspotenzials

Der Thurgau rangiert beim Wachstum unter den Top Ten der Kantone. Das war nicht immer so. Denn in Sachen Standortattraktivität hat sich der Kanton erst in den letzten Jahren massiv entwickelt und viele Wachstumschancen gepackt. Das lässt sich gut an der Gemeinde Tägerwilen veranschaulichen, die sich zu einem Wachstums-Eldorado gemausert hat.

Text und Bilder: Roman Salzmann

Innovation laute das Zauberwort, ist Josef Maier, Leiter der Raiffeisenbank Tägerwilen überzeugt. Er muss es wissen: Denn der Banker steht der am wohl schnellsten wachsenden Raiffeisenbank der Schweiz und der grössten im Thurgau vor. Deren Bilanzsumme wird – per Halbjahr 2012 – für das laufende Jahr rund 1,45 Milliarden Franken betragen. Beachtlich, denn Maier startete vor 25 Jahren als Bankleiter gerade mal mit zwei Lernenden. Sein Rezept: «Ich bin eigentlich viel mehr Unternehmer als Bankleiter. Es geht mir darum herauszufinden, was der Markt will.» So nutzte er das Wachstumspotenzial in der weiteren Region, insbesondere auch in der benachbarten Stadt Kreuzlingen.

Positive Pendlerbilanz

Tägerwilens Gemeindeammann Markus Thalmann stellt einen in den letzten Jahren aufgekommenen, «wahnsinnigen Run» auf Bauland fest, das zwar seit

gehen. Deren Inhalt teilt er jedoch nicht: «Wir streben weiterhin ein kontinuierliches Wachstum an.» Indes seien sich alle Mitglieder der breit abgestützten Planungskommission einig, dass das Wachstum kleiner werden dürfte. Das Gemeindeoberhaupt gewichtet die positiven Aspekte der Dynamik höher als die Nachteile: Die Entwicklung habe zu verschiedenen Firmenansiedlungen geführt, sodass die Gemeinde eine positive Pendlerbilanz verzeichne. Den Hauptteil der Arbeitsplätze machten Klein- und Mittelunternehmen aus. Die beiden Technologieparks High Tech Center und Spider Town – die zusammen notabene zu den grössten ihrer Art in der Schweiz zählen – hätten aber ebenso zur wirtschaftlichen Stärkung der Gemeinde beigetragen, die mittlerweile mit einem der günstigsten Steuerfüsse im Kanton auftrumpfen kann.

Die Risiken, die mit der Tägerwiler Petition thematisiert werden, werden auch von kantonalen Verantwortungsträgern ernst genommen. Die diesjährige Standortmarketingkampagne des Kantons richtet sich deshalb nicht auf Zuzüger, sondern positioniert den Thurgau als attraktiven Werkplatz. «Sie soll unterstreichen, dass der Thurgau den Fachkräften in der Schweiz – sowohl aus der eigenen Region als auch den umliegenden Kantonen – einiges zu bieten hat», erklärt Regierungsrat Kaspar Schläpfer. Edgar Sidamgrotzki, Chef des Amts für Wirtschaft und Arbeit, der die Imagekampagne verantwortet, ergänzt: «Mit der Kampagne möchten wir das Profil des Standorts Thurgau schärfen und seine besonderen wirtschaftlichen Qualitäten wirksam im Inland vermarkten und bekanntmachen».

Zweites Standbein mit Firmenkunden

Josef Maier sieht die gesunde Wachstumsmentalität im Thurgau als guten Nährboden für die wirtschaftliche Entwicklung. Die Seeregion profitiere davon aufgrund ihrer privilegierten Lage besonders. Deshalb sei auch die Nachfrage nach Wohneigentum

«Die Wohneigentumsquote liegt fast zehn Prozent über dem schweizerischen Durchschnitt.»

Jahrzehnten eingezont sei, aber lange nicht zu kaufen war. Zu dieser Entwicklung habe die wirtschaftsfreundliche Politik beigetragen, sagt Josef Maier. Allerdings wurden auch Befürchtungen geweckt: So hat Bürger Christian Schwarz eine Petition mit rund 500 Unterschriften eingereicht. Damit will er bewirken, dass die Einwohnerzahl nicht über 4000 ansteigen soll. Er räumt auf seiner Homepage in Übereinstimmung mit Markus Thalmann jedoch ein, dass bereits mit den bewilligten und geplanten Bauvorhaben die Einwohnerzahl schon bald auf 4400 ansteigen dürfte. Schwarz befürchtet, dass die Infrastruktur zu klein wird und der Ausbau unverhältnismässige Kosten verursachen könnte. Thalmann selber findet die Petition eine «originelle Idee», weil sie dazu anrege, die zukünftige Planung sorgfältig anzu-

Steiler Aufstieg – Josef Maier machte die Raiffeisenbank Tägerwilen zu einer der grössten Raiffeisenbanken in der Schweiz.

und Bauland sprunghaft angestiegen, was für seine Lokalbank und das regionale Gewerbe beziehungsweise die Industrie eine grosse Chance sei. Während Raiffeisenbanken traditionell auf die Finanzierung von Wohneigentum spezialisiert sind, hat sich die Raiffeisenbank Tägerwilen innert kürzester Zeit ein zweites Standbein mit Firmenkunden aufgebaut, die mittlerweile fast einen Fünftel des Portfolios ausmachen. Im Kerngeschäft der Hypotheken habe man ebenfalls viele Marktanteile hinzugewonnen – mit äusserst bescheidenen Risiken, betont Maier, der letztes Jahr kaum Kreditverluste zu verzeichnen hatte: «Wir sind äusserst konservativ, rechnen nach wie vor mit einem kalkulatorischen Zinssatz von 5 Prozent und verlangen konsequent ein minimales Eigen-

kapital von 20 Prozent für Wohneigentum. Ebenso fordert er mit Blick auf eine langfristig gesunde Entwicklung, dass zweite Hypotheken angesichts der heute tiefen Zinsen nicht erst innerhalb von 20 Jahren, sondern schon innerhalb von gut zehn bis 15 Jahren abbezahlt werden.

Von einer Immobilienblase will Maier aber trotz Quadratmeterpreisen von über 1000 Franken und stark steigenden Hauspreisen in gewissen Seeregionen nicht sprechen. Es gebe zum Beispiel sogar in seiner Wohngemeinde Eschenz noch vergleichsmässig günstige Parzellen mit bezahlbarer Seesicht zu erwerben. Dies bestätigt auch der Immobilienblasen-Index der Grossbank UBS: Einzelne Gemeinden nähern sich demnach dem Risikobereich, nicht aber dem gefährlichen «Bubble-Bereich». Werner Fleischmann, Inhaber der Fleischmann Immobilien AG beurteilt die Entwicklung als sehr solide und konstant: «Höchstens vereinzelt könnten Gemeinden Gefahr laufen, in eine Immobilienblase hineinzugeraten.» Maier gibt zu bedenken, dass «der Zenit eher erreicht ist und die Landreserven langsam aber sicher aufgebraucht sind».

Viele kommen aus Deutschland

Die Zuwanderung von Norden hat das Bevölkerungswachstum wesentlich beflügelt, sagt Maier und verhehlt nicht, dass auch seine Bank beträchtlich davon profitiert hat: «Die Gegend spricht einfach für sich – es lockt der See und dank guter Verbindungen über die Grenze ist die Region an Untersee und Rhein nicht nur ein attraktiver Wirtschaftsstandort, sondern profitiert auch von einem grossen kulturellen Angebot.» Laut Maier zählen nicht nur deutsche Staatsbürger zu seinen Kunden, die in der Schweiz ein Haus gekauft haben, sondern gerade so viele Grenzgänger, die eine Schweizer Kontoverbindung brauchen.

Josef Maier führt den Erfolg der Region auch auf die hohe Produktivität und die Motivation der Arbeitskräfte zurück. Man könne nicht einfach nur sagen, dass deutsche Arbeitskräfte wegen des höheren Lohnes in die Schweiz kommen. Dies bestätigt auch Teresa Raible, Niederlassungsleiterin der Sprachagentur Diction in St.Gallen: Die Tuttlingerin wird immer wieder auf das höhere Lohnniveau in der Schweiz angesprochen. Demgegenüber stünden jedoch die höhere Wochenarbeitszeit, weniger Ferien und eine überdurchschnittliche Leistungsorientierung. Auch den innerschweizerischen Vergleich braucht der Thurgau nicht zu scheuen: Der monatliche Bruttolohn liegt zwar gemäss der Thurgauer Dienststelle für Statistik mit 5'612 Franken gut 300 Franken unter dem Schweizer Durchschnitt. Dafür sind die Lebenshaltungskosten und die Immobilienpreise im Thurgau bedeutend tiefer als zum Beispiel im Grossraum Zürich, wo Einfamilienhäuser zum Teil doppelt so teuer sind. Die Wohneigentumsquote liegt laut Liegenschafts-Experte Werner Fleischmann mit rund 48 Prozent fast zehn Prozent höher als im schweizerischen Durchschnitt.





Unsicherheit gut meistern

Maier sieht denn auch die grössten Herausforderungen im Thurgau in der Meisterung der unsicheren Wirtschaftsentwicklung. Das Risiko stuft er aber als relativ gering ein, da die Arbeitslosenquote im Thurgau nicht nur historisch, sondern auch im gesamtschweizerischen Vergleich tief liege. Trotzdem ist seine Region nicht vor Hiobsbotschaften gefeit, wie der jüngste Stellenabbau des Militärfahrzeugherstellers Mowag in Kreuzlingen mit grosser Härte in Erinnerung rief. Für den Arbeitsmarkt in der Region bleibt er jedoch zuversichtlich, da qualifizierte Fachkräfte sehr gefragt seien und sogar ein Mangel feststellbar sei. Angesichts dieser Tatsache und der sich weiter verringernden Zahl von Schulabgängern sei man auf qualifizierte Arbeitskräfte aus dem Ausland angewiesen. Dies wurde auch am Prognoseanlass des Thurgauer Amtes für Wirtschaft und Arbeit deutlich: Peter Schütz, Präsident des Thurgauer Gewerbeverbandes bezeichnete die Personenfreizügigkeit als guten Beitrag zur positiven Entwicklung. Er mache sich aber aufgrund des starken Frankens Sorgen um

Der Thurgau wirbt für den Werkplatz – qualifizierte Fach- und Führungskräfte sind gefragter denn je.

«Es braucht auch in Zukunft die Zuwanderung ausländischer Arbeitskräfte.»

die Industrie und deren Zulieferer. Um weiter wachsen zu können, brauche es aufgrund des Fachkräftemangels auch in Zukunft die Zuwanderung ausländischer Arbeitskräfte. Christian Neuweiler, Präsident der Industrie- und Handelskammer Thurgau, gab zu bedenken, dass die Hochpreisinsel Schweiz langfristig keine Lösung sei. Serge Gaillard, Leiter Direktion für Arbeit des schweizerischen Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco), attestierte dem Thurgau gute Chancen und gab zu bedenken: «Wenn die Wirtschaft weniger wächst, wird auch die Zuwanderung geringer werden.» Regierungsrat Kaspar Schläpfer betonte, dass der Raumplanung im Hinblick auf eine gesunde Entwicklung grosse Bedeutung beigemessen werde. Die Zuwanderung müsse im Rahmen bleiben. Verdichtetes Bauen trage zum Erhalt der Landschaft bei, auch wenn der Bevölkerungsdruck wachse.

Hälg übernimmt die Zahn & Co. AG Kreuzlingen

Die Hälg Group hat rückwirkend auf den 1. Januar 2012 die Zahn & Co. AG, Kreuzlingen, übernommen. Die 1907 gegründete Thurgauer Firma wird von Roland F. Zahn in dritter Generation geführt. Sie ist im Raum Kreuzlingen Marktführerin in der Planung und Installation von gebäudetechnischen Anlagen wie Heizung, Lüftung, Sanitär und Spenglerei in den Marktsegmenten Allgemeiner Wohnungsbau, Industrie, Gewerbe und Dienstleistungszentren.

Die Hälg Group setzt mit dieser Akquisition ihre Wachstumsstrategie fort und erhöht ihre Marktdurchdringung in der Ostschweiz. Der Raum Bodensee wurde von ihr bis anhin nur punktuell bearbeitet. Zudem sieht Hälg eine Chance, die Angebotspalette im Sanitärbereich zu verbreitern. Roland F. Zahn hatte für sein Unternehmen eine nachhaltige Nachfolgeregelung gesucht, die seinen Mitarbeitenden eine gute Zukunftsperspektive bietet, und einen Käufer, der seine Qualitätsansprüche auf hohem Niveau weiterführen kann.

Die Hälg Group übernimmt die 45 Mitarbeitenden sowie alle laufenden Geschäfte der Zahn & Co. AG. Am Standort Kreuzlingen wird festgehalten, und die Firma wird unter dem bisherigen Namen weitergeführt. Roland F. Zahn wird das Unternehmen mindestens bis Ende 2012 als Geschäftsführer weiterleiten. Anschliessend wird er als Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung tätig sein und das Unternehmen als Verwaltungsrat weiterhin begleiten. Seine Nachfolge als Geschäftsführer wird im Laufe des Jahres geregelt.

Geothermiekraftwerk im Thurgau

Der Thurgau macht Ernst mit der Geothermie. Der Regierungsrat hat ein entsprechendes Nutzungskonzept verabschiedet. Es enthält die Vision, wonach in zehn Jahren ein Geothermiekraftwerk gebaut ist, das Strom produziert. Selber will der Kanton keine Anlagen bauen, er setzt auf Investoren, wofür etwa das EKT oder die Axpo in Frage kommen. Die Geothermie soll auf allen Ebenen gefördert werden. Dazu zählt die Erdsonde fürs Einfamilienhaus ebenso wie die Tiefenbohrung, die ein ganzes Quartier mit Wärme versorgen könnte.

Urs Wellauer:

«Wechsel vom
Unternehmer
zum Verbands-
funktionär.»



«Wir spielen unsere
Trümpfe in der
Politik aus»

© 2009 swissbaker.ch

www.swissbaker.ch



Ein Seitenwechsel im Einsatz für die Branche

Der Thurgauer Urs Wellauer war schon als Unternehmer ein politisch denkender Mensch. In verschiedenen Gremien setzte er sich in seinem Kanton über Jahre hinweg für gute wirtschaftliche Rahmenbedingungen ein. Inzwischen tut er das in Vollzeit und in der Hauptstadt der Schweiz: Als Vizedirektor seines Berufsverbandes hat Wellauer sein Hobby zum Beruf gemacht.

Text: Stefan Millius Bild: zVg

Die Existenz als Gewerbler wurde Urs Wellauer gewissermassen in die Wiege geleitet. Von 1992 bis 2007 führten er und seine Frau die traditionsreiche Confiserie Wellauer AG in Amriswil, bis 1999 unterstützt von seinen Eltern. Der Betrieb war eine klassische Café-Konditorei mit einem Restaurant mit gutbürgerlicher Küche und insgesamt 180 Plätzen. Einige Bekanntheit hatte die Confiserie Wellauer dank ihrer hausgemachten Glacesorten und Schokoladenprodukten im Premiumbereich. Die Anzahl Mitarbeiter bewegte sich in diesen Jahren zwischen 20 und 30, jeweils drei bis sechs Lernende standen in Produktion und Handel in der Ausbildung.

Vielseitiges Engagement

Dass erfolgreiches Unternehmertum nur möglich ist, wenn die Rahmenbedingungen stimmen und man sich für diese fortwährend einsetzen muss – diese Lektion hatte Urs Wellauer früh verinnerlicht. Die

Abteilung Politik und Wirtschaft; gleichzeitig ist er im Mandatsverhältnis geschäftsleitender Sekretär des SKCV, des Verbands der Confiseure.

Brancheninteressen verteidigen

Statt selbst zu produzieren und zu verkaufen, sorgt Urs Wellauer heute also dafür, dass es seine einstigen Berufskollegen leichter haben. «Beim SBKV bin ich verantwortlich für die Public Affairs des Verbandes und führe die Lobbyarbeit vor allem zu den Eidgenössischen Verwaltungen und ins Parlament», umschreibt der Oberthurgauer sein Tätigkeitsfeld. Der Verband der Bäcker-Konditor und Confiseure setzte sich für ein politisches Umfeld ein, «das die Interessen seiner Mitglieder und der Unternehmer angemessen berücksichtigt.» Regelmässig äussert sich der Verband in Vernehmlassungen zu geplanten Gesetzesvorlagen, wirbt in den eidgenössischen Räten und in Gremien von Verbänden sowie Partnern für die Anliegen der Bäckerbranche und lässt sich öffentlich zu wichtigen und brisanten politischen Themen vernehmen und verfasst dazu Argumentarien.

Der Wechsel vom Unternehmer zum Verbandsaktivisten ist Urs Wellauer laut eigenem Bekunden «erstaunlich leicht» gefallen. Die Verbandsarbeit habe er von seinem Vater in die Wiege gelegt bekommen, und in seiner heutigen Funktion handle und denke er weiterhin unternehmerisch. «Was mir etwas fehlt, ist die praktische Arbeit, zum Beispiel die Zopfherstellung», meint der Wahl-Berner lachend. An Arbeit ganz generell fehlt es ihm hingegen nicht. Es sei – wie in so vielen Branchen – die zunehmende Regulierung, die den Betrieben am meisten Kopfzerbrechen bereite. Und das nicht einfach in Form eines einzigen grossen Bereichs. «Auf allen Ebenen werden die Belastungen grösser», sagt Wellauer, «sei es fiskalisch, über Gebühren oder neuen Gesetzesvorschriften.» Als aktuelles Beispiel nennt er die Revision des Lebensmittelgesetzes. Für den Verband gehe es darum,

Heute sorgt Urs Wellauer dafür, dass es seine einstigen Berufskollegen leichter haben.

Liste seiner ehrenamtlichen Engagements ist lang. So war er unter anderem Kantonalpräsident von «TGshop» (Fachgeschäfte Thurgau), Zentralpräsident des Schweizerischen Konditor-Confiseurmeister-Verbandes, Präsident des lokalen Gewerbevereins, Mitglied der kantonalen Prüfungskommission Detailhandel, aktives FDP-Mitglied und Gemeinderat. Die Liste liesse sich beliebig weiterführen.

Eine Zäsur stellte für ihn eine private Wendung dar, die Scheidung von seiner damaligen Frau. Für Urs Wellauer war das Anlass zu einer Neuorientierung. Er verpachtete das Geschäft und setzte voll auf das Feld, das ihn nebenamtlich immer begleitet hatte: Er wurde Vizedirektor beim Schweizerischen Bäcker- und Konditorenverband (SBKV) und leitet dort die

stets auf dem Laufenden zu sein. «Wir versuchen, uns bereits rechtzeitig in den Prozess einzubringen, und dies fängt meist in den Vernehmlassungen an und endet dann meistens in der parlamentarischen Debatte in den Eidgenössischen Räten.» Aufgrund der eingeschränkten finanziellen und personellen Ressourcen sei vor allem der direkte und persönliche Kontakt zu Behörden und Parlamentariern wichtig.

Lob für kurze Wege im Thurgau

Trotz des Bühnenwechsels: Urs Wellauer interessiert sich nach wie vor stark dafür, was in seinem früheren Heimatkanton geschieht. Dank Internet und den Online-Ausgaben diverser Medien hält er sich auf

«Auf allen Ebenen werden die Belastungen grösser, fiskalisch, über Gebühren oder neue Gesetzesvorschriften.»

dem Laufenden. Seine Bilanz: «Ich denke, vor allem im Thurgau ist alles noch etwas überschaubarer und weniger schwerfällig. Die politischen Prozesse sind nach meiner Beurteilung im Vergleich kürzer

Zur Person

Der Thurgauer Urs Wellauer hat früher in Amriswil eine Confiserie betrieben. Heute amtiert er als Vizepräsident des Schweizerischen Bäcker-Konditorenmeisterverband in Bern und ist dort für den Bereich «Politik und Wirtschaft» zuständig. In dieser Funktion betreut er die Public Affairs des Verbands und setzt sich für gute Rahmenbedingungen für die Mitglieder ein. Weitere Informationen unter www.swissbaker.ch.

und der Kontakt zu Behörden und kommunalen und kantonalen Politikern direkter und persönlicher. Das werden diese gerne hören, werben sie doch selbst im Standortmarketing stets mit den «kurzen Wegen». Dort, wo diese nicht ganz so kurz und oftmals eher verschlungen sind, wird Urs Wellauer in seiner heutigen Funktion weiterhin versuchen, das Optimum für seine Branche herauszuholen. Motivation schöpft er in einer Erkenntnis des britischen Geschichtsphilosophen Arnold Joseph Toynbee: «Die grösste Strafe für alle, die sich nicht für Politik interessieren, ist, dass sie von Leuten regiert werden, die sich für Politik interessieren.»

Anzeige

Bildungs- und Beratungszentrum Arenenberg

Thurgau 

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

ARENENBERG BELEBT

«Leidenschaftlich für die Technik»

Aus Ideen schafft die Aerne Engineering AG, Arbon, handfeste technische Lösungen für die produzierende Industrie. Treibende Kraft ist Inhaber Daniel Aerne. Er hat das Unternehmen in 15 Jahren vom Einmannbetrieb zu einer technischen Dienstleisterin mit 58 Mitarbeitenden aufgebaut.

Interview: Martin Sinzig **Bild:** Zuberbühler Fotografie

Wie würden Sie Ihre Unternehmung charakterisieren?

Daniel Aerne: Von der Produktentwicklung über das Engineering bis zur Automation und Produktion hat Aerne Engineering alle Disziplinen im Haus. Wir sind ein technischer Betrieb und Dienstleister, der Ideen rasch und mit Leidenschaft umsetzt. Wir sind für Kunden aus der produzierenden Industrie der Generalunternehmer für die Automation und den Sondermaschinenbau. Zudem sind wir in der Ostschweiz der einzige Anbieter von Zuführ- und Sortiertechnik.

Ihr Unternehmen ist eher unbekannt, warum?

Wir haben bisher keine Werbung gemacht, sondern leben von der Empfehlung unserer Kunden. Zufriedene Kunden sind für uns die wichtigsten Werbeträger. Künftig wollen wir aber in Fachzeitschriften und Messen stärker präsent sein. Startschuss war unsere erste Hausmesse, die auf sehr grosses Interesse stiess.

Wie ist die Aerne Engineering personell aufgestellt?

Die Hälfte der 58 Mitarbeitenden verfügt über einen höheren technischen Abschluss. Zum Team gehören Konstrukteure, Automatiker, Polymechaniker, Elektriker und Schlosser. Wir sind ein wichtiger Ausbilder in der Ostschweiz, und wir fördern den Nachwuchs gezielt. Zu diesem Zweck finanzieren wir zum Beispiel Studien und Weiterbildungen.

Woher stammen Ihre Kunden?

Aus einem Umkreis von circa zwei Stunden Wegzeit. Zu 90 Prozent sind wir für Schweizer Unternehmen

tätig. Ein bedeutendes Standbein ist der Sondermaschinenbau für die produzierende Industrie. Sie braucht Automation, um den Standort zu halten. Unser Ziel ist es, mit innovativen Produkten einen Beitrag zum Wirtschaftsstandort Schweiz zu leisten.

Mit anderen Industriefirmen sind Sie gut vernetzt.

Richtig, wir sind Systemintegrator für ABB und Stäubli Roboter. Noch enger arbeiten wir mit der deutschen Firma Schunk zusammen und betreiben das Service-Center Schweiz. Zudem ist die Firma Solid Solutions, der landesweit führende Verkäufer von SolidWorks-CAD-Software, bei uns eingemietet. Unsere Mitarbeitenden sind dank dieser Nähe die bestausgebildeten SolidWorks-Anwender.

Sie haben die Aerne Engineering vom Einmannbetrieb aufgebaut. Was kommt als nächstes?

Wir wollen unseren Bekanntheitsgrad weiter stärken. Ein Erweiterungsbau ist geplant, damit alle Aktivitäten an einen Standort zusammengelegt werden können. Parallel dazu werden Verkaufsaktivitäten im nahegelegenen Ausland aufgebaut. Im Bereich Dienstleistung fokussieren wir uns auf die Produktentwicklung.

Was ist für Sie Erfolg?

Erfolg ist für mich die logische Konsequenz aus Wille, konstanter Leistung und dem Lernen aus Fehlern, die zugelassen werden. Erkennbar ist Erfolg am Wachstum, dem Jahresabschluss und vor allem an den wiederkehrenden Kunden.

Daniel Aerne:
«Die produzierende
Industrie braucht
Automation, um den
Standort zu halten».



Alles unter einem Dach

Die Aerne Engineering AG wurde 1997 als Einmannbetrieb gegründet. Heute beschäftigt das Unternehmen mit Sitz in Arbon/TG rund 60 Mitarbeitende. Zum Leistungsprofil zählen Produktentwicklung, Engineering, Automation und Produktion. Produkte im Bereich der Zuführtechnik laufen unter der Marke Asba Automation. Eigenprodukte (Industriezubehör und technische Produkte für die Automation) werden über die Tochterfirma Adec Solutions GmbH angeboten.
www.aerne-ag.ch

FÜR FAHRFREUDE IN DEN BESTEN HÄNDEN.

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

Bickel Auto AG

BickelAutoAG.ch



Freude am Fahren



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



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

Ralph Nater, Geschäftsführer

Ihr Rückenwind![®]

IVECO

NATER
NUTZFAHRZEUGE

BOX X
NUTZFAHRZEUGE AG


RENTIR
FAHRZEUGE MIETE DIE RENTIER

Staad ■ Gossau ■ Müllheim www.ihrrueckenwind.ch

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

www.ihrrueckenwind.ch

Gemeinsam stärker – wenn alle überzeugt sind

Am Freitag, 28. September 2012, findet das 16. Wirtschaftsforum Thurgau (WFT) statt. Das diesjährige Thema lautet: «Vernetzungen, Allianzen, Partnerschaften – Gemeinsam die Zukunft anpacken und meistern.» Kompetente Referenten geben im WEGA-Tagungszentrum Antworten auf die Fragen rund um die verschiedenen Zusammenschlussmodelle, ihr Potenzial und ihre Risiken.

Text: Lukas Vogt, WFT-Organisator

Die Idee «Gemeinsam wären wir doch stärker» ist so alt wie die Menschheit. Steinzeitjägern versprach sie bessere Chancen im Kampf ums Überleben. In der Antike ging es um wirksamen Schutz gegen Erobererheere, im Mittelalter um bessere Karten im abendländischen Machtpoker. Und heute versprechen Netzwerke, Allianzen und Partnerschaften grössere Chancen im globalen Marktgeschehen, etwa durch mehr Wettbewerbskraft und eine Bündelung von finanzieller Stärke, Ressourcen und Kompetenzen.

Warum scheitern viele Projekte?

Wenn die Partner sich wirklich gleichberechtigt fühlen, wenn das Selbstverständnis und die Kultur des Zusammenarbeitens miteinander verträglich sind, wenn die Mythen und Geschichten, aus denen sich die Partner nähren, weiter gepflegt werden, und wenn die Beteiligten wirklich von innen her ja sagen zum Zusammengehen – dann kann es wirklich geschehen, dass Synergien zum Tragen kommen und sich alle neu beflügelt fühlen. Dies schlägt sich dann in messbar positiven Ergebnissen nieder. Aber warum scheitern so viele von diesen Projekten? Die Hintergründe sind vielfältig und oft versteckt.

Wer genau hinschaut, erkennt bald einmal, dass für den nachhaltigen Erfolg von Zusammenschlüssen aller Art die beteiligten Personen auf allen Ebenen entscheidend sind. Wenn sich ihre Arbeitskultur, die Art des Umgangs miteinander und die ungeschriebenen Firmenkulturelemente nicht vertragen, helfen die schönsten Management-Richtlinien und -Manuals nichts. Wenn es aber gelingt, sie wirklich zu überzeugen, so dass sie die neuen Partner annehmen und von innen her bejahen, kann sich eine enorme Positivspirale entwickeln.

Reale Erfahrung und Kompetenz

Die Referenten des diesjährigen Forums werden dieses Spannungsfeld aus den verschiedensten Blickwinkeln ausleuchten. Aus realer Erfahrung, mit viel Kompetenz

und manchmal aus erfrischenden, wirtschaftsfremden Perspektiven. Ich wünsche allen Teilnehmern und Teilnehmerinnen, dass sie reich an Erkenntnissen und mit neu gewonnenen Kontakten aus Weinfeldern zurückkehren und diese zu positiven Ergebnissen umsetzen können. Das ist ja seit Anbeginn das erklärte Ziel des WFT.

Wirtschaftsforum Thurgau – das Programm

- Ab 08.00 Begrüssungskaffee
- 09.00 Begrüssung durch Christian Neuweiler, Präsident IHK Thurgau
- 09.05 Prof. Peter Wippermann
Spielregeln der Netzwerk-Ökonomie
- 09.50 Dr. Martin C. Wittig, CEO Roland Berger
Strategy Consultants
Fusionen, Allianzen, Vernetzung unter KMU
- 10.35 Pause
- 11.00 Neu: Der Thurgauer Unternehmer-Talk.
Moderatorin Mona Vetsch führt Daniel Frutig, CEO Arbonia-Forster und Dr. Oliver Vietze, CEO Baumer-Group, auf den Zahn
- 11.30 Barbara Lüthi, China-Korrespondentin SRF
«guan xi» – Netzwerken auf Chinesisch
- 12.15 Zwischentöne: Solo oder Unisono?
- 12.45 Steh-Lunch
- 14.15 Jeannine Pilloud, Leiterin SBB Personenverkehr
Spannungsfeld Kundenorientierung, Wirtschaftlichkeit, Politik
- 15.00 US-Botschafter Donald S. Beyer und seine Frau Megan Carroll. Befragt von Mona Vetsch
- 15.30 Pause
- 16.00 Jolly Kunjappu, Performance Artist & Philosoph
Aus dem Vollen schöpfen.
- 16.45 Schlusswort: Peter Schütz, Präsident Thurgauer Gewerbeverband
Anschliessend Schlussapéro

Suche Zeit, biete Geld!

Warum der Kunde im Mittelpunkt der zukünftigen Unternehmensinteressen steht und neue Spielregeln die Schlüssel für den Erfolg in der Netzwerkökonomie sein werden. Nicht die Produktkategorien sind für den Erfolg von Social Commerce entscheidend, sondern die gelebten Kundenbeziehungen.

Text: Prof. Peter Wippermann Bild: zVg

Es geht um Zeit. Nicht um Technologie, nicht um Produkte oder Dienstleistungen und schon gar nicht um Marketing. Aber es geht natürlich auch ums Geld. Neue Spielregeln benennen den konsequenten Wandel vom Verkäufer- über den Käufermarkt hin zum Marktplatz der individuellen Kunden. Dank des Internets sind die Konsumenten in der Lage, einen Dialog mit den Unternehmen zu führen. Sie nutzen die digitale Selbstbedienung. Sie beraten sich untereinander. Sie werden zu freien Mitarbeitern der Betriebe.

Das Managementprinzip Consumer Centricity wird sich schnell erfolgreich verbreiten, weil es Vorteile für die Konsumenten und die Unternehmen bietet. Die interaktive Vernetzung in der Wertschöpfung steigert die Effizienz im Alltag der Konsumenten und

Zeit, entsteht. Eigenzeit setzt einen rationalen Umgang mit den privaten Minuten und Stunden des Tages voraus.

Die Ressource Information wird durch digitale Netzwerke dramatisch preiswerter, hier liegen die Chancen für die Unternehmen. Nach der Faustregel des Mooreschen Gesetzes verdoppelt sich real die Leistung neuer Computerchips im Durchschnitt etwa alle 20 Monate. Das wird auf absehbare Zeit so bleiben, so die Chip-Produzenten. Die verrichtete Arbeitsmenge pro Zeiteinheit steigt in dem globalen Datennetzwerken rasant an. Gleichzeitig fallen die Kosten. Die neu entstandenen Angebote des Cloud Computing bieten Hard- und Software als Service an. Mieten statt kaufen verhindert die langfristige Anlageninvestitionen. Unternehmen können durch Cloud Computing bei vermindertem Risiko schneller, dynamischer und flexibler handeln.

«Dank des Internets sind die Konsumenten in der Lage, einen Dialog mit den Unternehmen zu führen.»

den Gewinn der Unternehmen. Dafür bekommen Verbraucher persönliche Angebote wann und wo immer sie wollen. Sie haben optimale Transparenz und individuelle Kontrolle bei der Auswahl globaler Angebote. Konsumenten sparen aber vor allem ihre knappste Ressource: Zeit. Unternehmen automatisieren ihre Verwaltung und erwirtschaften mehr Gewinn: Geld.

Freizeit wird ökonomisch

Der Tag hat nach wie vor 24 Stunden, hier liegt das Problem für den Konsumenten. Schon jetzt haben 52 Prozent der jungen Erwachsenen zwischen 20 und 30 Jahren keinen geregelten Tagesablauf mehr, wie aus einer aktuellen Nestle-Studie hervorgeht. Die Tendenz zur Entstrukturierung des Alltags wird steigen. Denn die Individualisierung, die wir in der Freizeit und im Konsum für selbstverständlich halten, erreicht nun auch die Arbeitswelt. Die Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit öffnen sich. Eigenzeit, die selbstbestimmte Nutzung von

Neue Wertschöpfung

Consumer Centricity verkürzt die Wertschöpfungskette durch eine neue soziale Struktur. Unternehmen und Konsumenten sind sich ihrer gemeinsamen Interessen bewusst und bilden eine Projektgemeinschaft. Das Konzept setzt auf eine kooperative Zusammenarbeit. Nicht vom Produkt aus wird die neue Wertschöpfung organisiert, sondern vom Menschen. Die Konsumenten werden zum Impulsgeber für Handel und Produktion.

«Vernetzen statt Teilen» heisst die Herausforderung für das Management auch nach innen. Spezialistentum und Silodenken verlieren ihre ökonomische Kraft in der Organisationsstruktur der Unternehmen

Zum Autor

Peter Wippermann ist Professor für Kommunikationsdesign an der Folkwang Universität, Essen, und Gründer des Trendbüros, Hamburg. Wippermann referiert am Wirtschaftsforum Thurgau über die Spielregeln der Netzwerkökonomie.



Sozialer Reichtum

Nicht die Produktkategorien sind für den Erfolg von Social Commerce entscheidend, sondern die gelebten Kundenbeziehungen. Um Zeit zu sparen, stellen Kunden den Unternehmen private Informationen zur Verfügung. Diese nutzen Firmen zur Automatisierung ihres Workflows. Consumer Centricity ist eine Weiterentwicklung der wissenschaftlichen

«Nicht vom Produkt aus wird die neue Wertschöpfung organisiert, sondern vom Menschen.»

Betriebsführung, der Übergang von der Industrieproduktion zur Netzwerkökonomie. Die Effektivität wird nicht mehr allein durch den Arbeitstakt der Maschinen bestimmt, sondern durch die Kenntnisse der Beziehungshistorie und über die Informationen der Bedürfnisse, Wünsche und Sehnsüchte der Menschen.

Spielregeln der Netzwerkökonomie

1. These: In der Netzwerkgesellschaft wird die Qualität des Lebens sowie die Produktivität von Arbeit steigen.

Die Kraft des Strukturwandels entsteht nicht durch digitale Technologien, sondern durch die individuellen Sehnsüchte jedes Einzelnen nach persönlicher Freiheit, Zugehörigkeit, Flexibilität sowie wirtschaftlicher Effizienz.

– Soziale Beziehungen werden Programm.

Neue mobile Informationstechnologien, die so genannten Personal Media, bringen eine dramatische Reduzierung der Kosten für Kommunikation mit sich und ermöglichen eine Alltagswelt, die wesentlich mehr dezentralisierte Organisationsformen mit sich bringen wird.

– Privat sind wir revolutionär, Institutionen und Unternehmen sind konservativ.

2. These: Unternehmen werden zu Mini-Demokratien. Je mehr Menschen sich als Knotenpunkt ihrer eigenen Netzwerke verstehen, desto stärker werden sich die Macht- und Kontrollverhältnisse in der Gesellschaft, Politik und Wirtschaft verändern. Entscheidungen werden durch permanentes digitales Abstimmen geleitet.

– Augmented Reality und Social Media ermöglichen neue Geschäftsmodelle.

Wer bereit ist, den Bürger und Konsumenten in den Mittelpunkt aller wirtschaftlichen Überlegungen zu stellen und nicht Produkte, wird menschliche Werte als entscheidenden Sinnstifter für unternehmerisches Handeln akzeptieren. Mitarbeiter sind auch Menschen.

– Unternehmen werden um das Vertrauen der Kunden und Mitarbeiter konkurrieren.

3. These: Nach den Produkt-Managern kommen die People-Manager.

Unternehmen werden komplexer. Globalisierung und Digitalisierung der Arbeitswelt setzen auf selbstverantwortliches und kooperatives Arbeiten. Die Herausforderung für das Management wird sein, die Vorteile von Dezentralisation und Zentralisation in den eigenen Organisationen zu kombinieren: Koordinieren und Entwickeln statt Befehlen und Kontrollieren.

Die Zeit der heldenhaften Einzelkämpfer ist vorüber. Der demografische Wandel erreicht die Arbeitswelt.

– Digital Natives erwarten vernetzte mobile Arbeitsplätze.

Man wird weiterhin auf die Spezialisierung der Arbeit und zentrale Organisationsstrukturen angewiesen sein, um Skaleneffekte nutzen zu können. In allen Geschäftsbereichen aber, in denen Flexibilität, Schnelligkeit, Kreativität und Motivation Voraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg sind, wird eine Dezentralisierung und Vernetzung der Wertschöpfung entscheidende Vorteile mit sich bringen.

– Hyperconnectivity bestimmt die Innovationskraft der Unternehmen von morgen.



Augen haben und Fokussieren ist nicht dasselbe.

Wir fokussieren unsere Stärken rund um Ihre Unternehmung. So identifizieren wir Optimierungspotenzial, setzen klare Ziele und entwickeln differenzierte Lösungen. Mit Ihnen. Mit unseren internationalen Beziehungen. Mit 60 Jahren Erfahrung. Gewinnen Sie mit uns Zeit, Geld, Kompetenz und Know-how. Wir sind global vernetzt und regional verankert. Offen und flexibel – für Sie.

-  Unternehmensberatung
-  Steuerberatung
-  Wirtschaftsprüfung
-  Management Services

Provida

Romanshorn · St.Gallen · Zürich · Frauenfeld · Rorschach · Wetzikon · Winterthur
Telefon 0848 800 844 · info@provida.ch · www.provida.ch

Tourismus-Preis für die Regionalbahn Thurbo

Der Thurgauer Tourismus Preis 2012 geht an die Regionalbahn Thurbo. Mit dieser Preisverleihung würdigt die Jury die konsequente und erfolgreiche Positionierung der Regionalbahn als die Freizeit- und Event-Bahn in der Ostschweiz. Sie ist das Ergebnis einer kontinuierlichen und zielgerichteten Entwicklung in den nunmehr genau zehn Jahren ihres Bestehens. Massgeblich für den Erfolg war der strategische Entscheid, im Marketing den Fokus auf die Freizeitmobilität zu setzen.

Diese Wahl für den zum zwölften Mal verliehenen Anerkennungs- und Motivationspreis im Thurgauer Tourismus wurde von der von Thurgau Tourismus eingesetzten Jury getroffen. Der Preis ist mit 10'000 Franken dotiert und wird mit Unterstützung der Thurgauer Kantonalbank zur Verfügung gestellt. Die offizielle Preisverleihung findet am 25. September in der Regionalbahn Thurbo statt.

Der Thurgauer Tourismus Preis als Motivationsschub

Der Thurgauer Tourismus Preis ist ein wichtiges Motivations- und Marketing-Instrument von Thurgau Tourismus, der kantonalen touristischen Dachorganisation. Auslöser für die Lancierung des Tourismuspreises war die vor zehn Jahren erarbeitete Strategiestudie, welche die Zielrichtung für eine nachhaltige Tourismusentwicklung im Thurgau aufzeigt. Mit der jährlichen Preisverleihung soll diese Strategie kommuniziert und die Bedeutung und Chancen des Tourismus im Thurgau noch stärker im Bewusstsein der Bevölkerung verankert werden. Mit dem Tourismus-Preis sollen neue und innovative Ansätze sowie vorbildliches unternehmerisches Denken und Handeln im Thurgauer Tourismus ausgezeichnet werden. Gleichzeitig soll er Ansporn und Motivation für weitere wegweisende Aktivitäten und Angebote sein.

Beitrag zum Standortmarketing

Die konsequente Förderung des Ausflugstourismus in Kombination mit der Seelinie von Schaffhausen bis Rorschach macht den «Thurbo» Bahn einzigartig im touristischen Angebot des Kantons Thurgau, ja des gesamten Schweizer Bodenseeufer. Die touristisch bedingte Verdichtung des Fahrplans am Wochenende macht Thurbo auch für die Einheimischen zu einem attraktiven, die Freizeit- und Erholungsqualität bereichernden Angebot. Mit der Positionierung als Freizeitbahn in der Ostschweiz und der breiten Kommunikation des vielfältigen, mit der Bahn erreichbaren Angebotes ist der «Thurbo» ein touristisches Aushängeschild für sein Stammland, den Thurgau, geworden, das weit über die Region hinausstrahlt. Grossveranstaltungen, auf die der Kanton gerne setzt, sind ohne die Regionalbahn nicht denkbar. Damit leistet «Thurbo» einen nicht zu unterschätzenden Beitrag zum Standortmarketing für den Lebens- und Erholungsraum Thurgau.



Sonnenschutz «made by Glatz»

Wer sich in Gärten, Hotels und Restaurants umschaute, merkt schnell: Die Glatz AG aus Frauenfeld spielt bei den Outdoor-Produkten in der obersten Liga mit – als eine der führenden Sonnenschirmherstellerinnen weit über die Schweizer Grenzen hinaus.

Text: Nicole Trinkler-Jander Bild: zVg

Die Nadel hebt und senkt sich. Immer wieder. An vielen Tischen. Hände breiten Stoffballen aus, falten sie exakt Kante auf Kante und setzen Nähgarn in die Spulen ein. Hier wird ein roter Faden, dort ein weisser in den Stoff gebracht. Viele Einzelteile fügen sich binnen Minuten zu einem Ganzen. «Ohne den unermüdlichen Einsatz, die Ideen, das Engagement und fundierte Know-how unserer Mitarbeiter wären wir heute nicht da, wo wir sind», erklärt Markus Glatz, CEO der Glatz AG mit Sitz in Frauenfeld. «Jeder bringt sich ein und unser Unternehmen damit voran.»

Familienunternehmen mit langer Tradition

Und das seit 117 Jahren: 1895 legte Urgrossvater Albert Glatz den Grundstein und macht sich als Schirmmacher selbstständig. Heute ist «Made by Glatz» ein Garant für führende Qualität bei Sonnenschirmen – für Privat oder Gastronomie und Hotellerie.

Glatz ist anderen Herstellern einen Schritt voraus und verwendet Sonnenschirmbezüge, die UV-Strahlen filtern.

«Wir konzipieren unsere Produkte getreu der Maxime Form follows function (das Design folgt der Funktionalität). Dementsprechend bieten unsere Schirme optimalen Sonnenschutz und lassen sich bestmöglich nach der Sonne, abhängig vom Standort, ausrichten. Abgestimmt auf ergonomische Prinzipien sind alle Modelle leicht und bequem zu bedienen – und sie sind stabil: Aufgrund ausgewählter Materialien halten sie widrigsten Wind- und Wetterbedingungen stand», erläutert Markus Glatz.

Schutz vor UV-Strahlen immer wichtiger

Seit jeher ist das Verhältnis zur Sonne ambivalent: Jeder sehnt sie herbei. Kommt sie zum Vorschein, wird langfristig ein Schattenplatz bevorzugt. Zwar schützt jeder Sonnenschirm vor Sonne, nicht jeder aber vor ihren gefährlichen UV-Strahlen. Ultraviolette Strahlen sind in die Wellenbereiche UV-A, UV-B und UV-C eingeteilt. Je kürzer die Wellenberei-

che sind, desto schädlicher wirken sie auf der Haut. Obwohl die UV-A-Strahlung im längsten Wellenbereich liegt, ist diese die schädlichste für den Menschen: Neben einer schnellen, kurzfristigen Bräune erhöht sie vor allem das Risiko von Hautalterungen und Hautkrebs.

Glatz ist anderen Herstellern einen Schritt voraus und verwendet Sonnenschirmbezüge, die UV-Strahlen filtern – und das nach australischem Standard UPF. UPF steht für «Ultraviolet Protection Factor» und ist ein Programm der australischen Regierung: Hier können Sonnenschutzhersteller beim Amt für Australien Radiation Protection and Nuclear Safety Agency einen Antrag stellen und ihre Produkte testen lassen – so auch die Glatz AG. Sämtliche Stoffe des Schweizer Sonnenschirmfabrikanten tragen das UPF-Siegel, das weltweit unter Markenschutz steht. Die Skala des Sonnenschutzes bewegt sich zwischen 15 bis 50, wobei 50 der beste Wert ist und den höchsten Schutz vor UV-Strahlung bietet. Produkte, die darüber liegen, werden mit dem Siegel UPF 50+ ausgezeichnet.

«Der Gesundheit zuliebe weisen alle unsere Stoffbezüge einen Sonnenschutz von UPF 50+ aus», betont Markus Glatz. Aber nicht nur die Haut, auch der Schirmbezug muss sich gegen starke UV-Strahlen wappnen: Ist ein Sonnenschirm permanent der Sonne ausgesetzt, bleicht der Stoff mit der Zeit aus. Wie schnell und stark, hängt von der Stoffqualität ab. «Deshalb bieten wir verschiedene Stoffklassen an. Je höher die Stoffklasse, desto besser sind Lichtechtheit und die Freilichtdauer - wie beispielsweise die Stoffklasse 5 mit einer Freilichtdauerbeständigkeit von 350 Tagen», erklärt der CEO.

Nicht nur Sonnenschirme, sondern Outdoor-Lösungen

Wer auf der Suche nach einem Schirm ist, bekommt bei Glatz mehr: Eine Outdoor-Lösung! Von modularen Heizstrahlern, Beleuchtungskörpern, Schirmtischen, Funkbedienungen, Bodenhülsen, Sockel oder Montageplatten: Das Zubehör von Glatz ist umfangreich und kompatibel mit fast allen Schirmmodellen. «Formsprache und Ästhetik gepaart mit Individuali-



Die dritte und vierte Generation – Dölf und Markus Glatz (CEO) – auf dem Rundgang durch die Produktion in Frauenfeld.

tät – das ist für uns wahres Design: Bei uns bestimmt der Kunde, wie sein Sonnenschirm aussieht. Neben Einzelanfertigungen nach Wunsch decken wir mit unserem breiten Sortiment an Designmodellen in Standard- oder Übergrössen, rund oder eckig und mit Stoffen in 80 Farben sämtliche Bedürfnisse unserer Privat- und Geschäftskunden ab», sagt Markus Glatz und ergänzt: «Der Vertrieb unserer Produkte erfolgt nahezu weltweit über ein Netzwerk von Fachhändlern und Importeuren.»

«Formsprache und Ästhetik gepaart mit Individualität – das ist für uns wahres Design.»

Dem Schirmfabrikanten und seinen Partnern liegt eines besonders am Herzen: Der Kundenservice. Einmal jährlich werden die Händler in optimaler Beratung und Reparaturarbeiten geschult und für den Service bei Reklamationen und Reparaturen zertifiziert, so dass sie kompetent und rasch wie möglich auf Service-Anfragen reagieren können.

Mit dem Kanton Thurgau verwurzelt

Wenn einer dem Kanton Thurgau als Wirtschaftsstandort ein Gesicht gibt, dann Unternehmer Markus Glatz. «Made by Glatz» steht nicht nur für Liebe zum Detail und lange Lebensdauer, sondern auch

für «Made in Frauenfeld». CEO Markus Glatz mit Überzeugung: «Hochwertige Materialien und Produktionstechnologien nach internationalen Standards gepaart mit stetigen Qualitätskontrollen bei der Schirmfertigung sind unsere Garantien: Für beste Schweizer Qualität aus dem Hause Glatz im Kanton Thurgau.»

Zum Unternehmen

Die Glatz AG mit Sitz in Frauenfeld ist einer der tonangebenden Sonnenschirmfabrikanten in Europa und weltweit. Seit 117 Jahren gilt bei der Schirmkonzeption eine Maxime: Das Design folgt der Funktionalität. Gestern wie heute liegt der Fokus auf einem: Der optimalen Schattenlösung, die Funktionalität, Schweizer Qualität, technisches Know-how und zeitloses Design vereint. Die Glatz AG wird von Markus Glatz als CEO in vierter Generation geführt und vertreibt ihre Produkte über ein nahezu weltweites Netzwerk von Fachhändlern und Importeuren. Die Glatz AG beschäftigt in Frauenfeld rund 80 Mitarbeiter und vertreibt die Produkte im gesamten europäischen Raum. Eigene Verkaufsmitarbeiter sind in der Schweiz, in Deutschland, Österreich, Spanien und in den Benelux-Ländern tätig. Der Umsatz beläuft sich auf rund 40 Millionen Franken.

Vom Bodensee aus die Bahnwelt erobert

Vor mehr als 40 Jahren gründete Karl-Heinz Schwiede im thurgauischen Gottlieben die Schwihag, die heute in Tägerwilen ansässig ist. Der Gleis- und Weichen-Entwickler hat seither in seiner Branche Geschichte geschrieben. Denn eine Innovation folgte der nächsten. Die Erfolgsstory des Unternehmens ist international. Doch am Thurgau als Herz der Gruppe will man festhalten – aus vielen Gründen.

Text: Stefan Millius Bilder: Philipp Baer

«Die Entwicklung fortschrittlicher Komponenten für Gleise und Weichen des Eisenbahnoberbaus sowie die Produktion und der Handel mit diesen Produkten»: So umschreibt Karl-Heinz Schwiede das Unternehmensziel, das er 1971 formulierte, als er die Schwihag gründete. Schwiede hatte damals eine gute Nase. Zum einen sah er voraus, wie bedeutsam der öffentliche Verkehr in den nächsten Jahrzehnten noch werden würde. Zum anderen war ihm offenbar auch bewusst, dass innovative und zuverlässige Zulieferer in diesem Bereich entsprechend gefragt sein würden. Bereits kurz nach der Gründung holte er einen Ingenieur an Bord, der als ausgewiesener Fachmann auf dem Gebiet der Weichentechnologie galt.

Handel und Entwicklung

Schwiede stellte das Unternehmen auf mehrere Beine. Zum einen handelte es mit Gesenkschmiedeteilen für diverse Eisenbahngesellschaften, damals bereits

führt werden, ein Umstand, der uns grosse finanzielle Probleme in dieser Anfangsphase beschert hat», wie sich Schwiede erinnert.

Aber die fehlerhaft arbeitende Schweissmaschine musste nach einer kurzen gerichtlichen Auseinandersetzung gegen Erstattung des Kaufpreises von der Lieferfirma zurückgenommen werden. Und Schwiede zog aus diesen Anfangsschwierigkeiten die Konsequenzen: «Wir haben uns zunächst weiterhin nur noch auf die Entwicklung, Konstruktion und die Vermarktung der neuen Produktideen konzentriert und die Produktion erfahrenen Schmieden, Giessereien und mechanischen Bearbeitungsbetrieben überlassen.»

Eine weise Entscheidung. Nachdem sich die Schwihag voll auf den Innovationsprozess konzentrieren konnte, gelang ein grosser Wurf, der in Fachkreisen unter dem Kürzel «IBav» bekannt wurde. Stark vereinfacht ausgedrückt, handelte es sich um eine Entwicklung, welche die damals übliche starre äussere Schienenabstützung ablöste. Diese verursachte Verschleiss an Schienen, Rädern und übrigen Komponenten, weil sie die natürliche Elastizität des Schienenprofils aufhob. Mit der IBav wurden die vom Rad ausgehenden Horizontalkräfte am Schienenkopf um über 40 Prozent reduziert. «Als Folge konnte der Fahrkomfort erhöht und der Verschleiss minimiert werden, ebenso der Material- und Montageaufwand der Weichen», stellt Karlheinz Schwiede fest.

Internationaler Durchbruch

Die von Schwihag entwickelte IBav ist bis heute das weltweit einzige Produkt, das die von der Deutschen Bahn DB gestellten hohen technischen Anforderungen erfüllt. Die Folgen waren weitreichend: Seit 1978 erzielt das Produkt einen ungebremsen Markterfolg. Nach der SNCB in Belgien und der SJ in Schweden wurde die IBav System Schwihag 1982 das alleinige System der Deutschen Bahn DB. Die

«Wir werden für die Schwihag AG als Kopf der Schwihag-Gruppe am Standort Thurgau festhalten.»

weit über die Landesgrenzen hinaus, unter anderem für die Belgische Staatsbahn. Gleichzeitig entwickelten die Thurgauer individuelle Lösungen, beispielsweise einen Schienenbefestigungsstützpunkt für den schotterlosen Oberbau im Auftrag der Kölner U-Bahn. Dieser Grossauftrag brachte das junge Unternehmen aber auch erstmals an die Leistungsgrenze. Denn während auf Seiten der Thurgauer alles bestens funktionierte, brachte die Schweissmaschine, die Schwiedes Team für die Arbeit anschaffte, nicht die gewünschte Leistung. «Als Folge musste ein Grossteil des Auftrages mit der zeitlich und kostenmässig wesentlich aufwendigeren Handschweisstechnik ausge-



*Karl-Heinz Schwiede:
Beschäftigt in der Schweiz 45
von insgesamt 100 Angestellten.*



französische, spanische, italienische, englische Bahn sowie zahlreiche weitere Staatsbahnen und Metro- und U-Bahnen folgten. Heute werden auch in Japan und China Weichen als Standard mit dem IBav-System Schwihag ausgerüstet.

Die Schwihag ist aber längst nicht mehr «nur» Entwickler. Die Herstellung der Spannbügel als wichtigstes Element erfolgt nach wie vor in Tägerwil-

«Wir planen den Neubau eines Verwaltungsgebäudes mit umfangreicher Prüf- und Versuchshalle in Tägerwilen.»

len. Mit der Herstellung der Gussplatten werden je nach Standort der Bahnen Giessereien oder Gesenkschmieden als Sublieferanten in Europa oder auch in Übersee beauftragt. In den vergangenen 30 Jahren sind zahlreiche weitere Neuentwicklungen hinzugekommen, mit denen die Schwihag ihren Ruf als Innovator in der Branche bestätigte und ihren unternehmerischen Erfolg festigen konnte. Gleichzeitig wurde das Portfolio ausgeweitet. Karlheinz Schwiede: «Aufgrund der langjährigen Erfahrung mit Schienenbefestigungen in der Weiche setzt die Schwihag dieses Wissen seit 2007 auch für die Entwicklung und Herstellung von Schienenbefestigungen im Gleis ein.» So konnte 2008 in einem neuen Werk in Leipzig mit der Fertigung von Schienenklemmen für das Gleis und der übrigen Zubehöerteile begonnen werden.

Auch SBB unter Kunden

Seit 2009 beginnend, werden bereits 50 Prozent des Gesamtbedarfes der DB aus Leipzig geliefert, und 2011 beteiligte sich die Schwihag erstmals an der öf-

fentlichen Ausschreibung der SBB über Schienenklemmen – und erhielt den Zuschlag. «Nachdem sich die Abteilungen Technik, Qualitätssicherung und Einkauf der SBB von der hohen Qualität und Leistungsfähigkeit der Schwihag-Produktionseinrichtungen in einem Audit persönlich überzeugen konnten, erhielt die Schwihag bereits den Rahmenvertrag für die Belieferung des Betonschwellenwerkes und Weichenwerkes in der Schweiz sowie der SBB und der Schweizer Privatbahnen», beschreibt Schwiede die Fortsetzung der Erfolgsstory.

Doch wie wichtig ist die Schweiz – beziehungsweise der Thurgau – bei all dem? Aus zahlreichen Gründen – Investitionszuschüsse, niedrige Baulandpreise, erheblich tiefere Lohnkosten – habe man das neue Werk zur Herstellung der Schienenklemmen zwar in der Nähe des Hauptkunden DB in Deutschland aufbauen müssen, sagt Schwiede. «Aber wir werden für die Schwihag AG als Kopf der Schwihag-Gruppe am Standort Tägerwilen festhalten, obwohl uns dies durch den extremen Anstieg des Frankenkurses gegenüber Euro, Pfund und Dollar sehr schwer gefallen ist.» Immerhin, so Schwiede, haben diese drei Fremdwährungen bei der Schwihag AG einen Umsatzanteil von über 98 Prozent. Insofern sei der Schritt zu einer eigenen Produktionsstätte im Euro-Raum notwendig und richtig gewesen zu einem Zeitpunkt, als der Schweizer Franken noch bei einem Kurs von 1.50 für einen Euro und 2 für ein Pfund stand.

45 Arbeitsplätze im Thurgau

Wie bedeutend die Schweiz nach wie vor ist, zeigt auch ein Blick auf die Organisation. Die gesamte Schwihag-Gruppe mit Unternehmen in Tägerwilen, Leipzig, in England, Tunesien, den USA und Russland beschäftigt insgesamt über 100 Mitarbeiter – davon 45 allein in der Schweiz. Der Gesamtumsatz der Gruppe beläuft sich auf über 70 Mio. Franken. Und im Thurgau soll ausgebaut werden. «Für die kommenden ein bis zwei Jahre planen wir den Neubau eines Verwaltungsgebäudes mit umfangreicher Prüf- und Versuchshalle in Tägerwilen», so Karlheinz Schwiede. «Hierzu haben die Gemeinde Tägerwilen sowie die Kantonsregierung bereits Hand geboten, um ein passendes Grundstück zu finden.»

Der Unternehmer sieht im Thurgau viele Vorteile: «Hier sind neben dem unbürokratischen Umgang mit den Behörden, die günstigen Steuertarife, die Nähe zur schweizerisch-deutschen Grenze und der damit bestehende Zugang auch zum deutschen Arbeitsmarkt, die Nähe zum Flughafen Zürich und last but not least die zauberhafte Landschaft, die auch viele Geschäftsbesucher aus der ganzen Welt immer wieder geniessen und schätzen gelernt haben, zu erwähnen.» Der hohe Freizeitwert dieser einmaligen Bodenseelandschaft sei sicherlich auch ein Grund für die relativ geringe Fluktuation, insbesondere bei den leitenden Mitarbeitern.

«Wir bringen Unternehmer zusammen»

Immer mehr Thurgauer KMU vertrauen der UBS. Kurt Brunnschweiler, Leiter Privatkunden Ostschweiz, und Urs Röthlisberger, Leiter Geschäftskunden Thurgau, erklären warum.



Kurt Brunnschweiler und Urs Röthlisberger: Jede dritte KMU hat eine Geschäftsbeziehung zur UBS.

Zum 16. Mal ist UBS Hauptsponsorin des Wirtschaftsforums Thurgau. Wie kam es zu diesem langfristigen Engagement?

Kurt Brunnschweiler: Das Wirtschaftsforum ist eine einmalige Plattform. An diesem Tag können sich Wirtschaft und Politik vernetzen. Teilnehmer erhalten interessante Anregungen, führen viele Gespräche, pflegen bestehende Kontakte oder knüpfen neue. Diese Tagung unterstützen wir aus Tradition sehr gerne.

Urs Röthlisberger: Es ist ein guter Anlass, weil Unternehmer aus dem ganzen Kanton an einem Ort zusammenkommen und den persönlichen Austausch nutzen. Nicht selten sind wir an diesem Tag Vermittler, bringen Unternehmer zusammen, gleisen eine Zusammenarbeit oder andere Geschäfte auf. Dafür stellen wir unser Netzwerk gerne zur Verfügung.

Was kann UBS einem KMU bieten?

Urs Röthlisberger: Uns zeichnet sicher die hohe Qualität und Effizienz unserer Dienstleistungen aus, unter anderem im Bereich des internationalen Zahlungsverkehrs. In der Beratung und bei strategischen Fragestellungen sind wir als Bank eine Gesprächspartnerin, die auf die Visionen und Ideen des Unternehmers eingeht. Kunden können von unserer grossen Expertise und unserem Erfahrungsschatz profitieren.

Kurt Brunnschweiler: Wir sind im KMU-Geschäft gut verankert. Schweizweit hat jede dritte KMU eine Geschäftsbeziehung mit UBS. Bei den grösseren Unternehmen sind es 60 Prozent der Firmen.

Wie stark ist die UBS bei den KMU im Thurgau engagiert?

Urs Röthlisberger: Mit Neukunden, aber auch bei Kredit- und Anlagenvolumina sind wir in den vergangenen drei Jahren im KMU-Segment erfreulich gewachsen. Das bestätigt unsere Strategie, uns konsequent auf die Bedürfnisse der Kunden auszurichten und die richtigen Produkte im richtigen Moment anzubieten. Unser 12-köpfiges KMU-Team stellt die entsprechende Beratung sicher.

Wie gut sind die Unternehmen im Thurgau heute, nach den Währungsturbulenzen, aufgestellt?

Urs Röthlisberger: Der Detailhandel hat aufgrund der Grenznähe zu kämpfen, ebenso die exportorientierten Betriebe. Sie haben sich aber über die letzten Monate und Jahre fitgemacht und einen enormen Einsatz geleistet. Den anstehenden Fragen haben wir als Bank eine hohe Priorität eingeräumt und vielfach Lösungen ermöglicht. So solide wie vor der Eurokrise stehen die Unternehmen heute aber noch nicht da.

Das lebende Museum – Pflege der 320 Obstsorten

Drei von vier markanten Hochstamm-Obstbäumen und drei Viertel der einst vorhandenen Obstsorten im Thurgau sind in den letzten 40 Jahren verloren gegangen. Und ein Ende dieser Entwicklung ist nicht abzusehen. Der Verein Obstsortensammlung in Roggwil sorgt dafür, dass möglichst viele der noch auffindbaren Äpfel, Birnen, Kirschen, Zwetschgen und Pflaumen mit ihrem Genmaterial erhalten bleiben.

Text: Daniela Winkler Bilder: Bodo Rüedi

Obstsortensammlung Roggwil? Vor dem geistigen Auge erscheint dem Leser ein Museum mit Abbildungen alter Obstsorten der Region und in Reagenzgläsern gespeicherter alphabetisch abgelegter Genmaterialien. Der Besuch vor Ort widerlegt dies schnell. Ein Museum ist die Obstsortensammlung Roggwil zwar, aber ein Museum der besonderen Art – ein lebendes Museum. Auf rund 4 Hektaren, auf einem Grünstreifen entlang der Umfahrungsstrasse Arbon bei Hofen Roggwil, wachsen 320 Hochstamm-

rial für neue Züchtungen zur Verfügung zu haben.» Besonders im Hinblick auf den Feuerbrand würden neue und resistente Züchtungen immer mehr an Aktualität gewinnen. Ein Zurückgreifen auf altes, so genanntes unverdorbenes Genmaterial sei dabei von grossem Vorteil.

Der Kanton Thurgau sah ursprünglich vor, sein Projekt an der Landwirtschaftlichen Schule mit Obstbauberatung im Schloss Arenenberg/Salenstein anzusiedeln. Dann tat sich aber 1993 mit der Fertigstellung der Umfahrungsstrasse Arbon eine andere, neue Möglichkeit auf. Da die Umfahrungsstrasse nicht wie ursprünglich geplant als richtungstrennte doppelspurige Strasse umgesetzt werden konnte und redimensioniert wurde, das Land dafür aber bereits im Besitz des Kantons war, blieb ein Streifen von 4 Hektaren Restland entlang der Strasse bei Roggwil ungenutzt.

«Jeder Weiler in der Region züchtete seine eigene Sorte.»

bäume, alle mit Fruchtansätzen oder reifen Früchten und alle mit einem Schild beschriftet. Auf jedem einzelnen Baum wächst eine andere Sorte Obst. 320 Sorten Äpfel, Birnen, Kirschen, Zwetschgen, Pflaumen. Nach 19 Jahren Aufbauarbeit sind die Bäume von stattlicher Grösse und tragen reichlich Früchte.

Genmaterial für neue Züchtungen

Hervorgegangen ist die Obstsortensammlung Roggwil, die als Verein geführt wird, aus einem Wunsch des Kantons Thurgau, der die Absicht hatte, ein Obstmuseum zu realisieren. «Das Museum sollte sich aber ganz klar vom Expo.02-Auftritt von Coop unterscheiden, die in Zusammenarbeit mit Pro Specie Rara künstliche alte Gemüse- und Früchtesorten in Gläsern präsentierte», erklärt Walter Kradolfer, Vorstandsmitglied des Vereins Obstsortensammlung Roggwil, die Auflagen des Kantons. «Die alte Sortenvielfalt an Obst im Kanton Thurgau sollte lebend und nicht konserviert bewahrt werden, mit dem Gedanken, einerseits alte bewährte Sorten nicht in Vergessenheit geraten zu lassen und andererseits Genmate-

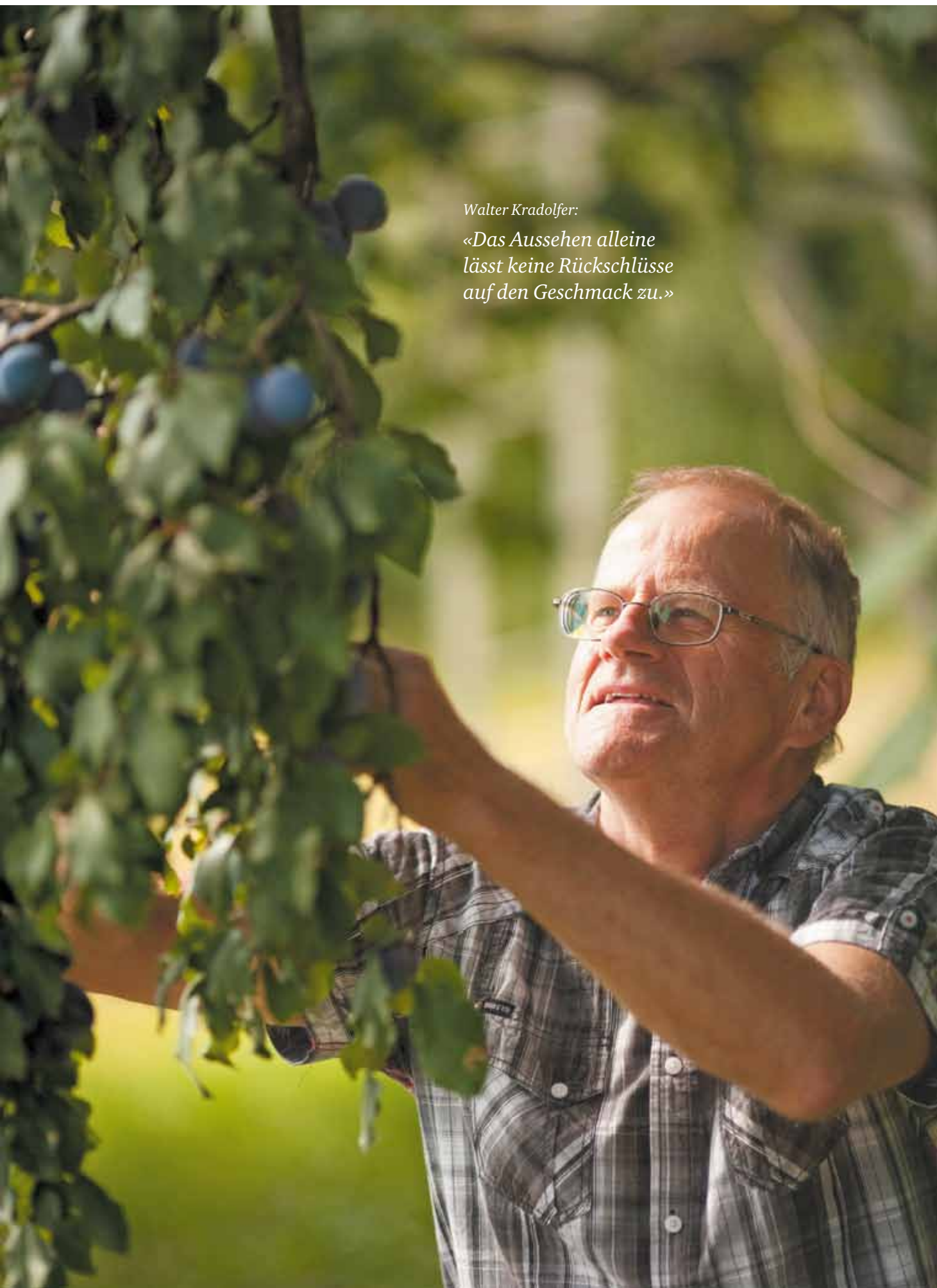
Aufruf in der Bevölkerung

«Davon erfuhr Heinz Daepf», fährt Walter Kradolfer fort. «Und die Idee der Obstsortensammlung war geboren.» Daepf initiierte 1994 den Verein Obstsortensammlung Roggwil. Dieser Verein übernahm als Non-Profit-Organisation die 4 Hektaren pachtweise vom Kanton und verpflichtete sich, eine Obstsortensammlung zu planen, zu pflanzen und zu pflegen. Der Verein Obstsortensammlung verfolgt zwei Ziele: Möglichst viele alte Sorten zu erhalten und die nötigen Kenntnisse über Pflanzung, Schnitt, Veredelung, Sortennamen und Eigenschaften weiterzuvermitteln. Weiter ist es ein Anliegen, späteren Generationen, die nur noch Niederstammpflanzen kennen werden, einen für diese Gegend einst typischen Hochstamm-Obstgarten zeigen zu können.

Um an die alten, zum Teil bereits vergessenen Obstsorten zu gelangen, startete die Obstbauberatung des Kantons einen Aufruf in der Bevölkerung des

Walter Kradolfer:

*«Das Aussehen alleine
lässt keine Rückschlüsse
auf den Geschmack zu.»*





Kantons Thurgau, alte Sorten zu melden. Zweige dieser so gewonnenen Sorten wurden dann im folgenden Jahr mit unveredelten Obstbäumen, sogenannten Unterlagen, von 1.80 Meter Höhe gezeit. Damit konnte die Natur ihren Lauf nehmen und das «Museum» wachsen lassen. Die Aktivmitglieder bewirtschaften den Obstgarten in Hofen. Sie lernten, wie man Bäume pflanzt, schneidet, umpfropft, auspfückt und wie man erntet.

Vom Gelben Bellefleur bis zur Api Rose

Ein kleiner Auszug aus der Sortenliste der Äpfel zeigt die einstige Vielfalt: Achackerer, Gelber Bellefleur, Ontario, Adams Parmäne, Gelber Hordapfel, Oregon, Allensberger, Gelbjogger, Osnabrücker Reinette, Ananas Reinette, Gilbert, Pariser Reinette, Api Rose usw. Erst nach diesem Rücklauf wurde Walter

im Aussehen und Geschmack unterscheiden. Vor 200 Jahren gab es hier nachgewiesen sogar 200 Kirschensorten. Walter Kradolfer sieht den Ursprung dieser grossen Sortenvielfalt darin, «dass früher Bauern selber gekreuzt, ausprobiert und getüftelt haben. Heute gibt es noch wenige Forschungsanstalten wie die Forschungsanstalt Agroscope Changins-Wädenswil ACW, die sich intensiv mit Neuzüchtungen befassen.

«Bei den Kirschen konnten sich nur die Sorten mit grossen Früchten behaupten.»

Kradolfer und den andern Vereinsmitgliedern richtig bewusst, wie viele lokale Sorten es einmal gab. «Jeder Weiler in der Region züchtete seine eigene Sorte mit ihren ganz individuellen Vorzügen. Heute werden von diesen regionalen Apfelsorten kommerziell kein Dutzend mehr angepflanzt.» Den Grund dafür sieht er auch im eigenen Kaufverhalten: «Bei den Kirschen beispielsweise konnten sich über die Jahre nur die Sorten mit grossen Früchten behaupten. Hand aufs Herz, wenn im Lebensmittelgeschäft nebeneinander zwei verschiedene Kirschensorten liegen, wählt das Auge die grösseren, pralleren Früchte. Obwohl das Aussehen alleine keine Rückschlüsse auf den Geschmack zulässt.»

Allein bei den Kirschen wurden vor Jahren im Kanton Thurgau über 40 Sorten kultiviert, die sich alle

Raritäten aus der Sortenliste

Luxburger Kirschen

Luxburger (Name hergeleitet von Luxburg bei Eggenach) war während Jahrzehnten die weit verbreitetste und beliebteste Kirschensorte im Thurgau. Doch trotz all ihrer Vorzüge – lange Haltbarkeit am Baum, nicht regenempfindlich, süsser Geschmack, einfaches Ablesen dank büschelweisem Wachstum – ist sie aus den Lebensmittelgeschäften verschwunden. Schuld daran ist ihre Grösse. Sie kann die für den kommerziellen Verkauf vorgeschriebene Mindestgrösse von 21 mm nicht erfüllen.

Apfel Gravensteiner

Der Gravensteiner ist seit 1669 bekannt. Er ist die einzige Apfelsorte, die bis heute nie von neuen Sorten verdrängt wurde. Er führt seit über 100 Jahren die Hitparade der Frühäpfel an.

Api Stern, Api Rose

Sie sind in der Ostschweiz die ältesten Apfelsorten. Ihre Nennung geht zurück bis in die Römerzeit. Die Namen führen beim Api Stern von seiner Form her: er ist fünfeckig. Beim Api Rose gab die Rosafarbe des Apfels den Namen.

Berufliche Vorsorge mit Renditechancen. Helvetia BVG Invest – Anlageoptimierung: transparent und effizient.



Unternehmen, die keine eigene Pensionskasse führen wollen, sich aber eine moderne und auf die heutigen Märkte zugeschnittene Lösung für die berufliche Vorsorge wünschen, sind mit der Poolanlage der Helvetia BVG Invest Sammelstiftung für Personalvorsorge (nachstehend die Helvetia BVG Invest) gut beraten.

Ganzheitliche Lösung

Die Poolanlage der Helvetia BVG Invest bietet alle Vorteile einer modernen beruflichen Vorsorge. Gestützt auf eine sorgfältige Analyse des betrieblichen Umfelds ist die bedarfsgerechte Vorsorge mit Renditechancen möglich. Sie als Kunde profitieren neben einer erheblichen administrativen und damit kostenmässigen Entlastung von der optimierten Anlagestrategie der Poolanlage. Transparenz und tiefe Vermögensverwaltungskosten machen diese Lösung noch attraktiver.

Vertrauenswürdige Partner

Die komplexen Aufgaben in der beruflichen Vorsorge werden bei diesem Modell von professionellen Partnern gelöst: Es sind dies die Helvetia für die Geschäftsführung und für die Versicherung der Risiken Tod und Invalidität bei den aktiven Mitarbeitenden sowie die Helvetia Anlagestiftung für die Verwaltung der anvertrauten Altersguthaben. Damit vereinen sich die notwendigen Kompetenzen durch rechtlich unabhängige und in ihrem Spezialgebiet erfahrene und erfolgreiche Partner – zum Nutzen Ihres Unternehmens und Ihrer Mitarbeitenden. Die Entwicklung der Vermögensanlagen und des Deckungsgrades der Helvetia BVG Invest können Sie regelmässig im Internet verfolgen.

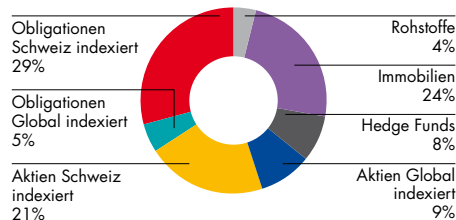
Optimierte Rendite

Die Anlagestrategie entspricht sowohl den sehr hohen gesetzlichen Anforderungen als auch den Bedürfnissen nach Kontinuität

und Rendite. Die Vorsorgegelder werden im Auftrag der Helvetia BVG Invest durch die Helvetia Anlagestiftung angelegt. Die Kernanlagen werden indexiert verwaltet. Dies führt zu tiefen Vermögensverwaltungskosten. Mit sogenannten Satelliten-Investitionen, die aktiv verwaltet sind, wird die Rendite optimiert. Die Anlagestrategie berücksichtigt in hohem Masse Realwerte und Wachstumsmärkte wie Schweizer Aktien, Immobilien, Rohstoffe sowie Emerging Markets. Dies kann als Inflationsschutz gewertet werden. Die Währungsabsicherung findet kosteneffizient statt. All diese Elemente führen zu einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis.

Asset Allocation BVG-Mix Plus 30 der Helvetia Anlagestiftung

(Richtwerte, gültig ab 01.01.2013)



Die Leistungen und Vorteile einer guten Pensionskasse

Neben einer individuellen und flexiblen Vorsorgelösung für Ihr Unternehmen und Ihre Mitarbeitenden und einer optimalen Renditechance ist ein verlässlicher Ansprechpartner vor Ort wichtig, der schnell

und unkompliziert berät. Die Offenlegung und Transparenz der Geschäftstätigkeit sind Grundvoraussetzungen für das Vertrauen. Der Online-Zugriff auf die Vertragsdaten der beruflichen Vorsorge macht Sie als Kunde unabhängig. Und Sparbeiträge, die erst am Jahresende fällig werden, erhöhen die Flexibilität in der Liquiditätsplanung Ihres Unternehmens.

Die berufliche Vorsorge ist dann gut geregelt, wenn Sie diese Vorteile nutzen können. Wir helfen Ihnen dabei, die Personalvorsorge Ihres Unternehmens optimal und mit diesen Leistungen zu organisieren.

Wir sind in Ihrer Nähe und beraten Sie schnell und unkompliziert in allen Fragen der Vorsorge und Versicherung.

Helvetia Versicherungen

Generalagentur Thurgau

Altweg 16, 8500 Frauenfeld
T 058 280 39 11 (24 h)

Generalagentur St. Gallen-Appenzell

Rosenbergstrasse 20, 9000 St. Gallen
T 058 280 44 11 (24 h)

Generalagentur Rheintal

Alte Landstrasse 106, 9445 Rebstein
T 058 280 63 11 (24 h)

Wo das Spezielle ganz normal ist

Im Jahr 2011 schaffte es die ALWO-SMA Spezialmechanik AG aus Amriswil nach einer hinter ihr liegenden schwierigen Zeit, wieder erste Erfolge auf Grund rechtzeitig eingeleiteter Massnahmen zu erzielen. Nun wird der Weg nach oben kontinuierlich fortgesetzt. Im Februar 2012 wurde deshalb auch in ein neues Bearbeitungscenter investiert. Dies soll mit die neue Vorwärtsstrategie sichtbar machen.

Text und Bilder: Christof Lampart

Die ALWO-SMA AG ist in den Sparten CNC-Bearbeitung, Schlosserei, Biegetechnik, Umformtechnik, Detail-Montage und Konstruktion tätig. Und deren Geschäftsführer, Paul Hafner, ist gegenwärtig zufrieden mit dem Gang der Dinge.

In neue Dimensionen vorgestossen

Just am Tag des Interviews wird die frisch gelieferte «BFR 24», ein Fünf-Achsen-Bearbeitungscenter für höchste Ansprüche, aus dem Hause «Reiden Tech-

nik AG», von in- und externen Experten abgenommen. 1,5 Mio. Franken kostete die Anschaffung der Maschine. Doch Hafner ist überzeugt davon, dass die Investition kein allzu grosses Risiko darstellt. «Mit dieser Technologie stossen wir in neue Dimensionen vor, denn diese Maschine erlaubt es uns, in Zukunft mehrere Arbeiten dank der 5-Achsenteknologie an der selben Maschine erledigen zu können.» Am 6. August wird die Maschine definitiv in Betrieb gesetzt; und dann sollen auch nonstop die Metallspäne fliegen. Bis dahin werden die Mitarbeiter noch an ihr geschult. Das gesamte ALWO-SMA Team freut sich schon auf die Inbetriebnahme: «Der August ist schon ausgelastet, da werden wir von Anfang an voll gefordert sein.»

Arbeiten, wenn Arbeit da ist

Vor besonderen Herausforderungen hat sich die ALWO-SMA noch nie gescheut. Vielmehr ist «das Spezielle normal für uns», umreisst Hafner – selbst ursprünglich gelernter Mechaniker und somit vom Fach – das firmeneigene Anforderungsprofil. Doch was in der Vergangenheit gelebt wurde, soll nicht nur heute, sondern auch morgen seine Gültigkeit haben. Und so betont Hafner denn auch, dass man sich nur durch die Bereitschaft zu Extraschichten sowie einer mutigen und innovativen Fertigungsart von den Mitbewerbern abheben und die angestrebten Umsatzsteigerungen – 2011 waren es 15, 2012 sollen es 20 Prozent sein – erreichen könne. Dazu gehört dann halt schon einmal, dass bei Bedarf die Betriebsferien nach Möglichkeit verschoben werden. «Es ist ganz einfach: wenn man Arbeit hat, muss man schaffen. Ferien kann man auch später machen. Aber natürlich geschieht das immer in Absprache mit den Mitarbeitern, sonst wären wir wohl schon bald alleine», bemerkt Hafner. Und kommt mal ein Extraauftrag dazwischen, dann «wird geschaut, was möglich ist. Und möglich ist bei uns vieles», freut sich Hafner. Über andere Kennzahlen wie Umsatz oder Gewinn lässt Hafner nichts genaues verlauten. Nur die Bemerkung, dass

*Geschäftsführer
Paul Hafner.*





Die frisch gelieferte «BFR 24», ein Fünf-Achsen-Bearbeitungscenter für höchste Ansprüche, aus dem Hause «Reiden Technik AG», von in- und externen Experten abgenommen.

die Firma «im schwarzen Bereich» sei, lässt sich der Manager entlocken.

Unternehmertum vermitteln

Als Geschäftsführer habe er «grosse Freude», dass die 40 Mitarbeitenden (30 in der Produktion, 10 in der Administration) so gut mitzögen, denn das sei «keineswegs selbstverständlich», windet Hafner der ganzen Belegschaft ein Kränzchen. Er sei deshalb sehr froh, dass generell im ganzen Betrieb nicht nur eine grosse Leistungs-, sondern auch eine Lernbereitschaft vorherrsche. Die Neugier auf Neues, aber auch die Transparenz in Sachen Geschäftsverlauf wird in dieser Firma konsequent gefördert und vorgelebt. So halten in den diversen Abteilungen Aushänge die monatlichen Planungsziele für Belegschaft und Kader, aber auch die tatsächlich erreichten Zahlen fest und die Mitarbeitenden somit stets auf dem Laufenden. «Wir versuchen den Leuten durch diese Informationen zu vermitteln, was es heisst, als Unternehmer tätig zu sein und wollen somit auch erreichen, dass die Mitarbeiter unternehmerisch denken. Und ich sehe auch bei unserer firmeninternen Entwicklung, dass die Hinterfragung gut ankommt», so Hafner.

An Herausforderungen wachsen

90 Prozent der von ALWO-SMA gefertigten Produkte finden (in-)direkt den Weg ins Ausland. Vor allem in den Sparten Schienen- und Fahrzeugbau sowie Maschinen- und Anlagenbau liegt die Stärke der Firma. Aber auch in den Bereichen Förder- und Hebetech-

nik haben sich die arbeitsamen Amriswiler in den letzten fünf Jahrzehnten einen guten Namen erworben. In den nächsten Jahren wollen die Spezialmechaniker vermehrt auch im Feld «Neue Energien» tätig werden. Klar müsse man in diesem Bereich noch viel lernen. Aber das sei ja gerade das Spannende an Herausforderungen. «Wir können nur an Herausforderungen wachsen. Wer über sich selber hinaus wächst, der kommt im Leben weiter. Und das muss stets unser Ziel sein», so Hafner.

Mit engsten Toleranzen produziert

Die Nachfrage nach hochwertigen Produkten aus speziellen Materialien und Profilen wird auch in der Zukunft ständig zunehmen. Ebenso die Forderung nach immer noch grösserer Genauigkeit und Effizienz. Da Produktionskosten für jeden Industriebetrieb ein wesentlicher Teil seiner Auslagen darstellen, hat es sich die ALWO-SMA AG zur Aufgabe gemacht, Biege- und Umformteile mit engsten Toleranzen zu produzieren. Somit können bei den Kunden weitere Bearbeitungszeiten teilweise oder sogar ganz eingespart werden. «Wir haben uns dieser Entwicklung gestellt, um uns ebenfalls auf diesem Gebiet stark zu machen», sagt Paul Hafner. Langjähriges, pflichtbewusstes Handeln sowie die Verantwortung für die eigenen Erzeugnisse, stetige Ausbildung und erlangen diverser Spezialzulassungen wie z. B. im Schweißen, haben der ALWO-SMA AG zur heutigen Marktposition verholfen. (art.)

Kulinarisches Paradies mit einheimischen Erzeugnissen

Die Thurgauer Gastronomie hat einen ausgezeichneten Ruf. Über 20 Gault-Millau-Betriebe umfasst das Angebot an von Fachleuten bewerteten Restaurants. Weitherum geschätzte Produkte aus der Region sind unter anderem die ausgezeichneten Weine und Säfte. Die Gebrüder Möhl richten in einem Neubau in Arbon ein neues Mostereimuseum mit schweizweiter Bedeutung ein.

Text: Richard Ammann **Bilder:** Bodo Rüedi

Das gastronomische Angebot des Thurgaus reicht von der rustikalen «Puurebeiz» bis zu den erstklassigen Gourmet- und Fischrestaurants am Bodensee. Ob in der Gartenwirtschaft mit Sicht auf die Alpen oder bei Kerzenlicht in der Gaststube eines Schlosses – immer mehr Wirte verwöhnen ihre Gäste mit saisonalen Produkten aus der Region. Viele Landwirte bieten ihre Erzeugnisse direkt ab Hof an. Erlebnis pur versprechen Angebote wie «Ferientage

«Die gastronomische Landkarte mit einer Vielzahl von Gasthäusern und Restaurants reicht weit über die mit Punkten, Sternen, Kronen und Hauben ausgezeichneten Lokale hinaus.»

auf dem Bauernhof» oder «Schlafen im Stroh». Entlang von Untersee und Rhein sowie an den Südhängen des Seerückens wird der Weinbau gepflegt. Einen Namen gemacht haben sich dank ihrer Lage in Kloster- und Schlossanlagen die zahlreichen Tagungs- und Seminarhotels. Eine Vielzahl Hotels, vom einfachen Landgasthof bis zum Viersternehaus, vervollständigt das Angebot.

Säfte und ausgezeichnete Weine

Der Thurgau ist der grösste Obstbaukanton der Schweiz. Im Mittelpunkt steht der Apfel, von dem, wie den Dokumentationen von Thurgau Tourismus zu entnehmen ist, jährlich 48 000 Tonnen geerntet werden. Das Markenzeichen des Kantons wird nicht nur als Snack geschätzt, sondern auch zu allerlei Genüsslichem verarbeitet. Erwähnt seien etwa die «Öpfelringli» der Steinebrunner Öpfelfarm und, noch bekannter, die Säfte und Apfelweine der Mosterei Möhl in Arbon. Seit 1895 ist der traditionsrei-

che Familienbetrieb berühmt für seine Kreationen. Eine Spezialität ist der in braunen Flaschen mit Porzellanverschluss abgefüllte «Saft vom Fass», der drei Monate lang im Eichenfass reifen durfte.

In bester Lage entlang von Untersee und Rhein, aber auch auf dem Seerücken bis hin nach Frauenfeld und Weinfelden, erstrecken sich die Thurgauer Weinanbaugebiete. Hier reift nicht nur der Müller-Thurgau, den der Rebforscher Hermann Müller im Jahr 1882 aus einer Kreuzung von Riesling und Chasselas kreierte. Auch Blauburgunder, Grauburgunder und Gewürztraminer geniessen sehr gute Voraussetzungen. Bei zahlreichen Weinbauern und Keltereien können die einheimischen Tropfen verkostigt werden. In Weinfelden ist das Weingut Wolfer seit über drei Jahrzehnten ein erfolgreicher Familienbetrieb. Acht ihrer Weine erhielten 2011 Diplome, unter ihnen der Pinot Noir Grand Vin 2009, der mit Gold ausgezeichnet wurde (Mondial du Pinot Noir und Grand Prix du Vin Suisse). Ebenso erfolgreich war das Weingut Saxer in Nussbaumen mit gleich vielen Diplomen und Gold für den Nussbaumen Exclusiv 2010 (Grand Prix du Vin Suisse) und Sélection Barrique Pinot Noir 2009 (Mondial du Pinot Noir). Die goldene Auszeichnung erhielten auch das Rebgut Jäger Hüttwilen (Pinot Noir Barrique 2009), das Weingut Burkhart Weinfelden (Pinot Noir Auslese 2008) und die Rutishauser Weinkellerei AG Scherzingen mit ihrem SECCO Swiss White Sparkling Wine und ihrem Amore Mio Pinot Noir 2008.

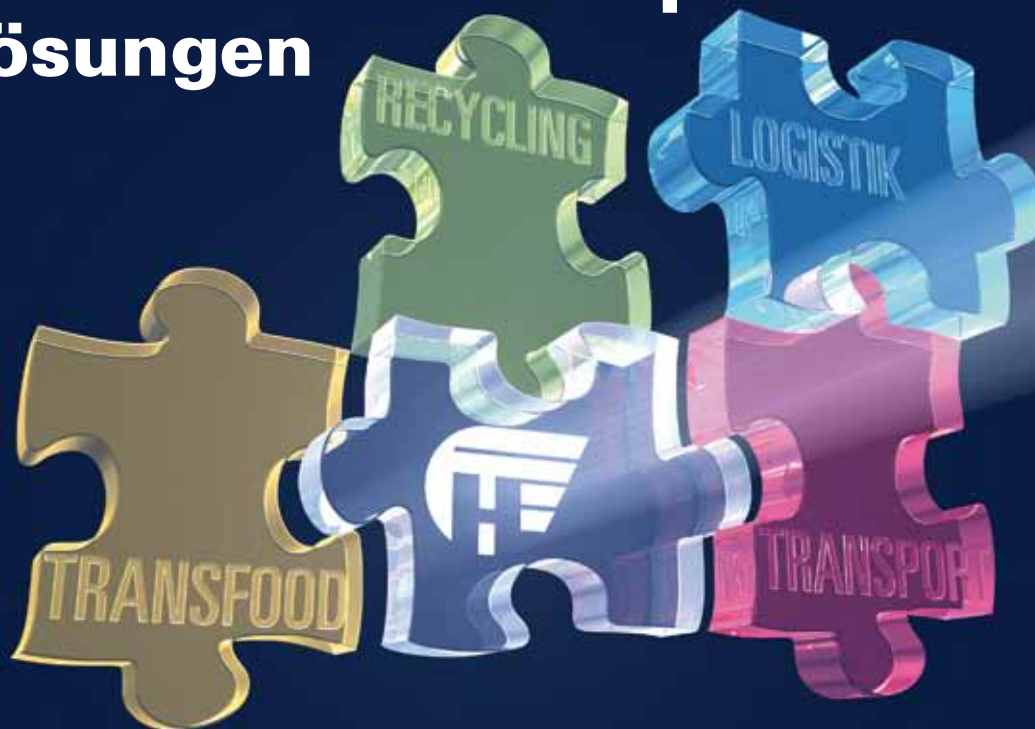
Aus der Gault-Millau-Szene

Mit über 20 Gault-Millau-Betrieben hat der Thurgau eine einzigartige Dichte an ausgezeichneten Restaurants zu bieten. Neben dem «Schäfli» Wigoltingen (18 Punkte) und dem «St. Pelagius» in St. Pelagiberg (17) haben sich in jüngster Zeit auch das «Gambinus» Weinfelden (15) mit italienischer Küche und



*Ein guter Teil der jährlich 48 000
Tonnen Thurgauer Äpfel landet bei
Markus und Ernst Möhl.*

schnelle und transparente Lösungen



HUGELSHOFER  **GRUPPE**

Juchstrasse 45 | 8501 Frauenfeld | Schweiz
T +41 (0)52 728 05 11 | info@hugelshofer.ch
hugelshofer.ch



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



Ausstellungsexponate von 1850 bis 1950

Die Gebrüder Möhl machten vor rund zwei Monaten mit einer Erweiterungsankündigung von sich reden: Bis im Herbst 2014 soll die Mosterei einen neuen, grösseren Holzfass-Keller erhalten. Er wird in einer neu zu errichtenden Industriehalle untergebracht, die im Obergeschoss auch ein Besucherzentrum umfasst. Hier beherbergt Möhl das Mostereimuseum der Zürcher Fachhochschule Wädenswil, das aufgelöst wird, weil die FHS mehr Büroraum benötigt. Dank des Neubaus in Arbon ziehen sämtliche Ausstellungsexponate aus der Zeit von 1850 bis 1950 in das grösste Mostobstgebiet der Schweiz.

die «Krone» in Gottlieben (14) gut in Szene gesetzt. Ebenfalls auf 14 Punkte kommt die «Jakobshöhe»

«Einen Namen gemacht haben sich dank ihrer Lage in Kloster- und Schlossanlagen die zahlreichen Tagungs- und Seminarhotels.»

Kreuzlingen, und auf dem aufsteigenden Ast sind, nebst anderen, das «Schloss Klingenberg» in Homburg (13) und «Michelas Ilge» (12) in Arbon.

Die gastronomische Landkarte mit einer Vielzahl von Gasthäusern und Restaurants reicht indessen weit über die mit Punkten, Sternen, Kronen und Hauben ausgezeichneten Lokale hinaus. Auf dem Nollen etwa, dem kleinen Plateau zwischen dem sanktgallischen und dem thurgauischen Thurtal, bietet das gleichnamige Hotel-Restaurant auf 730 Metern Höhe nicht nur eine fantastische Aussicht. Im Bankettsaal, Jägerstübli, Panorama- und Gartenrestaurant wird auch eine ausgezeichnete kreative Küche aus lokalen Produkten serviert.



Troubleshooter für Personaladministration und Lohnbuchhaltung

Welcher innovative Unternehmer träumt nicht davon, sich nur auf seine Kernkompetenzen konzentrieren und die Verwaltungsaufgaben anderen überlassen zu können? Zum Beispiel der swisspayroll ag aus Sirnach, deren hochqualifiziertes Personal auch mit sensibelsten Daten professionell umzugehen weiss.

Text und Bild: Christof Lampart Grafiken: zVG

Grosse Unternehmen regeln alle rechtlichen und kaufmännischen Fragen durch ihre internen Spezialisten, Konzerne gar durch ihre eigenen Abteilungen. Doch was macht ein klassisches KMU, bei dem oft der Chef für die Auftrags-Akquise und die Ehefrau für die Buchhaltung verantwortlich ist, wenn

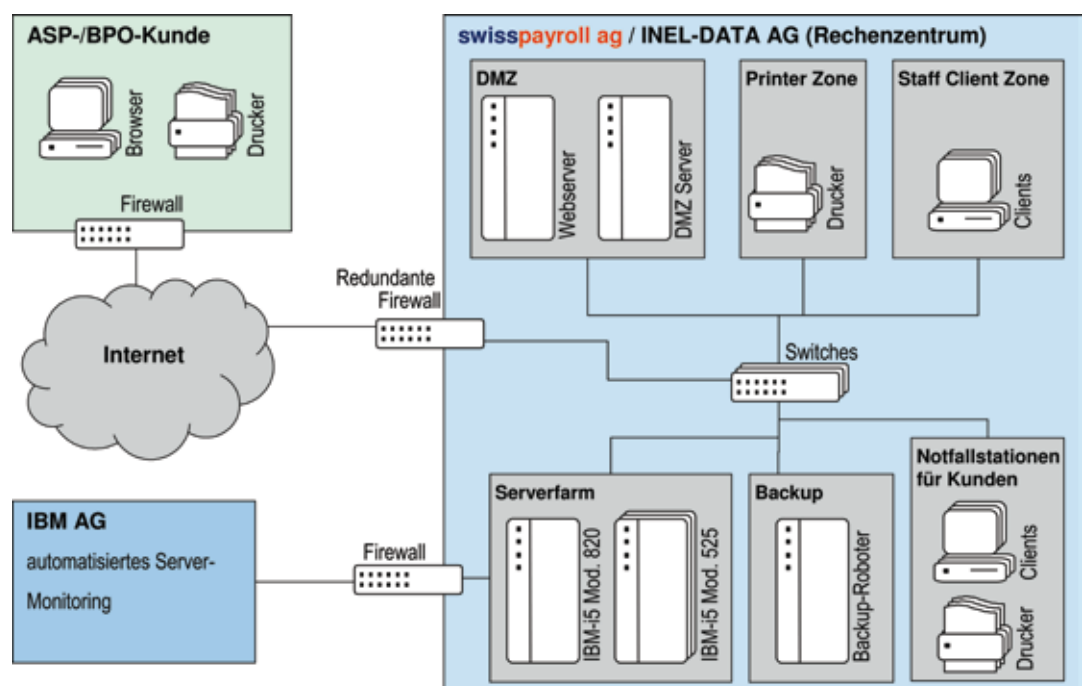
ist oder soeben gekündigt hat? Die Antwort liegt auf der Hand: Viele Kleinunternehmer sind schnell einmal mit den daraus resultierenden Konsequenzen überfordert. In der Folge passieren unbeabsichtigt Fehler, welche arge finanzielle und rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen und im schlimmsten Fall die Existenz des Betriebs aufs Spiel setzen können.

«Die Finanzen und das Personalwesen sind die sensibelsten Daten jedes Unternehmens.»

es wieder einmal neue Gesetze, Verordnungen, Anpassungen von Reglements, Steuersätzen usw. «hagelt»? Oder was passiert, wenn der einzige Bereichsspezialist im Betrieb ausfällt, weil er schwer erkrankt

Alles aus einer Hand

«Spätestens in solch kritischen Situationen werden wir oft als Troubleshooter beigezogen», erzählt Urs Leimgruber, Geschäftsführer der swisspayroll ag in seinem Büro in Gloten bei Sirnach. Swisspayroll ist eine Tochterfirma der im gleichen Gebäude an der Lenzbühlstrasse 2 untergebrachten Inel-Data AG.





*Geschäftsführer
Urs Leimgruber.*

Während sich die Inel-Data auf die Herstellung, Handel, Vertrieb und Implementierung von Software im Bereich Human Resources (Personalmanagement) sowie auf Rechenzentrums-Dienstleistungen und allgemeine IT-Beratung ausrichtet, übernimmt die swisspayroll Aufgaben in den Bereichen Personaladministration und Lohnbuchhaltung. Human-Resources-Fachberatung und Grundschulungen in

«Wir haben es in erster Linie nicht mit Zahlen, sondern mit Menschen zu tun.»

Lohnbuchhaltung runden das Angebot ab. Auf diese umfassende Service-Palette ist Urs Leimgruber auch hörbar stolz, wenn er sagt: «Wir decken mit unseren Diensten alle IT-, Personal- und Lohn-Bereiche effizient ab, die ein KMU professionell handhaben muss, um erfolgreich zu sein – und das auf höchstem Niveau.»

Doch wie kam es eigentlich dazu, dass die 1980 gegründete Inel-Data AG sich nach der Jahrtausend-

wende zunehmend vom reinen Software-Spezialisten zum umfassenden Dienstleister für KMU entwickelte? Verantwortlich dafür waren – wie so oft – Rückmeldungen von Kunden. «Ich realisierte mit der Zeit, dass viele KMU-Betriebe nicht nur eine perfekte Lohnbuchhaltung, sondern auch eine umfassende Fachberatung mit integrierter, IT-gestützter Verarbeitung benötigen, damit eben nicht nur die Zahlungen gemacht, sondern alles korrekt erledigt ist», erzählt Leimgruber. Der Ansatz von swisspayroll mit einem individuell auf die Kundenbedürfnisse abgestimmten «Business Process Outsourcing» (BPO) – wie es so schön auf Neudeutsch heisst – geht somit weit übers klassische Treuhändermandat hinaus. Oder vereinfacht gesagt: durch die BPO-Dienstleistungen von swisspayroll wird der interne Verwaltungsaufwand in der Personal- und Lohnadministration wie aus einer Hand erledigt – und zwar stets gemäss den neuesten gesetzlichen Bestimmungen und absolut sicher. Apropos Sicherheit: da die Finanzen und das Personalwesen die sensibelsten Daten eines jeden Unternehmens sind, lässt swisspayroll bei der

Datenspeicherung höchste Vorsicht walten. «Unsere Sicherheitsvorkehrungen entsprechen dem heutigen Internet-Banking-Standard», betont Leimgruber im Gespräch.

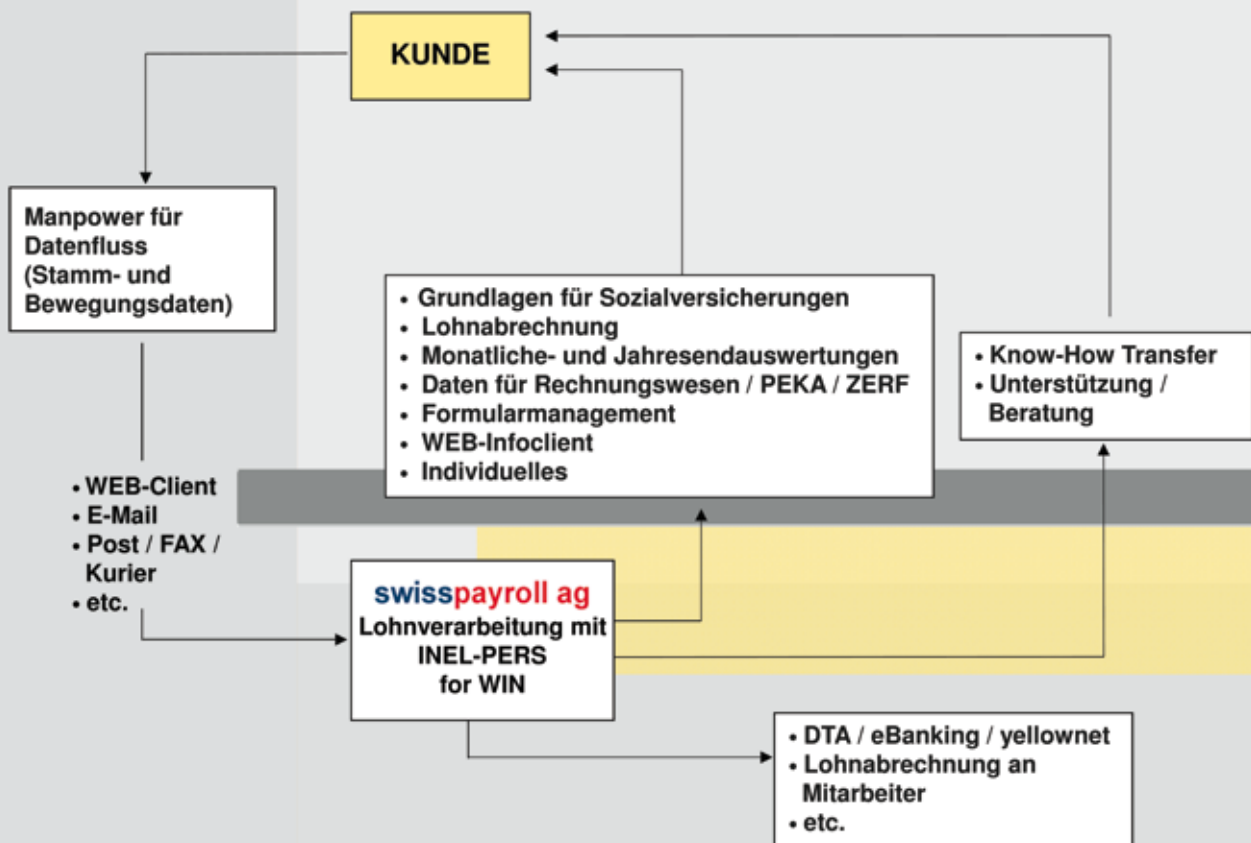
Reibungslose Fortführung

Für Urs Leimgruber ist «das auch richtig so», denn die Minimierung und Optimierung des eigenen Verwaltungsaufwandes bringt einem Unternehmer nur dann etwas, wenn alles perfekt gesichert, gesetzeskonform, ein integrierter Benutzer-Fachsupport ständig verfügbar und auch Stellvertretungsmöglichkeit für sämtliche Geschäftsbereiche möglich ist. «Fällt der Personal- oder Lohn-Verantwortliche eines Kunden aus, dann können wir rasch mit unserem Wissen eine reibungslose Fortführung – zum Beispiel bei den Lohnzahlungen – gewährleisten. Ist die Firma bereits ein Kunde von uns, der unsere Software benutzt, dann ist das Handling noch einfacher», erzählt Leimgruber, welcher aus jahrelanger Erfahrung felsenfest davon überzeugt ist, dass es kaum einen sensibleren Bereich im Geschäftsleben gibt als den Lohn. «Wenn die Firma nicht in der Lage ist, die Löhne korrekt oder rechtzeitig auszusahlen, dann führt das zu Unruhe und Gerede im Betrieb,

auch wenn das Geld ein paar Tage später anstandslos überwiesen wird. Denn die Angestellten rechnen damit, dass sie stets an einem bestimmten Tag den Lohn auf ihrem Konto haben. So funktioniert der Mensch – verständlicherweise – nun einmal», weiss Urs Leimgruber.

Auch die Rekrutierung und Selektion von Personal gehört bei «swisspayroll» nicht erst seit gestern zu einem effizienten Human Resource Management. Weitere administrative Bereiche, in denen sich die swisspayroll-Mitarbeiter bestens auskennen, betreffen so sensible Bereiche wie Vertrags- und Meldewesen. «Sachen wie AHV/ALV-Anmeldungen oder auch Lohnveränderungen müssen seriös errechnet und abgerechnet werden, denn sie haben später grosse Auswirkungen auf den Renten der Berufstätigen», so Urs Leimgruber. Eines ist Leimgruber – Finanzen hin, Verträge her – aber stets bei der Abwicklung seiner Mandate wichtig: «Bei allem was wir tun, dürfen wir nie vergessen, dass wir es in erster Linie nicht mit Zahlen, sondern mit Menschen zu tun haben, für die die Korrektheit unserer Zahlen jedoch von höchster Bedeutung sind. Und dementsprechend sorgfältig müssen wir auch stets von Anfang an zu Werke gehen.»

Ablauf externe Lohnverarbeitung



ZbW – das Zentrum für berufliche Weiterbildung St.Gallen

Das Zentrum für berufliche Weiterbildung (ZbW) in St.Gallen-Winkeln gilt bei Berufsleuten als Leistungsschule. Wer die Lehrgänge erfolgreich absolviert hat, geniesst entsprechende Anerkennung. Mehr als 400 qualifizierte Fachleute aus der Berufspraxis vermitteln ihr fundiertes Wissen zum Nutzen der über 6000 eingeschriebenen Kursteilnehmer.

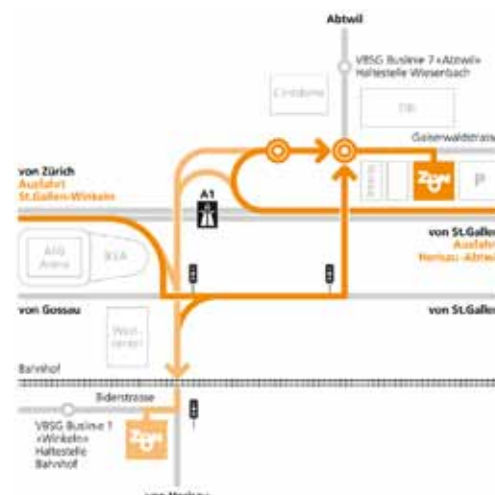
Das Zentrum für berufliche Weiterbildung (ZbW) in St.Gallen wurde 1946 auf Initiative von Industrie und Gewerbe gegründet. Durchgeführt werden in erster Linie Lehrgänge, die auf eine eidgenössische Berufsprüfung mit Fachausweis, auf eine eidgenössische höhere Fachprüfung mit Diplom oder auf den Diplomtechnik-«HF»-Abschluss vorbereiten (HF = Höhere Fachschule, früher «TS» – Technikerschule – genannt). Für einige Branchen und Fachbereiche (z.B. Elektro-Installationsgewerbe, Maschinen-

technik, Betriebstechnik, Energiemanagement, Qualitätsmanagement, Berufspädagogik, usw.) ist das ZbW die Bildungsstätte schlechthin.

Mehr als 400 qualifizierte Fachleute aus der Berufspraxis engagieren sich nebenamtlich als Lehrbeauftragte für das ZbW und vermitteln ihr fundiertes Fachwissen zum Nutzen der über 6000 eingeschriebenen Kursteilnehmer/innen. Das ZbW gilt unter Berufsleuten als Leistungsschule – wer die Lehrgänge erfolgreich absolviert hat, geniesst entsprechende Anerkennung und verfügt über ein solides Rüstzeug für die weitere berufliche Laufbahn. Auf 7000 m² steht eine moderne und grosszügige Bildungsinfrastruktur zur Verfügung, die sowohl per Stadtbuss als auch vom Autobahnanschluss St.Gallen-Winkeln aus sehr gut erreichbar ist (eigene Parkplätze).



Gaiserwaldstrasse 6, 9015 St. Gallen-Winkeln
www.zbw.ch, info@zbw.ch, Telefon 071 313 40 40



Die universelle Zusatzqualifikation – Sprachen lernen!

Mehr als 1400 Frauen und Männer haben 2011 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 3.74 bewertet.

Der Sprachaufenthalt ermöglicht besonders intensives Eintauchen in die Fremdsprache.



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: 058 345 75 75.

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 «Curling» (Kurs 4004) beispielsweise kann in sportlich herausfordernder Umgebung Englisch

geübt werden, beim Anlass «Tapas y Vino» (Kurs 4001) wird in der Küche und beim gemeinsamen Essen lustvoll Spanisch gesprochen.

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, in Florenz, der Hauptstadt der italienischen Toskana und neu auch im spanischen Valencia.

Alle Sprachaufenthalte werden von motivierten Lehrkräften des Bildungszentrums Wirtschaft begleitet. Die Teilnehmenden sind in Gastfamilien untergebracht. In der Regel findet am Vormittag Unterricht statt; der Nachmittag wird für gemeinsame Aktivitäten genutzt oder steht zur freien Verfügung.

Neue Weltsprachen Russisch und Chinesisch

Mit der wachsenden Bedeutung von Russland und China werden auch die Sprachen beider Länder immer wichtiger. Das BZWW befindet sich auf der Höhe der Zeit und hat seit einigen Jahren Russisch und seit 2010 auch Chinesisch im Angebot. Russischkurse finden in drei Leistungsstufen statt. Daneben lernen die Teilnehmenden die russische Kultur, Geschichte und Küche kennen. In Chinesisch werden ebenfalls drei Kurse angeboten: angefangen beim Schnupperabend über den Basiskurs bis zum Kurs «Chinesisch für Ihre Ferien».

Einstufungstests und kostenlose Schnupperlektionen

Wer sich nicht sicher ist, welcher Kurslevel sich für ihn am besten eignet, hat die Möglichkeit, sein Niveau mittels Einstufungstests zu bestimmen. Eine Schnupperlektion in einem laufenden Kurs kann man nach Voranmeldung kostenfrei besuchen. Detaillierte Informationen findet man in der Rubrik Sprachen auf wbbzww.ch oder im über 200 Seiten starken Kursbuch.

Höhere Fachschule für Wirtschaft Thurgau am BZWW

Im Oktober 2012 startet die Höhere Fachschule für Wirtschaft (hfw-tg.ch) in Weinfelden mit ihrem vierten Studiengang. Wer eine Kaderposition im KMU anstrebt, findet hier eine spannende, stark praxisbezogene Generalistenausbildung.

Der erste Studiengang der Höheren Fachschule für Wirtschaft Thurgau mit Vertiefungsrichtung «General Management» (hfw-tg) startete im Herbst 2009 am BZWW mit einer vollen Klasse. Die Absolventinnen und Absolventen schliessen diesen Herbst als eidg. dipl. Betriebswirtschafter/in HF ab. Zwei weitere Studiengänge konnten im Oktober 2010 und 2011 zugesagt werden. 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.

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 betriebswirtschaftli-

che 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 Beschäftigungsgrad von 80% ist absolut realistisch. Auch wenn es einige vormachen: 100% werden nicht empfohlen. Das Studium dauert 6 Semester und umfasst ca. 3600 Lernstunden (schulische Unterrichtszeit, Anrechnung der beruflichen Tätigkeit, Selbststudium und Diplomarbeit), je nach Vorbildung und Lerntempo. Eine Berufsmaturität ist keine Voraussetzung: 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 2012 mit dem vierten Studiengang

Schultage für den vierten Studiengang mit Start im Oktober 2012 sind der Dienstag (13.45 bis 20.45 Uhr) und der Donnerstag (17.30 bis 20.45 Uhr). Eine Unterrichtswoche umfasst in der Regel 12 Lektionen. Der Lehrgang fordert von den Studierenden neben einer Teilzeitanstellung in ihrem Fachbereich (mind. 50%) 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. Interessenten und Interessentinnen informieren sich unter www.hfw-tg.ch oder lassen sich von Studienleiter Christian Jordi unverbindlich beraten (christian.jordi@bbz.ch). Weitere Infos unter www.hfw-tg.ch/



*HFW Thurgau –
Generalisten-Ausbildung
für angehende
Führungskräfte.*

Denken ohne enge Grenzen

Ohne vordefinierten Leistungsauftrag einfach Ideen kreieren, Themen setzen, die derzeit noch kaum spruchreif sind, aber in Zukunft leitend sein könnten: Das ist die grosse Freiheit, die der «Think Tank Thurgau» geniesst. In bald zehn Jahren hat diese Stiftung verschiedene Projekte angestossen, die danach weite Kreise gezogen haben. Dabei arbeitet die Denkwerkstatt mit bescheidenen Ressourcen. Ihre wichtigste ist das Engagement der Mitdenker.

Text: Stefan Millius **Bild:** Bodo Rüedi

Es ist gar nicht so einfach, das eine vom anderen zu trennen. Das wird schnell klar in der Lounge im Wolfsberg im thurgauischen Ermatingen. Toni Schönenberger, der hier zum Gespräch Platz nimmt, ist zum einen CEO des Konferenzzentrums von weltweitem Ruf. Zum anderen präsidiert er den Stiftungsrat des «Think Tank Thurgau», kurz TTT. Der Wolfsberg,

verschiedensten Bereichen austauschten und diskutierten. «Was damals an Themen und Ideen aufkam, verdiente es, weitergeführt zu werden», so Toni Schönenberger, «und aus dieser Erkenntnis heraus entstand der Think Tank Thurgau.»

Am Anfang dieser Denkfabrik, die auf nationaler Ebene am ehesten mit Avenir Suisse zu vergleichen ist, stand also im Grunde die Unverbindlichkeit. Die Stiftung hat einen sehr frei formulierten Zweckartikel. Demnach initiiert und begleitet der Think Tank Projekte, «die sich mit politischen, wirtschaftlichen, wissenschaftlichen und kulturellen Veränderungen und Entwicklungen befassen und für den Kanton und die Region mittel- und langfristig von Bedeutung sein können». Eine grosse Spielwiese, die sich da eröffnet. Toni Schönenberger: «Der Stiftungsrat trifft sich und tauscht Vorschläge aus, entscheidet, was weiter verfolgt wird und geht dann auf die Suche nach Partnern.» Je nach Aufgabenstellung arbeitet man mit Hochschulen, Autoren oder Fachleuten diverser Richtungen, wie beispielsweise Architektur oder Raumplanung, zusammen.

«Eine grosse Spielwiese, die sich da eröffnet.»

der seiner Eigentümerin UBS, aber auch anderen Unternehmen als Lern-, Treff-, Austausch- und Veranstaltungsort dient, steht für Innovation und Kreativität, ebenso der TTT. Vieles, was Schönenberger als Wolfsberg-CEO andenkt und realisiert, tangiert Fragen, die auch im TTT thematisiert werden könnten – und umgekehrt. Die weitere Parallele: Wolfsberg und der Think Tank scheinen auf den ersten Blick alles andere als typisch für den Kanton Thurgau, den man allgemein eher mit Landwirtschaft und Tradition verbindet.

Blick voraus statt zurück

Doch eben: Das sind vereinfachende Klischees. In Wahrheit haben Innovationskraft und mutiges (Vor-) Denken im Thurgau durchaus Platz. Das zeigt sich bereits in der Entstehungsgeschichte des Think Tank Thurgau. Als 2003 gleich eine ganze Reihe von Kantonen ihr 200-Jahre-Jubiläum begingen, stellte sich auch im Thurgau die Frage, wie man das Jubeljahr nutzen soll. Toni Schönenberger war Mitglied einer von der Regierung eingesetzten Kommission, die sich dazu Gedanken machte. Er erinnert sich an die damaligen Überlegungen: «Wir hätten natürlich einfach eine Feier veranstalten können, aber ich war schon damals der Meinung: Wir sollten nicht einfach Vergangenheitsbewältigung betreiben, sondern in die Zukunft schauen.» Startschuss dafür war ein eintägiger Kongress, an dem sich Beteiligte aus den

Handfeste Ergebnisse

Arbeit oder reine Denkarbeit, wie es der Name der Stiftung vermuten lässt? Es gehe darum, Projekte anzustossen, sie in einer ersten Phase anzutreiben und fallweise auch zu begleiten, so Toni Schönenberger. Als Beispiel nennt er eine – inzwischen bereits abgeschlossene – Potenzialanalyse für den Kanton. «Im Thurgau gibt es keine Hochschule, aber wir sind umzingelt von solchen in St.Gallen, Zürich und Konstanz», so der Stiftungsratspräsident. «Wir wollten wissen: Was für ein Potenzial hat der Thurgau vor diesem Hintergrund?» Am Institut für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus an der Universität St.Gallen ging man der Frage nach und formulierte danach eine Reihe von Empfehlungen. Eine davon betraf die Bildung eines «Agro Food Cluster». «Dass wir ein Landwirtschaftskanton sind, war längst klar,



Toni Schönenberger:

*«Wir wollen nicht einfach
möglichst verrückte Ideen
präsentieren, sondern die Basis
für Weiterentwicklungen bilden.»*

Lohnbuchhaltung, Personaladministration und mehr ...

**Wappnen Sie sich für die Zukunft
und nutzen Sie 30 Jahre Erfahrung !**

Sie möchten Personal und Lohn selbst verwalten!



- Wir bieten:**
- Personalinformationslösung (HRM)
 - swissdec-zertifizierte Lohnbuchhaltung
 - praxiserfahrene HR-Berater auf Abruf
 - Installation auf Ihrem Server
 - Software via Internet / SaaS (ohne Investition)
 - Stellvertretungsgewährleistung

Sie wünschen Entlastung und Unterstützung!

- Wir bieten:**
- externe Lohnbuchhaltung, sowie Salär- und Personaladministration
 - Befreiung von fixen Abrechnungsterminen, Gesetzesanpassungen und Softwareinvestition
 - WEB-Portal für Online-informationen
 - Unterstützung und Beratung in allen Personalbereichen



Sie wollen erweitern und ergänzen!

- Wir bieten:**
- Bewerbermanagement und Stellenplan
 - Absenzverwaltung und -Kontrolle
 - Mitarbeiterbeurteilung (Qualifikation und Potentialeinschätzung)
 - praxisorientiertes Auswertungstool
 - WEB-Infoportal für Linie oder Filialen



Sie möchten mehr über die flexiblen Möglichkeiten erfahren ?

Ihr Kontakt: uleimgruber@ineldata.ch

www.ineldata.ch

Ihr Partner:



swisspayroll ag
www.sps-ag.ch

**Ihr Garant für effizientes Personalmanagement
und faire Partnerschaft**

aber die Untersuchung zeigte, dass es hier zudem eine starke verarbeitende Industrie im Nahrungsmittelbereich gibt», erinnert sich Toni Schönenberger. Der Ansatz wurde weiter verfolgt, die Kantonsregierung nahm den Ball auf, das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) kam ins Spiel. Schönenberger: «Das direkte Ergebnis ist das heutige Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft in Weinfelden, das Dienstleistungen für Unternehmen in diesem Bereich anbietet.»

Der geschilderte Ablauf ist eine Art Schablone für viele Projekte des Think Tank Thurgau. Ideen werden kreiert, diskutiert, konkretisiert, zusammen mit Partnern in Form von Empfehlungen ausgearbeitet und dann als Studie oder Publikation der Öffentlichkeit präsentiert. Das alles dient der Sensibilisierung für zukünftig wichtige Themen. Die eigentliche Realisierung liegt dann aber nicht bei der Thurgauer Denkfabrik. «Zum einen haben wir dafür weder die Ressourcen noch die Finanzen», so Schönenberger. Und zum

wicklung bilden», stellt Toni Schönenberger klar. Die Think-Tank-Mitglieder beobachten zwar durchaus, was aus ihren Anstössen wird, doch müssen sie bereit sein, von einem bestimmten Punkt an den Dingen ihren Lauf zu lassen. Im Bereich Kultur brachte die Stiftung die Idee eines Stipendiums für Kulturschaffende mit Thurgauer Bezug auf; die Wirtschaft solle einen einjährigen Aufenthalt in Berlin finanzieren, der danach in eine Ausstellung und eine Publikation im Kanton mündet. Die Unternehmen zeigten sich aufgeschlossen und zogen mit, das Berliner Kulturstipendium kam zustande. Schönenberger: «Wir verfolgen das weitere Geschehen mit Interesse, aber für uns ist das Projekt damit abgeschlossen, und wir freuen uns, dass aus unserer Idee etwas gewachsen ist.»

Internationales Symposium

Nächstes Jahr wird der Think Tank Thurgau zehn Jahre alt sein. Die Bilanz des Stiftungsratspräsidenten: Mit mehr Ressourcen und Geld wäre natürlich noch mehr machbar, doch gemessen an den Möglichkeiten sei man zufrieden mit dem Erreichten. Die Ideen der Stiftungsräte und die Suche nach Partnern müssen jeweils administrativ begleitet sein, und dafür steht gerade einmal eine 20-Prozent-Stelle zur Verfügung. Erstaunlich genug, dass daraus sogar «grosse Kisten» wie «stars» entstehen können, das «Stein am Rhein Symposium», das Führungskräfte der nächsten Generation in der Ostschweiz sowie in einer chinesischen Partnerstadt, Penglai, zusammenbringt.

Auch in Zukunft fehlt es kaum an Arbeit. Das Jubiläumsjahr soll dank ausserordentlicher Zuschüsse die Realisierung zusätzlicher Projekte ermöglichen, und an Themen, die man gerne angehen würde, fehle es ohnehin nicht. Solange man Leute finde, die im Stiftungsrat ehrenamtlich für den Thurgau denken, werde man aktiv sein.

«Ein direktes Ergebnis ist das heutige Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft in Weinfelden.»

anderen habe man als unabhängige Stiftung natürlich auch nicht die Kompetenz, Veränderungen anzuordnen. Das zeigt sich deutlich bei einem weiteren Projekt, in dem das südliche Bodenseeufer unter die Lupe genommen wird (siehe Box) und das Ideen für eine «urbanisierte Kulturlandschaft» erörtert. Die Frage, ob, wie und vor allem wie stark das nahezu unbebaute Kulturland erschlossen werden soll und wie die Balance zwischen Weiterentwicklung und Schutz gelingen kann, ist sehr grundsätzlicher Natur. «Darüber entscheiden muss letztlich die Politik», so Toni Schönenberger, «wir können nur die Bedeutung der Frage aufzeigen und die Debatte anstossen.»

Machbares anstossen

Stellt sich die Frage: Wäre es nicht Sache des Kantons selber – von Regierung und Parlament –, solche Grundsatzdebatten anzustossen? Oft könne man sich diese Frage tatsächlich stellen, so der Think-Tank-Präsident; so habe man beispielsweise ein Jugendforum für politisch interessierte Jugendliche ins Leben gerufen, was wohl eher die Aufgabe von Parteien gewesen wäre. Aber zum einen haben auch andere Organisationen oder Behörden nur begrenzte Ressourcen, zum anderen profitiert der Think Tank Thurgau auch von einer gewissen Narrenfreiheit. «Wir können selbst frei bestimmen, was wir initialisieren und sind auch weniger exponiert als beispielsweise Politiker.» Von einem Gremium, das sich Think Tank nennt, erwarte man im Gegenteil sogar eine Fähigkeit zur Vision, eine Bereitschaft, weiter zu denken. «Wir wollen aber nicht einfach möglichst verrückte Ideen präsentieren, die dann wieder verschwinden – sie sollen die Basis für eine Weiterent-

Südliches Bodenseeufer – ein einzigartiger Fall

In «Südliches Bodenseeufer. Projekt für eine urbanisierte Kulturlandschaft» beschäftigt sich der Think Tank Thurgau mit alternativen Raumplanungskonzepten. Ausgangslage ist die Tatsache, dass das Südufer des Bodensees trotz der relativen Nähe zu Städten wie Frauenfeld, Winterthur, St.Gallen und Zürich nach wie vor erstaunlich arm an dichter Bebauung ist. Die Dynamik, die von Süddeutschland über Konstanz ausgeht, entfaltet sich fast ausschliesslich am Untersee. Das Schweizer Bodenseeufer hingegen ist immer noch stark landwirtschaftlich geprägt, die Kulturlandschaft reicht über weite Strecken bis direkt ans Ufer. Der Raum weist damit ähnliche Charakteristika wie «Stille Zonen» auf und unterscheidet sich massgeblich von allen anderen grossen Seen der Schweiz. Die Studie soll einen Diskussionsbeitrag leisten zu Zukunftsszenarien der Region.

«Wir müssen die Vergangenheit abstreifen»

Der HC Thurgau ist prädestiniert dafür, als Verein zur Identifikationsfigur für den ganzen Kanton zu werden. Doch der Club hat eine turbulente Vergangenheit hinter sich. Dadurch wurde auch die Beziehung zur Thurgauer Wirtschaft auf die Probe gestellt, deren Support dringend nötig ist. Seit Mai 2011 wirkt ein komplett erneuerter Verwaltungsrat unter dem Präsidium des Weinfelder Rechtsanwalts Peter Muri. Und seither zieht sichtlich Tauwetter auf, wie Peter Muri im Gespräch aufzeigt.

Interview: Stefan Millius **Bilder:** Bodo Rüedi

Peter Muri, wie sah Ihre Beziehung zum Eishockey aus, bevor Sie Verantwortung an der Spitze des HC Thurgau übernahmen?

Früher war ich nur gelegentlicher Besucher an Eishockeymatches, mehr aber bei A-Clubs. Der Kontakt zum HC Thurgau kam dadurch zustande, dass mich im Spätsommer verschiedene Sponsoren und Aktionäre für eine Sanierungsaktion beigezogen haben. Anfang der Saison fehlte sogar das Geld, um den Car für den ersten Auswärtsspiel zu bezahlen. Die für die folgenden Monate notwendige Liquidität wurde damals kurzfristig zusammengebracht.

Soviel zum Interesse der Sponsoren und Aktionäre. Aber wo lag Ihre Motivation für das Engagement?

Persönlich komme ich eher vom Fussball her. Der Eishockey-Sport faszinierte mich jedoch in den letzten

nen Kanton oder eine Region und wichtig für das Zusammenleben der Gemeinschaft.

Nach Antritt des neuen Verwaltungsrats im Mai 2011 kamen finanzielle Altlasten zum Vorschein. Wie stark beeinträchtigen diese den Club und Ihre Arbeit noch immer – oder sind sie abgearbeitet?

Die Defizite aus der Vergangenheit waren tatsächlich wesentlich grösser als erwartet. Vor allem aber waren die für die letzte Saison bereits in früherer Zeit eingegangenen Verpflichtungen für Spielerverträge höher als die Mittel, die wir dann in der Saison effektiv zur Verfügung hatten. So begannen wir ein rechttes Stück hinter der Startlinie. Eine kurze Zeit lang haben wir auch überlegt, ob es nicht besser wäre, «den Schlüssel zu drehen». Wir konnten nun in den letzten Monaten durch einen Kapitalschnitt und eine genehmigte Kapitalerhöhung die Altlasten zu etwa zwei Dritteln reduzieren. Auch der jetzige Verwaltungsrat hat dazu wesentlich beigetragen. Dennoch beeinträchtigt ein Kapitalverlust von knapp einer halben Million die Arbeit immer noch.

«Die Defizite aus der Vergangenheit waren wesentlich grösser als erwartet.»

Jahren immer mehr. Es ist ein intelligenter Sport mit sehr viel Dynamik. Gäste, die einen Hockey-Match das erste Mal live sehen, sind jedes Mal positiv überrascht über die Spannung und die Emotionen, die an einem solchen Anlass herrschen. Der HC Thurgau ist im Nordosten der Schweiz, das heisst von Chur bis an den Stadtrand von Zürich, der einzige Nationalliga-Club im Eishockey. Er ist auch wichtig für den Breitensport. Breitensport setzt erfolgreichen Leistungssport in der Region voraus. Nur so können auch der Nachwuchs organisiert und die Jungen zum Sport animiert werden. Sport wirkt leistungsfördernd in allen Lebensbereichen und vor allem im Beruf. Wie die Kultur ist auch der Sport identitätsstiftend für ei-

Der HC Thurgau kann auf namhafte Sponsoren aus dem Kanton verweisen, die zum Teil ihr Engagement sogar noch vergrösserten. Woher kommt dieser Goodwill, nachdem das sportliche Abschneiden in der letzten Saison nicht ganz wie erhofft ausfiel?

Die erste Hälfte der letzten Saison verlief alles andere als wunschgemäss. Ab Mitte Saison konnten wir uns jedoch steigern, und die Platzierung war unter Berücksichtigung aller Aspekte doch noch versöhnlich. Erfreulich ist, dass ausnahmslos alle Sponsoren der letzten Saison auch in der neu anlaufenden mit dabei sind. Zudem haben bestimmte Sponsoren ihr Engagement erhöht, so insbesondere die TKB. Darüber hin-



Peter Muri:

*Auf gutem Weg, die Vergangenheit
des HC abzustreifen.*

**Eine Schule mit guter Reputation
ist einfach ein idealer Karrierestart.**

Philippe Feusi, Lehrgang eidg. dipl. Elektroinstallateur



Erhältlich im
App Store

Available on
Android Market

Semesterbeginn
22. Oktober 2012

Die Leistungsschule

Unsere Kompetenz auf einen Blick

Höhere Fachschule

- Dipl. Techniker/in HF
- Fachrichtungen:
 - Betriebstechnik
 - Elektrotechnik
 - Informatik
 - Maschinentechnik
 - Mediatechnik
- Dipl. Rechtsassistent/in HF
- Dipl. Wirtschaftsinformatiker/in HF

Nachdiplomstudien NDS HF

- Betriebswirtschaft
- Energiemanagement

Höhere Fachausbildungen

- Eidg. dipl. Elektroinstallateur/in*
- Elektro-Projektleiter/in EFA
- Elektro-Sicherheitsberater/in EFA
- Elektro-Vorarbeiter/in VSEI
- Eidg. dipl. Industriemeister/in
- im Maschinen- und Apparatebau*
- Instandhaltungsfachmann/fachfrau EFA
- Prozessfachmann/fachfrau EFA
- Werkmeister/in
- Rechtsagent/in (Vorbereitung auf kant. Patent)
- Qualitätsfachmann/fachfrau
- Qualitätsmanager/in
- Fertigungsspezialist/in Planung
- (Schreiner VSSM Neukonzept)

* Eidg. höhere Fachprüfung mit Diplom (ED)
EFA = Eidg. Berufsprüfung mit Fachausweis

Berufspädagogik

- Ausbilder/in EFA
- Berufsbildner/in
- Seminare für Berufsbildner/innen
- (Lehrmeister) und
- Ausbildungsverantwortliche
- HF-Dozent/in
- Prozess-/Lernbegleiter/in

Führungsseminare

Fachkurse in den Bereichen
Grundlagen, Automation,
Berufspädagogik, Elektrotechnik,
Holztechnik

Technische Fachkurse für Firmen

Firmeninterne Weiterbildung
nach individuellem Bedarf

Interessiert?

Gerne senden wir
Ihnen die detaillierte
Kursbeschreibung zu.



**Zentrum für berufliche
Weiterbildung**
Gaiserswaldstrasse 6
9015 St. Gallen
Tel. 071 313 40 40
Fax 071 313 40 00
info@zbw.ch

Informationsabende: www.zbw.ch

Lust auf Laster?

LIMITIERTE SONDER-EDITION

**S O F O R T
A B L A G E R
L I E F E R B A R**



«CIAO»

**IHR FIAT-PARTNER AUS
DER REGION FREUT SICH
AUF IHREN BESUCH.**



passioneauto.ch
bütikofer autoitalia ag
frauenfeld · weinfelden

langfeldstrasse 75
8500 frauenfeld
tel. 052 728 04 04

weststrasse 45
8570 weinfelden
tel. 071 620 15 15

Berechnungsbeispiele:
Fiat Fiorino 1.4, 8 V, 90 PS, Katalogpreis CHF 11 900.-, vorgegebene
Sonderausstattung im Wert von CHF 950.-, Nettopreis CHF 12 900.-
Fiat Doblo 1.4, 16 V, 85 PS, Katalogpreis CHF 13 900.-, vorgegebene
Sonderausstattung im Wert von CHF 825.-, Nettopreis CHF 14 900.-
Fiat Scudo 1.6 Multijet, 90 PS, Katalogpreis CHF 18 990.-, vorgegebene
Sonderausstattung im Wert von CHF 910.-, Nettopreis CHF 19 900.-
Nettopreise exkl. MWST für gewerbliche Kunden mit Handelsregistereintrag.
Angebot gültig bis auf Widerruf.

LEADER. Das Ostschweizer Unternehmernmagazin.

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

Peter Schütz, VR-Präsident Letrona AG



aus sind – und das ist vor allem erfreulich – sehr viele «Bronze-Sponsoren» dazu gekommen. Diese Sponsoren glauben an den HC Thurgau, sie wissen auch, dass er einer der bedeutendsten Sport-Clubs in der Ostschweiz ist. Im Kanton Thurgau ist er der beliebteste Club, wenn es nach Zuschauerzahlen geht. Der HC Thurgau ist deshalb mit Sponsoren relativ breit abgestützt. Im Vergleich zu anderen Clubs fehlen uns jedoch noch ein paar weitere Grosssponsoren, und es wäre der Wunsch, dass es uns endlich gelingen würde, dass einige der grösseren Firmen im Kanton zusammenstehen würden. Verteilt auf mehrere Schultern sind die Beträge insgesamt zu verkraften.

«Im Thurgau ist der HC der beliebteste Club, wenn es nach Zuschauerzahlen geht.»

Für einen kontinuierlichen Erfolg in der NLB benötigt der HC TG laut Ihnen mehr Mittel, das Budget müsste um rund eine halbe Million Franken steigen. Wie versuchen Sie, diese zusätzlichen Mittel zu akquirieren? An wen denken Sie – und wie argumentieren Sie?

Wir operieren mit einem der tiefsten Budgets in der Nationalliga B. Wir haben eine sehr schlanke Orga-

nisation und können und wollen auch nicht jeden Lohn für einen Spieler bezahlen. Um jedoch einigermaßen mithalten zu können und auch Chancen auf die gelegentliche Teilnahme an den Play-offs zu haben, müssen wir mindestens mit einem Budget von über 2,5 Mio. Fr. im Jahr kalkulieren können. Wir haben neu eine breite Palette von verschiedenen Sponsoring-Möglichkeiten eingeführt. Das Umfeld bietet ein hervorragendes Networking in Politik, Kultur, Wirtschaft und Sport in ungezwungener Umgebung. Wegen der Spannung der Spiele entstehen auch Emotionen, die die Besucher leicht miteinander ins Gespräch bringen. Zudem können Sponsoren auch Gäste und Kunden einladen. Vor und nach dem Spiel, aber auch in den zwei Pausen, trifft man auf viele Personen. Die Werbewirkung in der Arena, auf dem Eis, in verschiedenen Medien, auf den Spielertrikots und so weiter ist sehr hoch und auch verhältnismässig preiswert. Zudem sponsern viele Unternehmen den Club auch als Bekenntnis zum Standort Thurgau und Ostschweiz.

Der HC Thurgau hat eine teilweise dramatische Vergangenheit hinter sich, vor allem in den Jahren unter Felix Burgener. Der Tages-Anzeiger schrieb im Sommer 2011, der Club habe sich von dieser

Anzeige

Die echte Ostschweizer Geschenkidee!

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

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

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

- **Karton mit 6 Flaschen à 75 cl oder**
- **einzelnen 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





Vielfältige Sponsoringgefässe

Der HC Thurgau ist kreativ bei der Schaffung von Formen für Sponsoren. Versucht wird, für jedes Bedürfnis eine Möglichkeit zu schaffen. Dazu gehört beispielsweise der virtuelle Kauf eines Quadratmeters «Gütti-Eis» zum Preis von 50 Franken, geht dann über den Gönner (500 Franken pro Jahr) zum Business Club (4500 Franken pro Jahr), dem Spielergötti (10 000 Franken pro Jahr inklusive Business Club) bis zum Metall-Sponsoring (ab 25 000 Franken gemäss spezieller Vereinbarung). Informationen zu den Sponsoringmöglichkeiten finden sich im Internet unter www.hctg.ch.

Ära noch immer nicht erholt. Wie beurteilen Sie die Akzeptanz des HC Thurgau im Kanton, in Gesellschaft und Wirtschaft? Haben Sie das Vertrauen zurückerobert?

Wir merken das in unserer Arbeit immer noch. Viele sind noch skeptisch, da sie die Vergangenheit in Erinnerung haben. Ich kenne sie nicht und habe ein gespanntes Verhältnis zu Felix Burgener. Jedoch hatte der HC Thurgau in den letzten Jahren einige Sanierungsrunden zu durchlaufen. Wir können nur durch sportlichen Erfolg, seriöse Führung und viel Überzeugungsarbeit das Vertrauen zurückgewinnen. Wir haben eine sehr grosse und auch treue Fangemeinde. Die Zuschauerzahlen haben sich gegenüber den

zurück. Ein Teufelskreis? Oder ist es wirklich möglich, Spitzensport mit einer wirtschaftlichen Philosophie dieser Art zu betreiben?

Die Löhne der Sportler sind in den letzten Jahren stark angestiegen. Ein guter Ausländer in der Nationalliga B kostet unterdessen brutto über 150'000 Franken, zum Teil auch wesentlich mehr, was aber ausserhalb der Möglichkeiten des HC Thurgau ist. Etwa die Hälfte davon geht für Steuern und die im Sport teuren Versicherungen weg. Etliche Clubs, nicht nur Kloten, haben Ende Saison jeweils grosse Defizite, die irgendwelche Sponsoren oder Mäzene wieder decken. Auf Dauer wird das wahrscheinlich nicht gut gehen, und ein Umdenken, insbesondere bei den Löhnen, ist nötig. Wir versuchen uns, soweit es überhaupt möglich ist, diesem Kreislauf zu entziehen. Dennoch ist die kommende Saison noch nicht ausfinanziert, und wir sind dringend auf noch mehr Sponsoren angewiesen.

«Ein guter Ausländer in der Nationalliga B kostet unterdessen brutto über 150 000 Franken.»

Vorjahre erhöht, auch im Verhältnis zu den anderen Clubs in der Nationalliga B. Es sind auch wesentlich mehr Sponsoren hinzugekommen. Dennoch haben wir erst einen Teil der Wegstrecke zurückgelegt, und ob es uns gelingt, die Vergangenheit abzustreifen, ist noch offen. Wir müssen in der nächsten Saison auf jeden Fall wesentlich mehr Zuschauer haben, und was uns vor allem fehlt, auch im Vergleich zu anderen Clubs, sind weitere Grosssponsoren oder eine Vielzahl von kleineren Sponsoren, welche die erwähnte halbe Million Franken abdecken könnten. Auch dann sind wir finanziell immer noch nicht auf Rosen gebettet, können aber bei geschickter Führung erfolgreichen Eishockey-Sport anbieten und insbesondere – und das ist uns vor allem wichtig – auch den Nachwuchs koordiniert und gezielt ausbilden und nachziehen.

Eine Doktrin der heutigen Clubführung lautet, nicht mehr Mittel auszugeben, als vorhanden sind. Bei sportlichem Misserfolg bleiben aber schnell die Fans aus oder Sponsoren ziehen sich

Wie viele Sponsoren noch kommen, wird sich erst weisen. Gibt es Massnahmen, die Sie aus eigener Kraft treffen können?

Wir müssen versuchen, mit einer geschickten Personal- und Finanzpolitik zum Ziel zu kommen. Mit dem neu eingeführten Zweijahres-Sponsoring gelingt es uns, das Gros der Mannschaft von der einen Saison auch wieder für die andere Saison zu verpflichten. Wir setzen dabei bewusst auf junge Spieler, die sich dadurch weiter entwickeln und die wir so insgesamt zu einem eingespielten Team zusammenfügen können. Das ist der eine Baustein, und wir können damit die Verpflichtung teurer Spieler künftig zumindest teilweise reduzieren. Wir setzen aber noch mehr auf den Nachwuchs, und es ist vor kurzem gelungen, die Elitenachwuchs-Mannschaften von Frauenfeld, Kreuzlingen, Weinfelden und HC Thurgau unter einem Dach, den Young Lions, zu vereinen. Der HC Thurgau übernimmt dabei die Organisationsverantwortung und auch eine begrenzte Defizitgarantie. Wir wollen, dass mittelfristig wieder mehr Spieler aus dem Thurgau beim HC Thurgau mitspielen.

Wir konzipieren Büro.

Wir gestalten Büro.

Wir optimieren Büro.

Wir betreiben Büro.

Wir machen Büro.





UBS Welcome KMU, die *umfassende*
Banklösung im Tagesgeschäft.

Gut fürs Geschäft:

Mit UBS Welcome KMU offerieren wir Ihnen
die wichtigsten Produkte und Dienstleistungen
für die täglichen Finanzbedürfnisse Ihres
Unternehmens.

Testen Sie unser Willkommensangebot für
Neukunden ein Jahr lang kostenlos. Und
erfahren Sie mehr über unsere umfassende
Beratung zu allen Finanzfragen.

Wir werden nicht ruhen



ubs.com/kmu