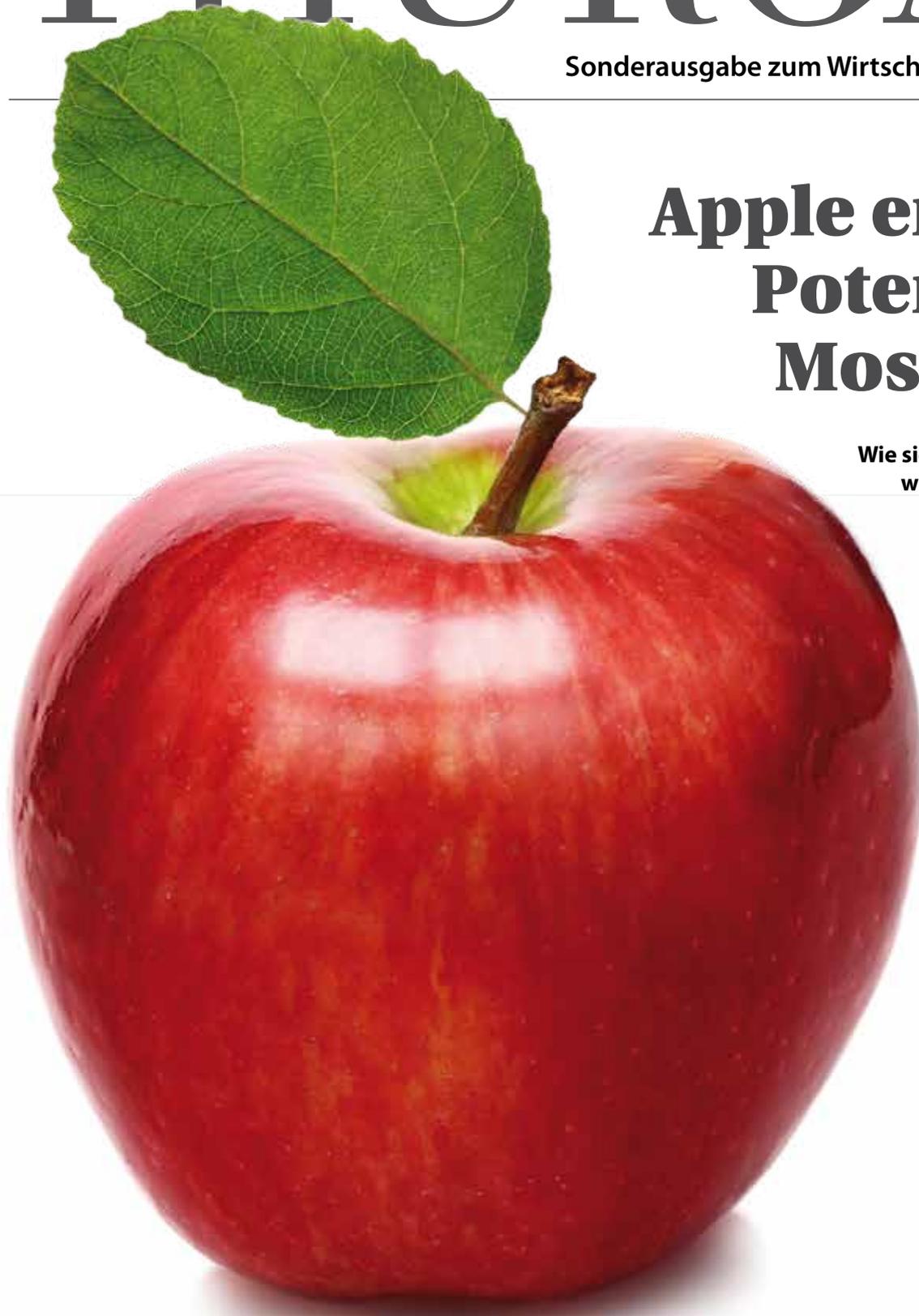




THURGAU

Sonderausgabe zum Wirtschaftsstandort Thurgau



Apple entdeckt Potenzial in Mostindien

Wie sich Ifolor neu erfindet und
weitere Erfolgsgeschichten
aus dem Thurgau

Seite 8

Seite 23

Was vom Tagungsmotto
«Mut tut gut» zu erwarten ist – ein Ausblick



**Jetzt
anmelden!**
wbbzww.ch/gold

QUELLGEBIET.CH

BZWW-Goldserie

Leadership durch Exzellenz: mit Piroska Gavallér-Rothe

Wertschätzend Klartext reden: Zielführend kommunizieren als Führungskraft

Ziel und Inhalt Kommunikationskompetenz ist mehr als eine brillante Sachargumentation oder die blosse Anwendung von effektiven Kommunikationstricks und -tools. Wahrhaft erfolgreich wird Kommunikation und damit Führung erst dann, wenn sich innere Haltung und kommunikative Fähigkeiten zu einem stimmigen und authentischen Ganzen verbinden. Tragfähige Beziehungen wiederum entstehen dort, wo es Menschen – auch im professionellen Kontext – gelingt, sich auf einer verbindenden Ebene wertschätzend zu begegnen.

- Mit welchen Denk- und Sprachmustern löse ich Stress, Abwehr oder Rückzug bis hin zur inneren Kündigung aus und wie kann ich dem entgegenwirken?
- Wo wirken in Gesprächen unbewusste Reaktionsmuster? Wie kann ich diese erkennen und bewusst gegensteuern?
- Wie kann ich Kritik meines Gegenübers entschärfen und für einen konstruktiven Austausch nutzen?
- Welche Potenziale bietet empathische Führung?

Kurs-Nr. 1905B

Referentin Piroska Gavallér-Rothe

Voraussetzung Führungskräfte auf allen Stufen

Umfang 1 Tag, 8 Lektionen

Veranstaltungstermin

Freitag, 23.2.2018, 8.30–17 Uhr

Investition CHF 560.–

20% Rabatt für Mitglieder KMU Frauen Thurgau

Kommende Exzellenz-Kurse der BZWW-Goldserie:



Barbara Kuchler

Die Führungskraft als Moderator



Stefan Häseli

**Stärken fördern –
Schwächen kompensieren**



Prof. Dr. Thomas Merz

**Was Führungskräfte über
Social Media wissen müssen**

Führungskräfte stellen sich höchsten Anforderungen. Für die nachhaltige Persönlichkeitsentwicklung ist es sinnvoll, regelmässig für neue Impulse und Wohlbefinden zu sorgen. Genau das ist der Anspruch der BZWW-Goldserie.

Unser Veranstaltungsort, das **Wellnesshotel Golfpanorama****S** in Lipperswil, liegt direkt an einem 27-Loch-Golfplatz, verfügt über einen weitläufigen Wellnessbereich, 55 Zimmer und einen grandiosen Blick auf die Schweizer Alpen. Im Restaurant Lion d'Or (ausgezeichnet mit 14 Punkten nach Gault Millau) wird hochstehende Gastronomie geboten.

Information und Anmeldung:

Telefon 058 345 75 75,

Montag bis Freitag: 8 bis 11.30 Uhr und

13.30 bis 17.30 Uhr (Freitag bis 16.30 Uhr).





Im Kleinen entsteht Grosses

Klischees entstehen schnell, sind dafür aber umso nachhaltiger. Zum Beispiel, wenn es um Wirtschaftsstandorte geht: Zürich ist die Finanzmetropole, Genf der internationale Schauplatz, Graubünden das touristische Mekka und das Appenzellerland die Hochburg der Traditionen. Wer nicht über ein so scharf geschnittenes Profil verfügt, geht in der Aufzählung der wichtigen Standorte gern vergessen. Oder man wird mit weniger bedeutsamen Attributen abgespeist.

Im Thurgau ist man verständlicherweise nicht besonders begeistert, vor allem mit Äpfeln und Most gleichgesetzt zu werden. Es ist ein Bild, das von der Vergangenheit und von der Landschaft geprägt ist, der wirklichen Leistungsfähigkeit des Kantons aber keineswegs gerecht wird: Der Thurgau weist eine starke Industrie auf, zählt dank der verkehrstechnisch günstigen Lage Richtung Zürich und nahes Ausland viele Unternehmen mit internationalem Fokus – und ist beliebt bei innovativen Start-ups. Dafür gibt es mehr als genug Beispiele. Das ist dort bekannt, wo man mit dem Kanton vertraut ist, aber noch viel zu wenig ausserhalb der eigenen Grenzen. Vielleicht auch, weil die Thurgauer nicht zu denen gehören, die ihre Qualitäten an die grosse Glocke hängen.

Die Idee, dass Innovation nur dort entstehe, wo grosse Banken und internationale Konzerne besonders massiert zu finden sind, hat nichts mit der Realität zu tun. Entscheidend ist das Umfeld: Bietet es Möglichkeiten und Chancen, sich mit einer starken Idee weiterzuentwickeln? Die Beispiele in dieser LEADER-Sonderausgabe zeigen, dass gerade Unternehmen, die etwas wagen, im Thurgau gute Rahmenbedingungen vorfinden. In beschaulichen Dörfern, umgeben von Grün, entstehen Produkte, die weltweit Massstäbe setzen. Und sie ziehen mit ihren Erfolgsgeschichten andere an, die erst so von den Vorteilen des Standorts erfahren.

Natal Schnetzer
Verleger

Anzeige

IHK

Industrie- und Handelskammer Thurgau

Schmidstrasse 9
CH-8570 Weinfelden
Telefon +41 71 622 19 19
Fax +41 71 622 62 57
info@ihk-thurgau.ch
www.ihk-thurgau.ch

**Mit Networking
zum Erfolg**
regional, kantonal, global

Gemeinsam Perspektiven schaffen.



Führend in Psychiatrie
und Psychotherapie



Massgeschneiderte Therapien und erstklassige Hotellerie

Menschen in Krisen oder mit psychischen Erkrankungen erhalten bei der Clenia eine ausgezeichnete, höchst kompetente und individuelle Behandlung und Betreuung in stilvoller Atmosphäre. Ihre psychische Genesung liegt uns am Herzen.

Clenia Littenheid AG
Privatklinik für Psychiatrie und Psychotherapie
CH-9573 Littenheid
Tel. +41 71 929 60 60
Fax +41 71 929 60 30
info.littenheid@clenia.ch
www.clenia.ch



FEIERN SIE WEIHNACHTEN AUF DEM MS SÄNTIS

Schenken Sie Ihren Mitarbeitenden ein Fest im glamourösen Ambiente auf der «Yacht für einen Tag».

◆ Gaumenfreuden von
«Mostindien» bis Japan

◆ Whiskey Bar und Lounge zum
Verweilen & Geniessen

◆ bis zu
120 Bankettsitzplätze

Reservation & Beratung: SBS Schifffahrt AG
+41 71 466 78 88 | info@sbsag.ch | www.mssaentis.ch



Folgt Häberli-Koller auf Leuthard?

Bundespräsidentin Doris Leuthard (54) will bis spätestens Ende Legislatur 2019 als Bundesrätin zurücktreten. Zwar nennt sie noch kein Rücktrittsdatum, doch das Kandidatenkarussell für ihre Nachfolge gerät damit bereits in Fahrt. Für die derzeit nicht im Bundesrat vertretene Ostschweiz könnte Ständerätin Brigitte Häberli-Koller (58) in den Ring steigen. Eine Kandidatur schliesst sie gemäss dem Onlineportal blick.ch nicht aus. Es gefalle ihr sehr gut als Ständerätin, «darum halte ich mich vorerst lieber im Hintergrund, behalte mir aber alles offen».



ABA CLIK
by Abacus

Smartphone App AbaCliK Arbeitszeiten und Spesen mobil erfassen

Sammeln, organisieren, ändern und verteilen Sie mit der Smartphone App AbaCliK Informationen aller Art. Synchronisieren Sie sämtliche Daten mit der Abacus Business Software:

- Präsenz- oder Arbeitszeiten
- Leistungen, Spesen
- Persönliche Daten, Ferientage oder Absenzen (ESS)

Jetzt kostenlos installieren
www.abaclik.ch

 **ABACUS**
Business Software

**Special Event: Service-
und Vertragsmanagement**
5. September 2017 in Zürich
Anmeldung www.abacus.ch

topsoft
29./30. August 2017



«Wir bleiben unseren Kernkompetenzen treu»

Daniel Bürgisser, asm MesseProfis AG

Seite 12

- | | |
|---|--|
| <p>8 Ifolor-CEO Filip Schwarz
Der Coup seines Lebens</p> | <p>26 Alfred Müller, Stutz AG
Mut zum begrenzten Risiko</p> |
| <p>14 Dominik Hasler, Hasler Transport AG
Das Schlachtfeld der Digitalisierung</p> | <p>28 Regionalbahn Thurbo AG
Eine 15-jährige Erfolgsgeschichte mit Profil</p> |
| <p>16 Matthias Mölloney, «Think Tank Thurgau»
Durch und durch ein KMU-Kanton</p> | <p>30 Blackroll-CEO Marius Keckeisen
«Das Bewusstsein für Gesundheit steigt»</p> |
| <p>18 ZebaTech und ALWO-SMA
Thurgauer Mechanikspezialisten fusionieren</p> | <p>33 Lian Giger, Cross Composite AG
Bereit für den Markt der Zukunft</p> |
| <p>23 Wirtschaftsforum Thurgau
Ein Ausblick auf die 21. Austragung</p> | <p>36 FDP-Nationalrat Hermann Hess
Der ehrliche Parlamentarier</p> |
| <p>24 Hansjörg Brunner, Präsident Gewerbeverband Thurgau
«Wer nicht mitgeht, wird zu den Verlierern gehören»</p> | <p>38 Von ausgewogener Politik und einem attraktiven Kanton
Thurgauer Parteipräsidenten im Gespräch</p> |



SPECIAL zum Wirtschaftsstandort Thurgau

Impressum

Magazin LEADER, MetroComm AG, Bahnhofstrasse 8, 9001 St.Gallen, Telefon 071 272 80 50, Fax 071 272 80 51, leader@metrocomm.ch, www.leaderonline.ch | **Verleger:** Natal Schnetzer | **Redaktion:** Marcel Baumgartner (Leitung), baumgartner@leaderonline.ch | **Fotografie:** Stéphanie Engeler | **Geschäftsleitung:** Natal Schnetzer, nschnetzer@metrocomm.ch | **Anzeigenleitung:** Martin Schwizer, mschwizer@metrocomm.ch | **MarketingService/Aboverwaltung:** Fabienne Schnetzer, info@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:** Tammy Kissling, tkissling@metrocomm.ch | **Druck:** Ostschweiz Druck AG, 9300 Wittenbach
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

«Als wäre man frisch verliebt»: Filip Schwarz und der Coup seines Lebens

Er war Internatsschüler, hat online Horoskope verkauft, Wirtschaftsrecht und Schiffbautechnik studiert. Der Gedanke, dass Geld sich von selbst vermehren soll, bereitet ihm Mühe. Und Bonussysteme in Unternehmen vergleicht er mit der offenen Drogenszene: Filip Schwarz ist seit zwei Jahren CEO von Ifolor. Das Kreuzlinger Familienunternehmen, heute bekannt für Fotobücher, hat kürzlich einen Millionendeal mit Apple abgeschlossen. Eine Begegnung mit einem etwas anderen CEO.

Da ist eine Bar. Ein Hund, der schwanzwedelnd um die Ecke kommt. Eine Drohne, die jeder Mitarbeitende ausleihen kann. Und an den Wänden in den Ifolor-Büroräumen an der Zürcher Limmatstrasse hängen grosse Schwarzweissfotografien von Alberto Venzago, Schweizer Starfotograf. Momentaufnahmen japanischer Mafiosi und westafrikanischer Voodoo rituale. Die Kunstfotografien hängen nicht zufällig hier: Wir sind eine verschworene Gesellschaft wie die Mafia, sollen sie suggerieren. Und: Hier muss Magie passieren wie beim Voodoo. Letzteres ist vor wenigen Monaten geschehen: Ifolor, das Kreuzlinger Familienunternehmen, wurde Partner von Apple, dem wertvollsten Technologiekonzern der Welt. Für Filip Schwarz, seit 2015 und in dritter Generation CEO von Ifolor, der Deal seines bisherigen Lebens.

«Wir halten Emotionen fest und machen diese wiedererlebbar.»

«Das ist nicht meine Welt»

Aufgewachsen ist Schwarz, Jahrgang 1982, im Thurgauischen Bottighofen. Er besuchte die Sekundarschule in Kreuzlingen und anschliessend das Lyceum Alpinum. Dort, in Zuoz, habe er als Präsident der Schülerorganisation den Umgang mit Menschen gelernt, erzählt Schwarz. Er sitzt im Sitzungszimmer des Zürcher Büros, die lockigen Haare nach hinten frisiert. In der Brusttasche seines Sakkos ein sauberlich gefaltetes Einstecktuch, auf der Nase ein Brillengestell, das durchaus zu den auffälligeren seiner Art zählt. Nach dem Militär habe er ein Praktikum in einer Bank gemacht. «Dort habe ich schnell gemerkt, dass das nicht meine Welt ist», sagt Schwarz. «Ich habe Mühe mit dem Gedanken, dass sich Geld selbst vermehren soll. Meiner Meinung

nach sollte Leistung dahinter stecken, wenn sich Geld vermehrt.»

Der Thurgauer studierte Wirtschaftsrecht sowie Schiffbau- und Meerestechnik an verschiedenen Unis. «Letzteres, weil ich noch eine Herzensangelegenheit erledigen wollte.» Schwarz ist ein Bodenseekind, war schon immer gerne auf dem Wasser, besitzt heute ein Motorboot dort und wohnt wieder in Bottighofen. Wer ihn erlebt, merkt rasch, dass er verkaufen kann: sich selbst, Ideen, Begeisterung. So war Filip Schwarz schon Internetunternehmer, bevor er in die Firma einstieg, die einst sein Grossvater gegründet hatte: Während eines Sprachaufenthaltes in Cannes lebte er bei einer Familie, die im Internet Horoskope verkaufte. Schwarz nahm die Idee mit in die Schweiz und verkaufte fortan online Horoskope. Das Geschäftsmodell funktionierte. «Wobei ich Horoskopen eher nicht glaube», sagt Schwarz, lächelt.

Zuerst Marketingpraktikant

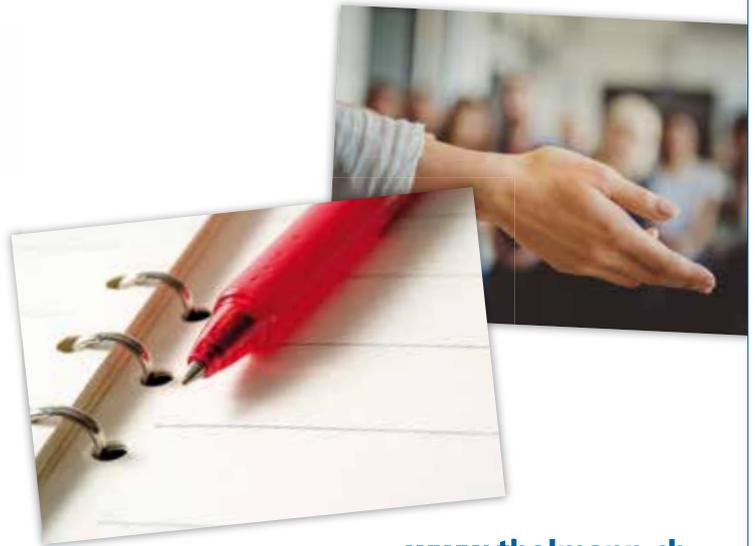
Statt Prognosen verkauft Filip Schwarz nun seit gut zwei Jahren Emotionen, wie er sagt. «Wir halten Emotionen fest und machen diese wiedererlebbar.» Ins Familienunternehmen einzusteigen, habe er sich immer gewünscht. «Mir war aber klar, dass ich dafür einiges an Leistung bringen muss. Dass ich mit Drittpersonen mithalten können muss.» Er stieg denn auch nicht an der Unternehmensspitze ein, sondern begann 2008 als Marketingpraktikant bei Ifolor, 2012 bis 2015 war er Chief Marketing Officer. Die vergangenen beiden Jahre mit ihm an der Spitze waren laut Schwarz die erfolgreichsten in der Geschichte des Unternehmens: Ifolor, das in Kreuzlingen und Finnland produziert, hat geschätzte 150 Millionen Franken Umsatz erzielt.

In diesem Jahr dürfte der Umsatz dank der Zusammenarbeit mit Apple noch höher ausfallen. Wie Apple genau auf Ifolor aufmerksam geworden sei, könne

Ifolor-CEO Filip Schwarz:

*«Apple ist auf uns zugekommen,
so kam das Ganze ins Rollen.»*





www.thalmann.ch

Anita Meyer Partner, Geschäftsführerin, Mandatsleiterin Treuhand, dipl. Sozialversicherungsexpertin

Die Geschäftsführerin und Mandatsleiterin ist zudem Expertin für die mündliche Branchenprüfung der Lernenden. Auch das Korrigieren von Prüfungsarbeiten ihrer Schülerinnen und Schüler in der Erwachsenenbildung macht ihr Freude.

«Der Korrekturstift ist stets dabei. Zusammen mit einer sachlichen Kommunikation sehe ich immer den gemeinsamen Weg als Ziel. Ob im Geschäft oder in der Schule.»



STUTZ

Überall in der OSTSCHWEIZ

www.stutzag.ch

ELECTRICAL COMPETENCE

ELBET Holding AG

AWAG

DISA



UM DIE ECKE GEDACHT

Das kommt dabei heraus, wenn die Techniker der Tochterfirma MAX HAURI AG um die Ecke denken:



Das neue Installationsprogramm modino priamos mit Charakter überzeugt durch innovative Technologie und funktionale Details.
www.modino.ch

ELBET Holding AG

Weidstrasse 16 | 9220 Bischofszell | Tel. 071 424 25 15 | Fax 071 424 25 93 | www.elbet.ch

er bis heute noch nicht sagen. «Fakt ist: Sie sind auf uns zugekommen, so kam das Ganze ins Rollen.» Das Ganze heisst konkret: Apple hat beschlossen, sein Fotoprogramm für weltweit fünf externe Anbieter zu öffnen. Ab Herbst können direkt aus der Apple-Foto-App verschiedene Produkte erstellt und bestellt werden – zum Beispiel Fotobücher von Ifolor. Dies hatte Apple im Juni an einer Entwicklerkonferenz bekannt gegeben. Eine Bühne, von der wohl manch ein Unternehmen träumt: «Apple hat unsere Arbeit einem weltweiten Publikum vorgestellt, anschliessend gab es eine Preetournee», sagt Schwarz. «So etwas lädt eine Marke ungemein auf, gibt unglaublich viel Energie. Als wäre man frisch verliebt.»

«Wollen wir die besten Mitarbeiter, müssen wir auf dem Platz Zürich mit Google konkurrenzfähig sein.»

Durch die Zusammenarbeit soll Ifolor in 15 Länder liefern können, heute sind es deren zehn. Zudem stellt Filip Schwarz seit Bekanntwerden des Deals pro Monat drei bis vier neue Mitarbeitende am Standort Zürich ein, wo das Unternehmen erst im Mai eingezogen ist. Hier arbeiten Marketingspezialisten, Grafiker und Softwareentwickler. Der CEO sagt, er schätze den Bodensee ungemein. Und er habe fünf Jahre lang versucht, Marketing- und Softwareprofis nach Kreuzlingen zu locken. «Das hat nicht funktioniert. Wir brauchen sehr viele sehr gute Leute. Die besten. Aber diese brauchen ihre Szene, ein gewisses Umfeld. Und das kann Kreuzlingen nicht bieten.» Genauer werde das nur in vier europäischen Städten geboten: Barcelona, München, Berlin und eben Zürich. «Natürlich finde ich es als Thurgauer schade, dass wir nach Zürich mussten. Ich als Schweizer muss aber sagen: Wir können sehr froh sein, dass wir in der Schweiz ein Zürich haben.»

Mit Kind und Hund im Büro

Dass er die besten Mitarbeitenden wolle, sagt Filip Schwarz an diesem Vormittag mehr als ein Mal. Dass er keinen klassischen Führungsstil pflege, ebenfalls. «Wollen wir die besten Mitarbeitenden, müssen wir auf dem Platz Zürich mit Google konkurrenzfähig sein.» Flache Hierarchien, ort- und zeitunabhängiges Arbeiten und mehr als vier Wochen Ferien sind in seiner Welt sowieso selbstverständlich. Der CEO nimmt regelmässig seine Tochter mit ins Büro. Inaya – «wir fanden, der Name muss zum Namen der Mutter passen und meine Frau heisst Indra» – ist noch kein halbes Jahr alt, also schöpelt und wickelt der CEO auch mal im Büro. «Das Kind ab und zu mitzubringen, ist selbstverständlich nicht nur mir vorbehalten, sondern auch Mitarbeitenden möglich.»

Bisher bringt erst jemand den Hund mit. Dennoch: Sich auf Augenhöhe begegnen – das will der etwas andere CEO nicht bloss als Floskel verstanden haben. Zudem praktiziere er oft «bewusstes Wegschauen», lässt in einem Prozess Vorgänge geschehen, die er nicht ideal findet – ausser bei strategisch relevanten Fehlern, da gelte Nulltoleranz. «Grundsätzlich gebe ich den Mitarbeitern Ziele. Wie sie dahin finden, steht ihnen völlig frei.»

Boni hat Schwarz mit seiner Ernennung zum CEO abgeschafft. «Das Bonussystem ist für mich etwas vom Schlimmsten überhaupt. Vielleicht kann man es mit einer offenen Drogenszene vergleichen: Man funktioniert nur mit Aussicht auf Stoff. Das ist kein guter Zustand.» Er möchte, dass seine Mitarbeitenden aus innerer Motivation heraus gut arbeiten. Tun sie das, bekommen sie trotzdem manchmal unverhofft ein Geschenk. Der Mitarbeitende, der für den Apple-Deal verantwortlich war, der dafür gesorgt hat, dass Magie passiert, habe eine Uhr bekommen, sagt Schwarz. Lächelt, nickt, kneift die Augen hinter den Brillengläsern zusammen. «Aber nicht irgendeine – eine richtig gute.»

Text: Malolo Kessler

Bild: Gian Kaufmann

Ifolor: Einst Fotofilmentwickler, heute im Digitalgeschäft tätig

Ifolor wurde im Jahr 1961 von Peter Schwarz, Filip Schwarz' Grossvater, als Photocolor Kreuzlingen gegründet. Kerngeschäft war damals und in den darauffolgenden Jahrzehnten das Entwickeln von Fotofilmen. Bis die Digitalisierung kam und mit ihr die analoge Fotografie zunehmend verschwand. Das Unternehmen schaffte es, mitzuhalten: Im Jahr 2000 lanciert die Photocolor Kreuzlingen AG als schweizweit erstes Fotolabor ein Onlineangebot, 2004 dann die Fotobestellung via Handy. Ein Jahr darauf begann Photocolor damit, persönliche Fotobücher, Kalender und Grusskarten anzubieten. Seit 2007 tritt das Unternehmen nach verschiedenen Fusionen und Übernahmen als Ifolor auf. Heute beschäftigt die Firma gegen 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an den Produktionsstandorten in Kreuzlingen und Finnland sowie im neuen Zürcher Büro. Der Umsatz beträgt geschätzte 150 Millionen Franken. Filip Schwarz führt Ifolor in dritter Generation, sein Bruder Hannes ist ebenfalls für den Familienbetrieb tätig.

«Wir bleiben unseren Kernkompetenzen treu»

Drei Ostschweizer Unternehmen arbeiten im Messebau ab sofort zusammen: Die asm MesseProfis AG in Erlen, die Formdrei AG in Sirnach und die KA BOOM Kommunikationsagentur AG in St.Gallen gehen eine Partnerschaft ein, bleiben aber eigenständig. Über die Hintergründe der Kooperation und die Chancen für die Zukunft spricht Daniel Bürgisser, Geschäftsführer der asm MesseProfis AG.



Daniel Bürgisser, Geschäftsführer der asm MesseProfis AG: «Grösse hat nichts mit Schlagkraft zu tun.»

Daniel Bürgisser, wurden Sie ins Boot geholt, um bei hohen Auftragsbeständen der Formdrei AG die Spitze brechen zu können?

Es geht nicht nur um saisonale Auftragsspitzen. Es gibt eine klare Kompetenztrennung der Entwicklung & Konzipierung und der optimierten Produktions- und Umsetzungsphase bei der KA BOOM Kommunikationsagentur AG und der Messebaufirma Formdrei AG. Mit unserer Schreinerei und Lackiererei, eigenen Monteuren und der schweizweiten Anbindung an die Dietsche MontageProfis AG bieten wir alles aus einer Hand. Ich bin überzeugt, dass diese Zusammenarbeit den Kunden beider Firmen einen Mehrwert gibt. Die MesseProfis kreieren wie bisher eigene Designs und Konzepte für ihre bestehenden Kunden und bearbeiten Anfragen von Neukunden.

«Die Luft wird in den nächsten fünf Jahren dünner, die Anforderungen der Kunden steigen, und der Markt wird zwangsläufig reguliert.»

Worin liegt für Ihr Unternehmen der grösste Nutzen in dieser Kooperation?

Solche Partnerschaften entstehen nicht über Nacht und müssen mit Vertrauen und Professionalität erarbeitet werden, damit Gespräche und Ideen auch in Zukunft Früchte tragen. Mit der letztjährigen Firmenübernahme der Impact Unlimited GmbH in Wil und der diesjährigen Übernahme der Firma Messebau Creatyves AG in Aadorf konnten wir positiv in die Zukunft investieren und unsere Auslastung steigern. Vor allem aber gewinnen wir mit diesem Ausbau viel Schubkraft, mit der wir unsere Kundenprojekte noch besser ins Ziel führen.

Wenn zwei Unternehmen wie die asm MesseProfis AG und die Formdrei AG gewissermassen einen gemeinsamen Weg einschlagen, müssen zahlreiche Komponenten stimmen. Verfolgen Sie alle eine gemeinsame Strategie und teilen die gleichen Werte?

Werte und Kundenumgang müssen auf dem gleichen Niveau sein, das ist zwingend. Die Strategie wer, wo und wie man sich auf dem Markt bewegt, kann sich unterscheiden.

Die Partnerschaft wurde Ende Mai dieses Jahres kommuniziert. Wie lange wurden vorgängig die Vor- und Nachteile besprochen? Wie intensiv waren die Vorbereitungen?

Ursprünglich ist die Formdrei AG in den 1990er Jahren aus der asm heraus entstanden. Die Idee einer möglichen Zusammenarbeit entstand letzten Sommer. Wie in jeder Beziehung kommt zuerst das Bauchgefühl; Vorteile und Stärken müssen für beide Seiten klar definiert sein. In einem weiteren Schritt folgt die

Hintergrund

Als Fullservice-Agentur bietet das St.Galler Unternehmen KA BOOM sämtliche Dienstleistungen im Kommunikationsbereich an. Dazu gehört auch die Konzeptionierung und Gestaltung von Messeständen und Ladeneinrichtungen, die von ihrer Schwesterfirma, der Formdrei AG in Sirmach, gebaut werden. Die Nachfrage nach Leistungen der Formdrei AG ist so stark gestiegen, dass sich Andreas Schweiss, Besitzer der Formdrei AG und der KA BOOM Kommunikationsagentur AG, nach einem starken Ostschweizer Partner für die Umsetzung im Messebau und Eventbereich umgesehen hat. Hier kommt die asm MesseProfis AG ins Spiel.

intensive Phase, in der man Schnittstellen festlegt und die Abwicklung der einzelnen Projekte klärt.

Muss man heute eine gewisse Schlagkraft, eine gewisse Grösse aufweisen, um in diesem Markt konkurrenzfähig zu bleiben?

Die Luft wird in den nächsten fünf Jahren dünner, die Anforderungen der Kunden steigen, und der Markt wird zwangsläufig reguliert. Die Grösse hat nichts mit Schlagkraft zu tun. Wichtiger ist, dass Unternehmen ihre Abläufe im Griff haben und die für sie besten Lieferanten kennen.

Sie spannen nun eng mit einer Agentur zusammen. Schliesst das künftig Auftragseingänge anderer Agenturen aus?

Nein, die Zusammenarbeit ist vorwiegend mit der Formdrei AG als Umsetzungspartner. Wir gewinnen wie bis anhin Kunden im Direktkontakt, über Ausschreibungen oder Agenturen. Wir arbeiten weiterhin eng mit anderen Agenturen schweizweit zusammen.

Werden Sie zukünftig in die Werbekommunikationsbranche einsteigen?

Wir sind seit 35 Jahren Profis im Messebau und Eventbereich und kennen unsere Stärken. Wir werden bestimmt nicht unsere Agenturpartner mit deren Dienstleistungen konkurrenzieren. Wir bleiben unseren Kernkompetenzen, dem Messe- und Eventbau, treu.

Konnte bereits ein erstes gemeinsames Projekt in Angriff genommen werden?

Seit dem 1. Juni setzen wir spannende Projekte für die Formdrei AG um, beispielsweise an der Suisse Public in Bern. Mit jedem Projekt wachsen wir an neuen Erfahrungen und sind bestrebt, diese zu analysieren und neue Erkenntnisse zu integrieren.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: Stéphanie Engeler

Wie man sich auf dem Schlachtfeld der Digitalisierung behauptet

Die Hasler Transport AG aus Weinfelden transportiert Produkte und Stückgut für rund 350 vorwiegend in der Ostschweiz ansässige Kunden. Im Gespräch erklärt Inhaber Dominik Hasler, welchen Einfluss die Digitalisierung auf die Branche hat, womit man sich als «Kleiner» gegenüber der Konkurrenz behaupten kann und wieso die Automatisierung den Menschen in diesem Umfeld nicht ersetzt.

Dominik Hasler, die Digitalisierung beschäftigt fast alle Branchen. Nicht wenige müssen sich praktisch neu erfinden. Trifft dies auch auf das Transportwesen zu?

Allgemein betrachtet war die Transportbranche in puncto Digitalisierung und im Einbezug von IT-Lösungen schon immer eine Vorreiterin. Jene, die sich nicht schon frühzeitig damit befasst haben, bekunden heute mit Sicherheit Mühe, im Markt zu bestehen. Wir haben schon vor mehr als zehn Jahren ein umfassendes Telekommunikationssystem in Betrieb genommen. Bereits seit 1992 disponieren wir ausschliesslich digital, also ohne physische Belege. Und seit vergangenem Jahr wurde praktisch der gesamte Papierfluss unseres Unternehmens digitalisiert. Natürlich verstärkt sich der Trend der Digitalisierung aktuell noch stärker. Es ist im Moment ein Schlachtfeld auf dem sich viele in Stellung bringen.

«Da wir schon immer eine IT-Affinität hatten, sind wir gut aufgestellt, um mit den neusten Entwicklungen mithalten zu können.»

Inwiefern?

Es drängen immer mehr Player in den Markt – und ich spreche hierbei nicht von Transportunternehmen, sondern von IT-Firmen wie Google oder Amazon. Logistik produziert sehr viele Daten, verteilt über die ganze Wertschöpfungskette. Und hier sehen Anbieter wie Google natürlich ihre Kernkompetenz – die Organisation der Daten. Sie wollen an die Daten der Endkunden und somit an die Kundenbeziehungen.

Was bedeutet dies konkret? Firmen wie Google haben ja wohl die IT, aber sie transportieren keine Güter?

Nein. Aber sie schöpfen die «Kundenbeziehungs-sahne» ab. Disruptive Modelle wie das Uber-System führen dazu, dass ein Transportunternehmen plötzlich zu vollkommen anderen Konditionen wirtschaften muss, weil es nur noch von A nach B fahren muss. Praktisch im Wochentakt entstehen nun neue Transportplattformen, die das Gelbe vom Ei versprechen – diese Versprechen aber nur zu sehr geringen Teilen auch wirklich einhalten können.

Die Digitalisierung ist demnach eher Fluch als Segen für Sie?

Sie ist beides: Ein Fluch aufgrund der eingangs geschilderten Aspekte. Ein Segen, da sie zu Optimierungen führt. Da wir schon immer eine IT-Affinität hatten, sind wir gut aufgestellt, um mit den neusten Entwicklungen mithalten zu können. Letztlich müssen wir uns auf unsere klaren Stärken besinnen und diese Karten gezielt ausspielen.

Welche wären das in erster Linie?

Ganz grundsätzlich besteht ein enormer Konsolidierungsdruck in der Branche. Wir sind im Stückgutmarkt eines der schweizweit kleinsten Unternehmen – und dies in einer industriell schwachen Region. Von unserer Grösse gibt es nur noch rund zwei bis drei weitere Anbieter in Basel und Zürich. Und dennoch konnten wir uns behaupten. Wieso? Weil wir die gesamte Wertschöpfungskette beherrschen. Andere Unternehmen bekunden hierbei Mühe, weil sie stark an die Bahn oder an andere Leistungserbringer gebunden sind. Das führt oftmals zu Verzögerungen und damit zu Qualitätsverlusten. Bei uns lädt der Chauffeur zudem die Ware noch selber. Er weiss damit, was er transportiert, in welchen Mengen und wer der Endkunde ist. Er hat damit einen Bezug zum Produkt. Auch hier: Der Kundenkontakt ist zentral. Kurz zusammengefasst sind unsere klaren Stärken demnach eine hohe Qualität und eine ebenso hohe Flexibilität.



Dominik Hasler, CEO der Hasler Transport AG: «Wir profilieren uns mit dem absolut besten Service auf der letzten Meile, mit einer schlanken Struktur und mit Top-Leistungen.»

Es benötigt demnach nicht zwingend eine Grösse, um mithalten zu können? Sie haben sich in einer Nische positionieren können?

Eine eigentliche Nische ist das nicht, im Gegenteil: Es gibt unzählige Anbieter – und wir gehören wie erwähnt zu den kleinen. Aber genau das macht uns beweglich. Wir profilieren uns mit dem absolut besten Service auf der letzten Meile, mit einer schlanken Struktur und mit Top-Leistungen.

Im Zusammenhang mit der Digitalisierung richtet sich der Blick auch auf die Zukunft. Ein Begriff, der immer wieder auftaucht, ist das «autonome Fahren». Könnte eine solche Entwicklung ein Unternehmen in Ihrer Grösse nicht arg in Schwierigkeiten bringen?

Nein, im Stückgutmarkt kann man den Menschen nicht ersetzen. Zwischen einzelnen Verteilzentren, zwischen Hubs, kann ich mir eine solche Automatisierung durchaus vorstellen. Aber das Rangieren in

«Bei uns lädt der Chauffeur die Ware noch selber. Er weiss damit, was er transportiert, in welchen Mengen und wer der Endkunde ist.»

Quartieren, die Zufahrten durch enge Strassen, das Abladen mittels Hebebühne an schwer zugänglichen Orten ist ohne Fachkräfte nicht möglich. Es gibt bei einem Transport auf der letzten Meile immer noch unzählige Entscheide, die getroffen werden müssen. Hier ist der Chauffeur eine enorm wichtige Komponente – die wichtigste.

Umso wichtiger dürfte es sein, genügend ausgewiesene Fachkräfte zu haben. Genau hier stellt die Branche aber immer wieder einen Mangel fest.

Wir haben hier eigentlich keine Probleme – wir finden immer gute Leute. Wohl deshalb, weil wir als

kleiner und familiärer Betrieb attraktiv sind. Praktisch alle Fahrer von uns wohnen in der Region und sprechen Mundart. Und praktisch alle haben in irgendeiner Art und Weise einen Bezug zu den Produkten, die sie ausliefern.

Der Mensch ist auch bei ihrem jüngsten Projekt – www.hauslieferung.net – enorm wichtig. Wie kam es zu dieser Angebotserweiterung?

Grosse, den Markt umwälzende IT-Lösungen können wir nicht entwickeln. Mit www.hauslieferung.net haben wir jedoch eine Plattform erstellt, die einem Bedürfnis entspricht und all unsere Kernkompetenzen beinhaltet. Aktuell richtet sie sich noch nicht an Privatkunden, sondern an Firmenkunden wie Online-Verkäufer oder kleinere stationäre Verkaufsgeschäfte mit einem Onlineshop.

Viele solche Anbieter verfügen nicht über eine angebundene Transport- und Montagelösung.

Das ist der Punkt: Die Nachfrage ist nämlich durchaus vorhanden. Das Verfahren ist einfach: Ein Privatkunde kauft in einem Geschäft ein Möbelstück und hat die Möglichkeit, es durch uns nach Hause liefern zu lassen – inklusive Auspack-, Entsorgungs- und Montageservice. Zeitnah erhält der Empfänger von uns vorgängig eine SMS oder eine Mail mit einem Link, der ihn über den Aufenthaltsort des Fahrzeugs informiert. Er muss demnach nicht den ganzen Morgen zuhause ausharren und warten, sondern erhält ein klar definiertes und sinnvolles Zeitfenster. In diesem Segment sehen wir aktuell ein Wachstumspotenzial, eine Zusatzleistung, bei der wir unsere Stärken ausspielen können. Das Ganze ist gut angelaufen. Wir gehören hier bereits zu den acht grössten Anbietern in der Schweiz.

Zum Unternehmen

Die Hasler Transport AG transportiert für rund 350 Kunden Güter innert 24 Stunden in der ganzen Schweiz. Als eines der wenigen unabhängigen und trotzdem gesamtschweizerisch tätigen Transportunternehmen ist es in der Lage, sehr flexibel auf Kundenbedürfnisse einzugehen.

Firmen	Mitarbeiter	Fahrzeuge
Hasler Transport AG, Weinfelden		
<i>Stückgut Schweiz, Lagerlogistik</i>	79	46
Sycargo AG, Braunau/Weinfelden		
<i>Systemverkehr</i>	63	34
U. Brauchli AG, Romanshorn		
<i>Kanalreinigung, Nahverkehr</i>	12	10
Hasler Logistik AG, Rüthi SG		
<i>Stückgut, Teil- und Gesamtladungen</i>	11	7

www.haslertransport.ch
www.hauslieferung.net

«Durch und durch ein KMU-Kanton»

Seit zwei Jahren leitet Matthias Mölleneu den «Think Tank Thurgau». Der frühere Personalchef der Swissair ist Mitinhaber einer Beratungsfirma für Personalmanagement und Dozent an verschiedenen Hochschulen. Eine der Schwächen des Kantons Thurgau sieht Mölleneu in der Mutlosigkeit.

Matthias Mölleneu, Ihre 2006 gegründete Firma peopleXpert hat ihren Sitz in Uster. Was verbindet Sie mit dem Thurgau?

Ich lebe mit meiner Familie seit fast 20 Jahren in der Schweiz und habe den Thurgau erst so richtig kennengelernt, nachdem ich angefragt worden war, im Hochschulrat des Kantons Thurgau mitzumachen, als die PHTG gegründet wurde. Vor zwölf Jahren wurde ich zum VR-Präsidenten der Bodensee-Arena berufen, und seit zwei Jahren darf ich den Think Tank Thurgau leiten. Ich bin sehr gerne im Thurgau und habe hier viele sehr interessante Menschen kennengelernt.

«Als Präsident versuche ich, der Sache zu dienen und nicht, mir ein Denkmal zu setzen.»

Wo liegen die Stärken und die Schwächen des Kantons?

Die Stärken des Kantons sehe ich vor allem in seinem Pragmatismus, den man überall spürt: Er ist durch und durch ein KMU-Kanton, der sich wenig spektakulär, dafür aber stetig entwickelt und wo die Distanz zwischen «denen da oben» und «denen da unten» weniger gross ist als etwa in Zürich. Als Schwäche sehe ich eine gewisse Mutlosigkeit, aus der hervorragenden Lage im Kreis attraktiver Nachbarländer rings um den Bodensee mehr herauszuholen. In Zeiten von nationalen Abschottungstendenzen könnte der Thurgau zeigen, welcher Mehrwert in einer internationalen Kooperation steckt. Die gut etablierte Kooperation zwischen der PHTG und der Uni Konstanz ist ein positives Beispiel – aber es steht alleine auf weiter Flur.

Sie hatten bei Ihrer Arbeit stets auch einen internationalen Fokus. Wo liegt für Sie der Reiz, sich für einen ländlichen Kanton zu engagieren?

Mir war und ist bei meiner Arbeit besonders wichtig, dass man durch Zusammenarbeit mehr erreichen kann, als wenn jeder für sich selber schaut. Das muss nicht immer länderübergreifend sein. Der Thurgau wird wirtschaftlich geprägt durch die KMU, die sich in Zeiten der Digitalisierung viel stärker vernetzen müssen, um erfolgreich zu bleiben. Früher hat meistens der Grössere gegen den Kleineren gewinnen können. In Zukunft wird nicht mehr der Grössere, sondern der Schnellere erfolgreich sein. Eine grosse Chance für gut vernetzte KMU! Bei einer solchen Entwicklung dabei zu sein, finde ich sehr spannend.

Was muss ein «Think Tank» ganz allgemein für Sie sein, können und tun?

Ein Think Tank muss eine attraktive Plattform für seine Zielgruppe sein. Er muss Rahmen und Gelegenheiten für den Austausch zwischen verschiedenen Ideen, für Begegnungen zwischen unterschiedlichen Perspektiven schaffen. Und er soll anregen, Fragen zu stellen und Dinge aus neuen Blickwinkeln zu betrachten. Ein Think Tank hat keine Produkte, die man bestellen kann. Er ist auch kein Instrument von Partikularinteressen, sondern muss unabhängig sein.

Wie beurteilen Sie die bisherige Arbeit des Think Tanks Thurgau?

Der Think Tank Thurgau hat sich seit seiner Gründung langsam, aber stetig entwickelt. Einiges wurde erreicht, aber es hätte sicher auch mehr sein können. Entscheidend ist das Interesse des Kantons und seiner Bevölkerung an der Arbeit des Think Tanks – und dass er nicht als Fremdkörper betrachtet wird,



*Matthias Mölleney:
«In Zukunft wird nicht
mehr der Grössere,
sondern der Schnellere
erfolgreich sein.»*

sondern als Element, das einen nützlichen Beitrag zur Entwicklung des Kantons leisten kann. Was das angeht, haben wir noch ein Wahrnehmungsproblem.

Wo setzen Sie selbst Schwerpunkte bei Ihrer Arbeit für den TTT?

Wir haben letztes Jahr im Stiftungsrat eine stärker fokussierte Strategie entwickelt und mit der Umsetzung begonnen. Kernpunkt ist die Konzentration auf

...und setzen die Reihe dieses Jahr mit «Digitalisierung und Alter» fort, richtig. Nächstes Jahr kommt «Digitalisierung und Bildung», und auch für die folgenden Jahre haben wir schon Ideen. Jedes dieser Themen ist zunächst Gegenstand eines Wissenschaftskongresses, den wir jedes Jahr gemeinsam mit einer anderen Hochschule ausrichten. Danach werden die Erkenntnisse der Wissenschaftler in einem TTT-Forum von uns für die interessierte Bevölkerung aufbereitet, also sozusagen «übersetzt». Weitere Engagements wie der jährliche Jugendwettbewerb, bei dem wir besonders herausragende Maturaarbeiten auszeichnen, ergänzen unsere Aktivitäten.

Und was soll am Ende Ihrer Arbeit stehen?

Ich hoffe, dass die Arbeit kein Ende hat, sondern über meine Tätigkeit als Präsident hinaus fortgeführt und dabei ständig weiterentwickelt wird. Auf keinen Fall möchte ich, dass der TTT auf meine Person reduziert wird. Als Präsident versuche ich, der Sache zu dienen und nicht, mir ein Denkmal zu setzen. Toll wäre es, wenn ich irgendwann sagen könnte, dass der Kanton stolz ist auf seinen TTT, dass er sich mit uns und unserer Arbeit identifiziert – und dass er sie auch zukunftsweisend unterstützt.

«Ich hoffe, dass die Arbeit kein Ende hat, sondern über meine Tätigkeit als Präsident hinaus fortgeführt wird.»

ein Leitthema, das für die Entwicklung des Kantons eine starke Bedeutung hat und das wir über mehrere Jahre aus verschiedenen Perspektiven betrachten, diskutieren und bearbeiten wollen. Es sieht auf den ersten Blick nicht besonders fantasievoll aus, wenn wir uns für das Thema «Digitalisierung» als Leitmotiv entschieden haben, aber es wird spannend, wenn wir es über mehrere Jahre in unterschiedlichen Kontexten behandeln.

Angefangen haben Sie letztes Jahr mit dem Jahresthema «Digitalisierung und Arbeitswelt»...

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg

Thurgauer Mechanikspezialisten fusionieren

Die ZebaTech GmbH und die ALWO-SMA Spezialmechanik AG arbeiten seit Anfang Juni eng zusammen: Die beiden Thurgauer Unternehmen, spezialisiert auf Fein- und Spezialmechanik, haben fusioniert. So würden längerfristig neue Marktanteile gewonnen und zusätzliche Stellen geschaffen, sagen die Inhaber Werner Bötschi und Stefan Giger.

Die eine wird bald 60 Jahre alt, die andere wurde vor 13 Jahren gegründet. Abgesehen von diesem Altersunterschied haben die ALWO-SMA und die ZebaTech

bietet CNC-Bearbeitung, Biegen und Schweißen sowie Herstellung und Montage von Maschinenteilen an. Die Kunden des Unternehmens kommen aus dem Anlagen- und Schienenfahrzeugbau, aber auch aus der Energietechnik. Die ZebaTech GmbH ihrerseits stellt in Ennetach mechanische Präzisionsteile in Serie her. Sie wurde 2004 von Stefan Giger (*1971) und Werner Bötschi (*1967) gegründet.

«Wenn eine Firma nicht weitergeführt wird, geht jeweils viel Know-how verloren.»

einiges gemeinsam: Beide sind spezialisiert auf Fein- und Spezialmechanik. Die ALWO-SMA Spezialmechanik AG wurde 1960 als A. Kuster & Co. gegründet. Sie hat ihren Sitz in Amriswil, 30 Mitarbeitende und

Die Namen bleiben

«Schon bevor wir uns mit der ZebaTech selbstständig gemacht haben, hat uns das Thema Nachfolgerege-



Stefan Giger (links) und Werner Bötschi: Spezialisiert auf Fein- und Spezialmechanik.

lungen in Unternehmen beschäftigt», sagt Werner Bötschi. «In zahlreichen Betrieben fehlt eine solche Regelung. Und wenn eine Firma nicht weitergeführt wird, geht jeweils viel Know-how verloren – das ist schade und ineffizient.» Aus diesem Grund hätten Stefan Giger und er seit jeher die Augen nach Fusionspartnern offen gehalten. Als klar wurde, dass Uwe Lehner nach 54 Jahre ALWO-SMA in Pension geht und das Unternehmen verkauft werden sollte, sei der richtige Zeitpunkt da gewesen, ergänzt Giger. So ging die ALWO-SMA in Besitz der gleichzeitig neu gegründeten ZebaTech Holding AG über, die ebenfalls in Amriswil domiziliert ist.

«Geschäftsführung, Materialeinkauf und Arbeitsvorbereitung beider Firmen werden zusammengeführt.»

ALWO-SMA und ZebaTech behalten vorläufig ihren Namen: «Beide Marken sind bekannt und wertvoll. Wir möchten gegenüber unseren Kunden weiterhin so auftreten», sagt Bötschi. «Trotzdem werden wir eine Firma sein.» Das heisst: Die Angestellten beider Unternehmen tragen bereits heute neue Arbeitskleider mit beiden Logos – und bald werden sie auch unter einem Dach arbeiten: Die zehn ZebaTech-Arbeitsplätze werden von Ennetach nach Amriswil verlegt. «Ziel ist, dass wir hier bis Ende Jahr diese Produktion neu aufgenommen haben», sagt Giger.

Effizienzsteigerung entlang der Wertschöpfungskette

In Amriswil werden so künftig in verschiedensten Bereichen Synergien genutzt. «Geschäftsführung, Materialeinkauf und Arbeitsvorbereitung beider Firmen werden zusammengeführt. Dann werden wir die betrieblichen Abläufe neu organisieren, Prozesse durchleuchten und unsere neuen Möglichkeiten an

den aktuellen Standards von Industrie 4.0 anlehnen. Davon profitieren alle: Kunden, Lieferanten – und wir», sagt Werner Bötschi. «Durch das Materialpooling können gezielt grössere Mengen eingekauft werden. So können wir unsere Dienstleistungen in Zukunft auch international noch marktgerechter anbieten.»

Ebenfalls werden die verschiedenen Maschinen beider Unternehmen optimal aufeinander ausgerichtet, die Anlagendimension noch besser auf die herzustellenden Artikel abgestimmt und wo immer möglich der Automatisierungsgrad erhöht. «Dies wird sich mit Sicherheit positiv auf unsere Agilität und Lieferzeiten auswirken – so generieren wir aktiv Kundennutzen», sagt Stefan Giger. Für diese Vorhaben benötigen Bötschi und Giger alle Mitarbeitenden der ALWO-SMA; ein Stellenabbau ist nicht vorgesehen. Im Gegenteil: 2018 Jahr sollen sogar zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen werden.

Marktanteil im süddeutschen Raum gewinnen

Klares Ziel der beiden Inhaber ist, in den nächsten Jahren den Marktanteil in der Schweiz, vor allem aber im süddeutschen Raum und in Österreich auszubauen. «Das wird möglich, weil durch die Fusion unsere Produktion erheblich leistungsfähiger, breiter und flexibler dasteht. Mit der gewonnenen Kapazität werden wir unser Märkte weiter ausbauen», sagt Werner Bötschi.

Wohl seien die Zeiten hart, der Kostendruck deutlich spürbar und die Konkurrenz international. «Aber wir sind sehr gut aufgestellt; mit der Fusion kommen modernste Maschinen, breites Know-how und viel Erfahrung zusammen. Damit werden wir die Herausforderungen der Zukunft meistern», sind Stefan Giger und Werner Bötschi überzeugt.

Text: mke

Bild: Stéphanie Engeler

Anzeige



PLANUNG UND MÖBLIERUNG FÜR:

- Arbeitsplätze
- Empfang
- Besprechung



Zurbuchen AG Amlikon
 Fabrikstrasse 2 | 8514 Amlikon-Bisegg
www.zurbuchen.com

Wie Räume und Prozesse Menschen und Innovation positiv fördern können

Die folgenden Inhalte sind für Entscheider von Unternehmen gedacht, die weiterdenken und effizienter handeln wollen.

Raum & Innovation

Mit Know-how und Umsicht gestaltete Arbeitsumgebungen wirken sich erheblich auf die Motivation der Mitarbeitenden und damit auch auf die Innovationskraft eines Unternehmens aus. Was aber ist Innovation genau und wie entstehen Ideen?

Kreativität als Ideenumus entsteht, wenn sich Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten, Wissen und Erfahrungen begegnen und austauschen. Der Architektur und Raumgestaltung kommt hier eine Art Lenkungsfunktion zu, die Begegnung, Wissensaustausch und Kreativität ermöglicht. Erfahrungsgemäss ist es oft nicht der eigene Schreibtisch oder die vertraute Arbeitsumgebung, wo gute neue Ideen geboren werden. Mitarbeitende brauchen die richtigen Räume und Werkzeuge, um ihr Wissen zu teilen und aus diesem Wissen neue Ideen generieren zu können.

Dr. Florian Rittner,
Initiator und Verantwortlicher für den Ideation Space bei Witzig The Office Company.



Schneller – besser – anders

Innovationsmethoden, wie Design Thinking oder der Lean Startup Ansatz, haben die Art und Weise verändert, wie Wissen geteilt und Ideen entwickelt werden. Gearbeitet wird nicht allein im stillen Kämmerlein, sondern im Team und innerhalb einer dynamischen, motivierenden Umgebung, die inspiriert und den kreativen Arbeitsprozess optimal unterstützt. Ideen werden nicht lange diskutiert, sondern so schnell wie möglich umgesetzt. Aus einfachen Mitteln entstehen rudimentäre Prototypen, die sogleich – und warum nicht unmittelbar mit Kunden – getestet werden. Schneller Erkenntnisgewinn ist das Ziel: Was funktioniert? Was funktioniert nicht? Ideation Spaces sind solche Kreativräume und Ideenlabors, die mit ihrer gesamten Einrichtung und Ausrüstung das schnelle kreieren und verifizieren von Ideen und Konzepten zulassen.

«Werkstätten, Labore und Garagen gelten als die räumlichen Manifestationen von innovativem Schaffen. Was lange Zeit der Kreativbranche mit ihren Ateliers und Startups mit ihren improvisierten Büros vorbehalten war, findet sich heute in allen Branchen bis hoch in die Chefetagen.»

Raum – Tools – Methodik

In Zürich Altstetten wurde ein solcher Ideation Space konzipiert und gebaut, den man mit allen ideenförderlichen Annehmlichkeiten wie Catering, Ausrüstung und auf Wunsch auch mit methodischer Anleitung ausprobieren und buchen kann. Die Eröffnung findet anlässlich des jährlichen Office Symposiums am 14. September statt.



*Ideation Space:
Raum für den
spielerisch-kreativen
Austausch.*

Nicht nur das Wo, auch das Wie ist entscheidend
Nicht nur die richtige kreativitäts- und gesundheitsförderliche Arbeitsumgebung sorgt dafür, dass Mitarbeiter motivierter und produktiver und Unternehmen in der Folge erfolgreicher am Markt agieren, sondern vor allem eine leistungsförderliche Infrastruktur in Bezug auf die gesamte Bürotechnik.

Viel Freiheit und Sicherheit

Durch das zunehmende mobil-flexible Arbeiten und damit verbundene «bring your own device», sehen sich die IT Abteilungen neuen Herausforderungen gegenüber. Die grundlegende Frage lautet: Unterstützen die vorhandenen Technologien Menschen und Prozesse optimal in ihrer Leistungserbringung? Vorhandene Ressourcen sollen ausgelastet und Verschwendung vermieden werden. Kosten, Sicherheit, Integration, Produktivität und Nachhaltigkeit sind Schlagworte die mit dieser Zielsetzung und in Bezug auf die gesamte Bürotechnik von Bedeutung für jedes Unternehmen sind.
Möglichkeiten der Produktivitäts- und Qualitätssteigerung oder Kostensenkungen sind vielfältig und reichen vom entsprechenden Regelwerk, über benutzerbasierte Abrechnungen oder Lagerreduktionen (z. B. durch Tonermanagement), bis hin zu einer umfangreichen Entlastung der IT.

Mehr möglich machen – weniger bezahlen
Witzig The Office Company bietet allumfassende Lösungen rund um Dokument- und Printmanagement, Bewirtschaftung von Büromaterial, Output Management, CI Outsourcing Eventmaterial, Werbemittel, Monitoring/Überwachung von Geräteparks (Scanner, Drucker, Kopierer) und die komplette Übernahme der Materialbewirtschaftung.



Witzig The Office Company ist der führende Anbieter von umfassenden Bürodienstleistungen und mit 200 Mitarbeitenden an 14 Standorten in der Deutschschweiz vertreten.

www.witzig.ch

Ilona Schönle
ilona.schoenle@witzig.ch

Leadership durch Exzellenz – Goldserie am BZWW

Das Bildungszentrum Wirtschaft Weinfelden (BZWW) ist seit vielen Jahren als grösster Thurgauer Anbieter an Weiterbildung bekannt. Das umfassende Angebot in den Bereichen Wirtschaft, Informatik, Sprachen und Persönlichkeit wurde vor drei Jahren erfolgreich um die «Goldserie» erweitert. Die Seminare für Führungskräfte finden im Wellnesshotel Golfpanorama statt.



Medienpädagoge Prof. Dr. Thomas Merz leitet das Seminar «Was Führungskräfte über Social Media wissen müssen»

Die Anforderungen an Führungskräfte sind heute so vielfältig, dass es fast unmöglich ist, in allen Disziplinen zu glänzen. Mit einem gezielten persönlichen Management der eigenen Weiterbildung bauen deshalb Berufsleute in Kaderpositionen ihre Stärken aus und ihre Schwächen ab.

Um Lernprozesse trotz wenig Zeit effizient und angenehm zu gestalten, müssen Programm, Dozierende und Ort überzeugen. Genau das ist der Anspruch der «BZWW-Goldserie».

Schwerpunkte im Kursjahr 2017/18: Facetten der Kommunikation, die Führungskraft als Moderator und Teamcoach, Social Media für Führungskräfte
Ganz entscheidend ist der hohe Praxisbezug, der bei allen Seminaren angestrebt wird. Die Teilnehmenden sollen im Laufe der Weiterbildung konkrete Lösungen entwickeln, die sie sofort im Betrieb umsetzen können. Ein Beispiel aus dem Seminar «Erfolgreich sprechen vor Publikum» mit Dr. Mark. Alder und Ana Djordjevic: Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erarbeiten im Workshop eine eigene Rede – von der Idee bis zum Vortrag. Das Endprodukt ist pfannenfertig und sofort einsetzbar.

Hochkarätige Dozentinnen und Dozenten – spannende Themen

Sieben Themen prägen die Goldserie 17/18, vermittelt und moderiert von ausgezeichneten Referentinnen und Referenten.

«Traumrolle Chef – führen von anspruchsvollen Mitarbeitergesprächen» und «Stärken fördern – Schwächen kompensieren» werden geleitet von Stefan Häseli, Gewinner des internationalen deutschen Trainingspreises 2012/13 in Gold, Coach, Kabarettist und Buchautor. Im Vordergrund des ersten Seminars stehen das Erweitern der persönlichen Gesprächsführungskompetenz, die Arbeit am persönlichen Stil, anspruchsvolle Führungsgespräche und der glaubwürdige Auftritt als Führungskraft in unterschiedlichen Rollen. Das zweite Seminar zeigt Führungskräften auf, wie sie trotz Vorbildfunktion Schwächen

zugeben und im Team kompensieren können, ohne an Glaubwürdigkeit zu verlieren.

Barbara Küchler, Organisationsberaterin mit langjähriger Erfahrung, ist verantwortlich für die Seminare «Die Führungskraft als Moderator» und «Teambildung leicht gemacht – Rezepte für Führungskräfte». Die Teilnehmenden lernen, wie man Workshops moderiert statt Meetings leitet und mit der richtigen Teamkultur ein Spitzenteam schafft. Das zweite Thema zeigt Führungskräften, wie sie die Leistungsfähigkeit und Arbeitszufriedenheit ihres Teams mit überschaubarem Aufwand nachhaltig verbessern können.

«Wertschätzend Klartext reden – zielführend kommunizieren als Führungskraft» ist nicht immer einfach. Welche Erfolgsfaktoren in herausfordernden Situationen helfen, klar, eindeutig und trotzdem wertschätzend und verbindend kommunizieren zu können, vermittelt Piroška Gavallér-Rothe.

In «Erfolgreich sprechen vor Publikum» mit Dr. Mark. Alder und Ana Djordjevic üben die Teilnehmenden, wie man mit einem nachvollziehbaren roten Faden inhaltlich direkt zum Ziel der Rede gelangt. Stimme, Sprache und nonverbale Signale sind dabei miteinander im Einklang und harmonisieren mit dem Inhalt der Botschaft. Müssen Unternehmen und Führungskräfte aktiv in Social Media Kanälen vertreten sein? Wenn ja, wie und in welchen? Prof. Dr. Thomas Merz beantwortet diese und weitere Fragen zur Social Media Präsenz in seinem Seminar «Was Führungskräfte über Social Media wissen müssen».

Attraktives Gesamtpaket in inspirierender Umgebung

Wer effizient lernen will, muss sich wohlfühlen. Die Goldserie ist deshalb besonders attraktiv verpackt. Alle Anlässe finden im Wellnesshotel Golfpanorama in Lipperswil statt. Das weitläufige 4-Sterne-Superior-Hotel mit grandioser Aussicht auf die Schweizer Alpen bietet hochstehende Gastronomie.

Weitere Details zu den Seminaren und Anmeldung unter wbbzww.ch/gold.

«Mut tut gut» – mutige Veränderer am Wirtschaftsforum Thurgau

Am Freitag, 1. September, findet im Thurgauerhof in Weinfelden das 21. Wirtschaftsforum Thurgau statt. Mit dabei sind neben aktiven Wirtschaftsführern auch zwei Olympiasportlerinnen und ein Manager, der zum Priester wurde.

Susanne Ruoff, CEO der Post AG, spricht über die «physisch-digitale Zukunft».



Gleich zwei Olympiastars werden beim Wirtschaftsforum Thurgau am 1. September berichten, wie sie Herausforderungen mutig angepackt haben und dem Mittelmass entkommen sind: die Thurgauerin Heidi Diethelm Gerber, Bronzemedailengewinnerin in Rio und Thurgauer Sportlerin des Jahres, und die Olympiasiegerin von Sotschi, Dominique Gisin aus Engelberg. Den Auftakt macht aber die junge Politgeneration: Nicolas Zahn, Politaktivist und Co-Präsident von «Operation Libero», der Organisation, welche die Durchsetzungsinitiative erfolgreich bekämpft hat. Er zeigt auf, dass mit Mut statt Verdrossenheit Politik und Wirtschaft neu gestaltet werden können.

Heinrich Spoerry beleuchtet das Thema «Standort Schweiz – Herausforderungen für Unternehmen im globalisierten Markt».

Vom Kaufmann zum Abt

Gregor Ulrich Henckel-Donnersmarck war Manager, bis er 1977 ins Kloster eintrat, Theologie studierte, die Priesterweihe ablegte und schliesslich Abt des Zisterzienserklosters Heiligenkreuz in Österreich wurde. Alt Abt Gregor, Onkel des bekannten Regisseurs und Oscar-Preisträgers Florian Henckel von Donnersmarck, hält mutige, viel beachtete Vorträge und hält den Untergang Europas für besiegelt,

weil es sich «mit seiner heutigen, modernen Weltanschauung, die sich aus einer pervertierten Aufklärung entwickelt hat», verrannt habe.

Wohin sich die Post bewegt, erklärt im Anschluss Susanne Ruoff, CEO der Schweiz. Post AG. Ihr Referat steht unter dem Titel «Transformation der Post – mit Mut und Innovation in die physisch-digitale Zukunft».

Erfolgreiche Unternehmer am WFT

Natürlich dürfen am Wirtschaftsforum Thurgau die aktiven Wirtschaftsführer nicht fehlen: Alfred Müller, Inhaber der Stutz AG sowie Motivationspreisträger der Thurgauer Wirtschaft, und Heinrich Spoerry, Präsident des Verwaltungsrates der SFS Group AG, der Mikron Holding AG, der Frutig AG und VR-Mitglied der Bucher Industries.

Heinrich Spoerry wird in seinem Vortrag das Thema «Standort Schweiz – Herausforderungen für Unternehmen im globalisierten Markt» beleuchten. Anschliessend wird er zusammen mit Alfred Müller und Heidi Diethelm Gerber in der Podiumsdiskussion mitwirken. Diese Diskussion – wie das gesamte Programm – wird wiederum von Mona Vetsch moderiert.

Mut machender Abschluss

Gemeinsam werden Dominique Gisin und ihr Coach, Leadership-Experte Christian Marcolli, zum Abschluss des Forums Einblicke in die Welt des Skizirkus, den brutalen Spitzensport und den Weg zu Olympiagold geben. Der Vortrag wird auch Parallelen zu Wirtschaft und Politik sowie anderen Bereichen zeigen, wo Spitzenleistungen gefragt sind. Die Vorträge von Dominique Gisin und Christian Marcolli sind jeweils gespickt mit vielen Fotos, Videos und markanten Kernsätzen.

Ein mutig machender Abschluss des 21. Wirtschaftsforums Thurgau kündigt sich damit an. Der LEADER ist Medienpartner der Veranstaltung. Weitere Infos unter www.wft.ch.

Text: Alexandra Frei

Bild: zVg

«Wer nicht mitgeht, wird zu den Verlierern gehören»

Wir stehen nicht vor, sondern mitten in einer grossen Umwälzung der Wirtschaftswelt, ist Hansjörg Brunner, Präsident des Gewerbeverbandes Thurgau, überzeugt.

Hansjörg Brunner, wann und für was haben Sie letztmals so richtig Mut benötigt, um etwas in Angriff zu nehmen?

Mut brauchte ich vielleicht in meiner Kindheit, zum Beispiel als ich einen hohen Baum hinaufklettern

Sie müssen sich sowohl als Präsident des Gewerbeverbandes Thurgau als auch als CEO der Sirnacher Fairdruck AG laufend mit Veränderungen auseinandersetzen. Welche davon sind Ihnen nachhaltig in Erinnerung geblieben?

Veränderungen sind das Salz in der Suppe des Lebens. Als selbstständiger Unternehmer ist man in dieser Hinsicht tagtäglich gefordert. Es gilt immer wieder, sich auf neue Situationen einzustellen – zum Beispiel, wenn grössere Investitions- oder wichtige Personalentscheide anstehen. Als Verbandspräsident darf ich ebenfalls weitreichende Entscheide in Wirtschaft und Politik mittragen und Strategien mitentwickeln. Da aber die wichtigen Entscheide nach intensiven Diskussionen im Gremium gefällt werden, ist die Verantwortung auf mehrere Schultern verteilt.

«Zum einen Unternehmertyp passen besser laute, zum anderen eher leise Töne.»

oder im Schwimmbad vom Sprungturm springen wollte. Im Geschäftsleben braucht es dagegen weniger Mut, sondern eher klare Konzepte, Überzeugungskraft und Selbstbewusstsein.



*Hansjörg Brunner:
«Um als Unternehmer
erfolgreich zu sein,
genügt das natürlich
bei Weitem nicht.»*

Wie stark sind Sie in Ihrer Branche gefordert, laufend neue Ideen zu entwickeln?

Die Druckereien in der Schweiz sind seit Jahren dem harten Wind ausländischer Konkurrenz ausgesetzt. Das ist unser Alltag. Wir behaupten uns mit Topqualität, laufend erweitertem Fachwissen und hoher Dienstleistungsbereitschaft. Dass dazu auch absolute Zuverlässigkeit gehört, brauche ich wohl niemandem näher zu erklären. Regelmässige Investitionen in den Maschinenpark sind ebenfalls unumgänglich. Und es braucht motivierte und zuverlässige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Gerade die Digitalisierung verändert die Wirtschaftswelt einschneidend. Stehen wir vor einer grossen Umwälzung?

Wir stehen nicht davor, sondern mitten drin. Die Welt dreht sich immer schneller und wir werden vor immer neue Herausforderungen gestellt – ob wir wollen oder nicht. Wer nicht mitgehen kann oder sich den Tatsachen verweigert, wird zwangsläufig zu den Verlierern gehören. Daran lässt sich nichts ändern.

«Veränderungen sind das Salz in der Suppe des Lebens.»

«Mut tut gut – mit Mut und Ideen Veränderungen anpacken» lautet das Motto des diesjährigen Wirtschaftsforums. Das tönt sehr positiv. Gehen dabei nicht alle jene Unternehmer vergessen, die zwar mutig waren, jedoch gescheitert sind? Muss das Forum zwingend Optimismus verbreiten?

«Mut» ist für mich nicht der optimale Ausdruck – aber für den Titelreim des Wirtschaftsforums passt er natürlich bestens. Im Geschäftsleben ersetze ich die Eigenschaft «Mut» mit positiver Grundeinstellung, Selbstbewusstsein und Optimismus. Um als Unternehmer erfolgreich zu sein, genügt das aber natürlich bei Weitem nicht. Vor einer Neugründung etwa gilt es so vieles zu berücksichtigen – ohne umfassende Marktanalyse, Beratung und Businessplan geht es heute kaum mehr.

Braucht es heute mehr Mut und mehr Ideen als früher, um bestehen zu können? Ist die Zeit der leisen CEOs vorbei?

«Leise oder laut» – das sind für mich Charaktereigenschaften und nicht Kriterien, die den Erfolg ausmachen. Zum einen Unternehmertyp passen besser laute, zum anderen eher leise Töne. Und wie gesagt: Es braucht meiner Meinung nach keinen Mut, um geschäftlich erfolgreich zu sein. Ich übersetzte das Wort «Mut» im Motto des Wirtschaftsforums 2017 mit «Innovationsgeist» und «Kreativität». Beides war zu jeder Zeit unumgänglich, um im harten Wettbewerb bestehen zu können.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: Archiv



asm
DIE MESSEPROFIS

Mit der asm nehmen Ihre Wünsche schneller konkrete Formen an.



messeprofis.ch

Erlen | Kriessern | Otelfingen | Hünenberg | Givisiez

Der Mut zum «begrenzten» Risiko

Beim Podiumsgespräch am Wirtschaftsforum Thurgau wird Alfred Müller auf Heinrich Spoerry von der SFS Group AG und die Schützin Heidi Diethelm Gerber treffen. Im Kurzinterview mit dem LEADER sagt der Inhaber der Frauenfelder Stutz AG und Motivationspreisträger der Thurgauer Wirtschaft 2016, was für seinen eigenen Erfolg ausschlaggebend war und ob heute Quantität vor Qualität steht.



Unternehmer Alfred Müller: «Von allen Produktionsfaktoren ist die Zeit die anspruchsvollste Ressource.»

Alfred Müller, Sie sprechen am Wirtschaftsforum zum Thema «Mut tut gut – Wege aus der Mittelmässigkeit». Kann man sich heute in der sich immer schneller drehenden Wirtschaftswelt in der Mittelmässigkeit überhaupt noch behaupten?

Sie haben vollkommen recht: Mittelmässigkeit führt in den Niedergang. Ich verstehe das Tagungsmotto als Aufforderung, sich nicht in der Mittelmässigkeit selbstsicher zu fühlen.

«Wo ich etwas altmodisch bin? Sicher in der Mode.»

Braucht es denn zwingend Mut? Oder ist letztlich nicht einfach eine zündende Idee entscheidend?

Sowohl als auch. Und dann braucht es vor allem den Willen und die Fähigkeit, die neuen Ideen erfolgreich umzusetzen.

Was führte Sie auf die Erfolgsspur? War es Mut? Waren es die richtigen Visionen? War Glück dabei? Glück war auch dabei: das Glück, über mehrere Jahrzehnte mit Menschen zusammenarbeiten zu dürfen, die von den gleichen Wertvorstellungen ausgingen und die sich mit all ihren Fähigkeiten hinter die gemeinsam entwickelten Ziele stellten. Hinzu kamen gute Marktkenntnisse, langjährige Kundenbindungen, technologisches Verständnis, Führungskompetenzen und eben der Mut zum begrenzten Risiko; begrenzt durch Werte wie die unternehmerische Selbstständigkeit, die soziale Verantwortung und den Respekt gegenüber der Umwelt.

Erfolg haben kann auch jener, der es am besten versteht, sich in Szene zu setzen. Gerade mit Social Media erlangt man unter Umständen sehr schnell einen hohen Bekanntheitsgrad. Kommt Quantität heute vor Qualität?

Sich gut verkaufen zu können, hat immer zum Erfolg beigetragen. Heute sind die Kommunikationsmittel sozialer geworden, sozialer im Sinne der allgemeinen Verfügbarkeit. Wer sie am besten zu seinen Gunsten zu nutzen versteht, hat sicher einen Vorteil, zumindest kurzfristig. Langfristig geht es aber nicht ohne Qualität, Zuverlässigkeit und Nachhaltigkeit. Wir haben nie nur den kurzfristigen Erfolg angestrebt, sondern sind bewusst auf die langfristige Wirkung ausgerichtet. Das hat sicher auch mit der Lebensdauer unserer Bauten zu tun.

Was raten Sie bestehenden Unternehmern, aber auch Start-ups? Welche Grundsätze sollte man befolgen, um sich ein möglichst gutes Fundament zu legen?

Bildlich: Das beste Fundament nützt nichts, wenn es nicht auf sicherem Grund steht. Oft hängt der Erfolg von Details ab, die beachtet und gepflegt werden müssen. Immer ist der Faktor Zeit mit entscheidend: die richtige Zeitperiode, der korrekte Zeitplan, die geplanten Zeitreserven. Von allen Produktionsfaktoren ist die Zeit die anspruchsvollste Ressource. Obwohl auf die Tausendstelsekunde messbar, ist

sie nicht wirklich fassbar. Verlieren wir sie aus dem Sinn, entgleitet sie uns.

Gibt es Grundsätze, an die Sie sich persönlich halten, die heute aber nicht mehr wirklich im Trend erscheinen?

Sie meinen Bereiche, in denen ich etwas altmodisch bin? Sicher in der Mode. Aber gerade in der Mode gibt es Strömungen, die kommen, vorbeigehen und wieder kommen. Werte wie Beständigkeit, Rücksicht, Verantwortungsbewusstsein und Offenheit sind für mich sehr wichtig. Davon ist auch unsere Vision geprägt: «Als führende Bauunternehmung in der Ostschweiz sind wir eine sichere Partnerin für unsere Mitarbeiter, unsere Kunden, unsere Lieferanten und unser gesellschaftliches Umfeld».

«Ich fühle mich hin und her gerissen zwischen den technologischen Fortschritten und den gesellschaftlichen Rückschritten.»

Was ist am Klage lied dran, dass früher scheinbar alles besser und einfacher war?

Plakativ gesagt: Nichts. Vor allem dann nicht, wenn es um Generationenfragen geht. Differenziert gedacht, fühle ich mich hin und her gerissen zwischen den technologischen Fortschritten und den gesellschaftlichen Rückschritten; zum Beispiel von der laufenden Zunahme administrativer Hürden und Auflagen bis hin zum ungeheueren Gewaltpotenzial weltweit als Ursache für das Elend von Millionen von Menschen, an dem man einfach nicht vorbei schauen kann.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg

Zur Person

Alfred Müller ist Verwaltungsratspräsident und Vorsitzender der Gruppenleitung der Bau firma Stutz AG. Das Familienunternehmen in vierter Generation hat Gesellschaften in St.Gallen, Frauenfeld und Hatswil TG mit total 750 fest angestellten Mitarbeitern im Bauhauptgewerbe, wovon 50 in der Berufsausbildung. Müller war von 1988 bis 2000 FDP-Kantonsrat im Thurgau mit Schwerpunkten in Standortförderung, Bildung und Energiefragen. Müller war auch im Vorstand der IHK Thurgau und Vorstandsmitglied des Thurgauer Baumeisterverbandes sowie von 1998 bis 2003 Mitglied im Hochschulrat der Fachhochschule St.Gallen FHS.

messeprofis.ch

Erlen | Kriessern | Otelfingen | Hünenberg | Givisiez

15 Jahre Thurbo – Eine Erfolgsgeschichte mit Profil

Der Name Thurbo ist weit über die Ostschweiz hinaus bekannt. Als leistungsstarke Regionalbahn ermöglicht sie den Menschen seit 2002 zuverlässige Mobilität, ohne die die moderne Gesellschaft nicht denkbar wäre. Ob im Berufs- und Schülerverkehr, im Freizeit- und Ausflugsbereich oder im Event- und Nachtverkehr: Ein Team von 460 motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sorgt dafür, dass täglich über 90 000 Fahrgäste ihr Ziel bequem und pünktlich erreichen.

Im Dienst der Ostschweiz

Die Regionalbahn Thurbo AG verbindet die Ostschweiz auf einem dicht verzweigten Bahnnetz und stellt gemeinsam mit der SBB die überregionale Verknüpfung sicher. Thurbo ist ein Unternehmen der SBB mit Beteiligung des Kantons Thurgau. Sie ist selbstständig und eigenverantwortlich. Die Erfahrung und Kompetenz aller drei Partner ermöglicht es, den Kunden das bestmögliche Reiseerlebnis zu bieten. Und das seit 15 Jahren. Ohne Mobilität ist die moderne Gesellschaft nicht denkbar. Wirtschaft, Bildung, Kultur und Freizeit sind auf gute Verbindungen angewiesen. Thurbo verbindet 188 Bahnhöfe und Haltepunkte. 93 000 Fahrgäste kommen so täglich pünktlich und sicher an ihr Ziel. Thurbo ist damit

auch ein wichtiger Standortfaktor für die Städte und Gemeinden im Betriebsgebiet.

2017 gibt es etwas zu feiern

Die Erfolgsgeschichte der Ostschweizer Regionalbahn begann Ende 2002. Am 15. Dezember 2002 startete kurz nach Mitternacht der «Thurgau Nightliner» Konstanz – Winterthur – Romanshorn – Kreuzlingen. Somit feierte Thurbo zwei Premieren auf einmal: Der erste Thurbo Zug ist unterwegs, gleichzeitig verkehrt mit diesem Zug erstmals ein Nachtzug in der Ostschweiz. Das Thurbo Netz erstreckt sich heute über die ganze Ostschweiz mit den Kantonen Thurgau, St.Gallen, Zürich, Schaffhausen, Aargau, Appenzell Ausserrhoden und Graubünden sowie



grenzüberschreitend nach Baden-Württemberg. Das kleine 15-Jahre-Jubiläum feiert Thurbo mit 15 Gratis-Verlosungen auf der Webseite von Thurbo (thurbo.ch). Immer am 15. jeden Monats startet eine neue Periode, bei der 15 attraktive Preise gewonnen werden können. Drei Spezialverlosungen gegen Ende Jahr runden das Jubiläumsjahr ab.

Nachhaltigkeit ist im Leitbild verankert

Welche Leistungen sind zu welchem Komfort nachhaltig im Regionalverkehr finanzierbar? Rund 50 Prozent der Kosten tragen bekanntlich Bund und Kantone. Die Frage der Abgeltung durch die öffentliche Hand ist aktueller denn je. Thurbo engagiert sich für Angebote, die der Nachfrage entsprechen. Dabei strebt sie eine gute, bezahlbare Qualität an. Die Nachhaltigkeit ist im Leitbild verankert. Thurbo verpflichtet sich Ressourcen effizient einzusetzen und Mehrwerte für die öffentliche Hand zu schaffen. Darum so viel Zug wie nötig und nicht so viel Zug wie möglich. Ein Blick in das moderne Thurbo Leitbild lohnt sich. Vor allem auch in den erklärenden Kurzfilm unter thurbo.ch/leitbild.

Der Freizeitverkehr im Fokus

Neben der wichtigen Aufgabe im Berufs- und Schülerverkehr engagiert sich Thurbo seit ihrem Start vor 15 Jahren im Freizeitverkehr. Die Besucher der vielen Festivitäten in der Ostschweiz können sich auf Thurbo verlassen. Bis weit in die Nacht bzw. bis zu den frühen Morgenstunden ist eine entspannte Rückfahrt nach dem Besuch des Seenachtsfestes, eines Openairs oder eines der vielen Stadtfeste möglich. In der attraktiven Tourismusregion am Bodensee gibt es viel zu entdecken. Nirgends im Streckennetz von Thurbo ist die Vielfalt so gross wie auf der Seelinie. Von Schaffhausen bis Rorschach erleben die Fahrgäste alles, was die Ostschweiz so reizvoll macht. Entlang des Rheins sowie des Unter- und Bodensees fährt Thurbo an Naturschutzgebieten, sanften Hügeln, bewirtschafteten Feldern und malerischen Dörfern vorbei. Zahlreiche Ausstiegsmöglichkeiten und der Halbstundentakt laden zu einem kulinarischen Halt in einem der Fischrestaurants am Seeufer ein. Für Aktive besteht die Möglichkeit, auf das Velo umzusteigen und eine Etappe unter die Räder zu nehmen oder eine schöne Wanderung zu unternehmen. Wer die Badehose dabei hat, kann sich in einem der Strandbäder ins erfrischende Nass stürzen. Besonders attraktiv ist die Kombination mit einer Schifffahrt entlang der Thurbo Seelinie. Thurbo ist auch eine Freizeitbahn.

Thurbo auf den verschiedenen
Online-Kanälen entdecken:
thurbo.ch/online



«Das Bewusstsein für Fitness und Gesundheit steigt»

Vor zehn Jahren entstand die Marke «Blackroll». Die smarte Kunststoffrolle für Alltags- und Leistungssportler sowie für therapeutische Anwendungen gewann schnell an Beliebtheit. Heute arbeiten am Sitz der 2013 gegründeten Firma in Bottighofen rund 25 Personen und erweitern das Sortiment rund um Geräte für Selbstmassage und funktionelles Training laufend. Auch wenn so manch anderer Anbieter versucht, vom wachsenden Interesse zu profitieren, bleibt das Original gefragt – nicht zuletzt aufgrund eines konsequenten Bekenntnisses zur Qualität.

Als «Health Style Company» bezeichnet CEO Marius Keckeisen die Blackroll AG, das Unternehmen, das aus einer scheinbar einfachen Idee heraus entstand und seither ein beeindruckendes Wachstum hingelegt hat. «Wir versuchen, die Themen Gesundheit und Fitness auf sportliche, coole Weise anzugehen», so Keckeisen. Begonnen hat alles mit der klassischen Blackroll, der schwarzen Rolle, mit der das Faszienewebe stimuliert wird. Deren Anwendung sorgt für ein geschmeidigeres Bindegewebe, das dadurch besser mit Flüssigkeit versorgt wird. Auf Anklang

einen Motor in Schwingungen versetzt und sorgt so für eine erhöhte Stimulation und bessere Durchblutung von Faszien (Muskelhüllen) sowie Muskulatur und intensiviert die Anwendung.

In Bottighofen angesiedelt sind Administration, Verkauf und Marketing, die eigentliche Produktion erfolgt extern in Deutschland. Neben den rund 25 Angestellten ist Blackroll inzwischen auch ein Ausbildungsbetrieb mit einer KV-Lehre für Sportler. Nach dem Vizeweltmeister in Karate tritt demnächst die Thurgauer Leichtathletikhoffnung Yasmin Giger ihre Lehre hier an. «Wir arbeiten oft mit Leistungssportlern zusammen und wollen der Sportwelt damit auch etwas zurückgeben», so Marius Keckeisen.

«Unser Basisprodukt war die Ausgangslage für weitere Innovationen.»

stieß die Erfindung schon früh bei ganz unterschiedlichen Gruppen: Leistungssportlern hilft die Rolle, sich schneller zu regenerieren und so wieder leistungsfähiger zu sein. Alltagssportler vermeiden mit ihrer Nutzung Muskelkater, und auch im Therapie-segment kommt die Blackroll oft zum Einsatz, sei es, um gewisse Schmerzbilder in den Griff zu bekommen oder auch zur Prävention.

Innovative Produkte

Das Thurgauer Unternehmen blieb aber nicht bei diesem Erfolg stehen. Keckeisen: «Wir haben früh begonnen, unser Produkteportfolio zu ergänzen.» So entstanden unter anderem Massagebälle oder Rollen in diversen Grössen und Härtegraden für unterschiedliche Anwendungen, aber auch Yogamatten und Trainingsbänder. Aus dem Ursprungsprodukt hervorgegangen sind technologische Innovationen wie der «Booster», ein Zusatz, der in jede 30 Zentimeter lange Blackroll passt. Der Booster wird durch

Qualität als Unterscheidungsmerkmal

Der Hauptabsatzmarkt des Unternehmens ist der D/A/CH-Raum, und deshalb bietet sich Bottighofen im Herzen der drei Länder besonders gut als Standort an. Darüber hinaus ist Blackroll in über 50 Ländern vertreten. In vielen Fällen ist der Thurgauer Entwickler längst nicht mehr der einzige Anbieter in seinem Segment; auch grosse, international bekannte Marken sind auf den Zug aufgesprungen. Man unterscheidet sich aber in der Tiefe des Sortiments mit ganz unterschiedlichen Tools, so Keckeisen. «Natürlich beobachten wir die Aktivitäten anderer Anbieter, aber unsere Qualität ist unerreicht.» Die Produkte entstehen ohne Chemikalien auf energieeffiziente Weise, sind ISO-zertifiziert und zu 100 Prozent recycelbar. Zudem arbeitet Blackroll bei der Entwicklung eng mit Universitäten zusammen, bezieht Ärzte und Physiotherapeuten mit ein und lässt deren Feedbacks ständig einfließen.

Die Strategie sieht vor, das Portfolio weiter auszubauen. Der Fokus liegt auf einfachen Produkten,

die wenig erklärungsbedürftig sind und gezielte wirken. Keckeisen nennt als Beispiel einen Haltungstrainer, der den Träger auf seine Körperhaltung aufmerksam macht und ihn daran erinnert, aufrecht zu gehen. Aus Schmerzen entstehe oft ein Teufelskreis, «man nimmt eine falsche Haltung ein,

seiner Einfachheit von einem Therapeuten ebenso wie vom Endnutzer eingesetzt werden. «Immer mehr Menschen setzen sich heute mit Fitness und Gesundheit auseinander», so Keckeisen, «und die Möglichkeit, selbst etwas dafür tun zu können, spornt viele an.»

«Aus Schmerzen entsteht oft ein Teufelskreis.»

um die Schmerzen zu verhindern und verschlimmert die Lage dadurch weiter». Mit dem «Needle Roller», einem weiteren Beispiel, kann die Durchblutung erhöht und das Bindegewebe stimuliert werden. Sinnvoll ist die Anwendung im Bereich von Taubheitsregionen der Haut oder bei Narben. Wie viele andere kann auch dieses Produkt dank

Das gilt natürlich auch für die Mitarbeiter des Unternehmens, die diese Innovationen entwickeln. Marius Keckeisen weiss, wovon er spricht: Er war einst selbst professioneller Windsurfer. Heute gehe es allerdings weniger um die Steigerung der Leistungsfähigkeit, so der CEO schmunzelnd, «sondern mehr darum, dem Muskelkater entgegenzuwirken».

Text: Stefan Millius

Bild: zVg

CEO Marius Keckeisen:

**«Wir haben früh begonnen,
unser Produkteportfolio
zu ergänzen.»**



OSTSCHWEIZ DRUCK

Hofstetstrasse 14 • 9300 Wittenbach • ostschweizdruck.ch



**Kern-
gesund.**



LEADER ist eine Marke – und davon profitieren auch Sie!

Der LEADER ist zum Label für ein starkes Unternehmertum mit Visionen geworden. Ob Firma, Verband oder Organisator einer Veranstaltung: Wir sind Ihr Partner und realisieren mit Ihnen ein Magazin, das vollumfänglich oder teilweise anzeigenfinanziert ist, professionell umgesetzt wird und direkt von unserer Marke profitiert. Bei Fragen stehen wir Ihnen per Telefon unter 071 272 80 50 oder via Email unter leader@metrocomm.ch gerne zur Verfügung. www.leaderonline.ch

Presented by
LEADER

SPECIAL

Bereit für einen Markt der Zukunft

Geometrisch komplexe 3D-Formteile für den B2B-Markt: Solche entstehen in Steckborn. Seit rund fünf Jahren ist hier ein hochspezialisiertes Team tätig – und tut das noch weitgehend ohne Konkurrenz, was die eingesetzte Technologie angeht. Die Gründer haben bereits gemeinsam studiert und setzen das Erlernete nun in beeindruckenden Produkten um.



*Lian Giger,
Head of Operations und
einer von drei Gründern.*

Standort Steckborn, etwas abgelegen von den Hauptverkehrsachsen: Das scheint auf den ersten Blick nicht die ideale Wahl für einen Firmensitz. Und tatsächlich müssen Besucher eine etwas längere Anfahrt auf sich nehmen. Der Standort von Cross Composite ist allerdings historisch gewachsen: Lian Giger, einer der Gründer und heute Head of Operations, ist in Steckborn aufgewachsen, Geschäftsräume zu einem attraktiven Preis standen zur Verfügung. Die Vorteile überwiegen laut Giger klar: «Hier kennt man sich, und es ist ein idealer Kompromiss zwischen Geschäft und Privatleben.»

«Gerade im Bereich der Mobilität ist das Marktpotenzial gross.»

Komplexe Teile für B2B

Seit 2012, dem Entstehungsjahr, ist die Cross Composite AG hier ansässig, ins Leben gerufen von drei Gründern, die bereits zusammen studiert und geforscht haben. Sporadisch wird das Trio (Lian Giger, Nicolas Eguémann, Manuel Müller) von einer Teilkraft unterstützt, für den Formenbau besteht eine kleine Werkstatt im Kanton Aargau. Entwickelt und hergestellt werden geometrisch komplexe 3D-Form-

teile aus Carbon-Faserverbundwerkstoff für B2B-Kunden. «Unsere Märkte sind die Medizinaltechnik, die Uhrenindustrie, der Sondermaschinenbau sowie spezialisierte Nischenmärkte», erklärt Lian Giger. Eine ganze Reihe von Besonderheiten lässt die Entwicklungen von Cross Composite gegenüber vergleichbaren Produkten herausstechen. Es sind hochbelastbare Leichtbauteile mit einzigartiger Gestaltungsfreiheit und höchstem Grad von Funktionsintegration. Das Material ist recycelbar, so Giger, im Gegensatz zu duroplastischen Faserverbundwerkstoffen. Zudem seien die Herstellzeiten dank hoher Prozessautomatisierung kurz, und der Prozess ist auch anwendbar für die Produktion von Grossserien.

Grosses Marktpotenzial

Derzeit bewege sich Cross Composite auf ihrem Gebiet noch weitgehend allein. Giger: «Es gibt ein oder zwei ähnliche Verfahren oder Technologien in der Schweiz.» Der Markt ist relativ neu, die Anwendungen müssen sich noch etablieren. Eine Herausforderung, wie Lian Giger sagt: «Die Kunden müssen von der Technologie noch aufwendig überzeugt werden.» Das Marktpotenzial sei aber hoch, beispielsweise im Bereich der Mobilität, wo die Innovationen zur weiteren Reduktion des Gewichts bewegter Systeme beitragen. Auch die Recyclingmöglichkeiten seien zukunftsweisend.

Über Produkte der Zukunft lässt sich der Head of Operations noch nichts entlocken. Es gehe derzeit ganz allgemein darum, die eigene Technologie kontinuierlich weiterzuentwickeln. Die Ausgangslage für ein weiteres Wachstum ist jedenfalls gelegt, wie auch die grosse Anerkennung für das Unternehmen beweist. Das Start-Netzwerk Thurgau zeichnete Cross Composite 2016 für die innovative Geschäftsidee mit einem Förderbeitrag von 10 000 Franken aus. Und für seine Technologie erhielt das Steckborner Unternehmen den «JEC World 2016 Innovation Award». Mit dem Preis werden seit 1998 die weltweit besten Compositelösungen ausgezeichnet.

Text: Stefan Millius

Bild: zVg

Denn Sie wissen immer, was Sie tun

Diesen Satz hätte man auch mit zwei kleinen «sies» schreiben können. Aber der Fokus der Unternehmerberater Philipp Steffen, Dieter Rausch und Stephan Kessler liegt natürlich auf dem Geschäftserfolg ihrer Kunden. Also bei Ihnen, liebe Leserinnen und Leser.

Schon bei der Gründung 1991 standen die Dienstleistungen für Kleinere und Mittlere Unternehmen im Zentrum des Angebotes von Philipp Steffen und Dieter Rausch. Unternehmensberatung, Treuhand, Wirtschaftsprüfungen und Steuerberatung - das war damals das Grundangebot, welches sich seitdem nicht verändert hat. Verändert, resp. ergänzt hat sich bei der Firma allerdings die Erfahrung der Geschäftsinhaber und das Wissen, was sie sich über die Jahre mit mehr als 500 Kunden aus den verschiedensten Branchen aneignen konnten. Und auch die Art und Weise, wie sie ihren Job machen. Seit 2009 Stephan Kessler dazu gestossen ist, wurden zudem die Kompetenzfelder ausgebaut und vertieft.

SRK ist heute mit 15 Mitarbeitenden an zwei Standorten (Weinfelden und Frauenfeld) eine mittelgrosse Unternehmensberatungsfirma im Kanton Thurgau. Ganz anders als die meisten ihrer Mitbewerber

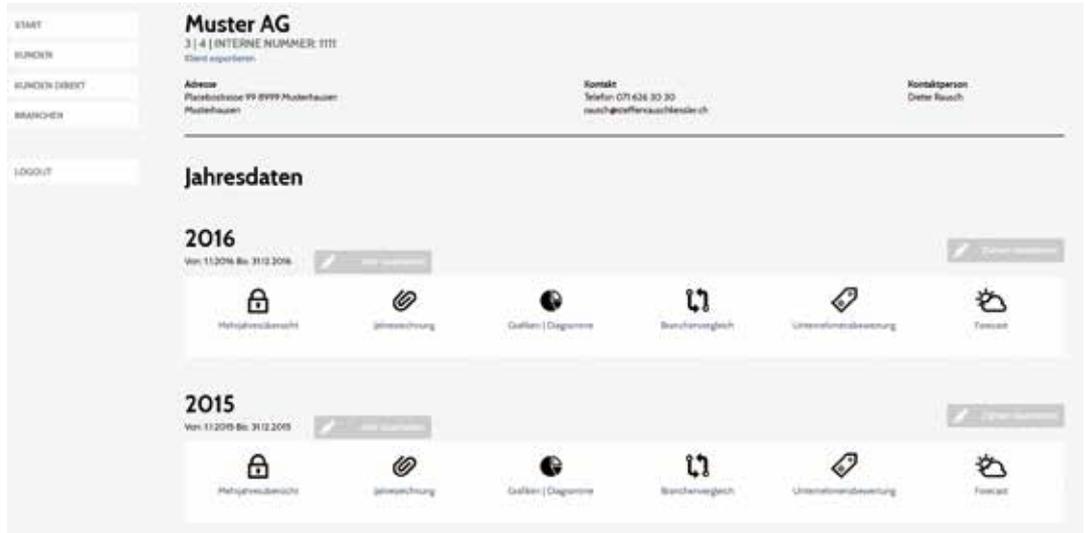
positionieren sich die drei charismatischen Geschäftsinhaber nicht als Buchhalter ihrer Kunden, sondern als Mithelfer und Mitdenker bei den wichtigen Entscheidungsfindungen, die in den meisten Fällen mit dem Geschäft zu tun haben, aber auch privater Natur sein können.

SRK definiert Zahlenmaterial als Mittel zum Zweck. Die Mehrwert schöpfende Interpretation dessen jedoch als die Summe jahrelanger Erfahrung, einer gewissen Kreativität und einer gesunden Neugier für die betreffende Branche und das Interesse an den Menschen, die hinter den Unternehmen stecken.

SRK hat über die Jahre gelernt, dass die grösste Anzahl von Entscheiden, die in einem Unternehmen getroffen werden, immer einen direkten Einfluss auf deren Ertragswert haben. Egal, ob es darum geht, die Produktivität zu steigern, eine Firma zu verkaufen oder zu vererben, ob Investitionen notwendig sind –

Von links: Philipp Steffen, Dieter Rausch und Stephan Kessler.





Screenshot aus dem Analysetool «CHC».

oder Desinvestitionen – ob neues Geld bei einer Bank oder bei potenziellen Investoren beschafft werden soll: Unternehmer müssen zu jedem Zeitpunkt wissen, wie es um ihre Firma steht. Im Grunde brauchen sie eine Bewertung der Firma auf Knopfdruck und können oft nicht warten, bis der Jahresabschluss gemacht ist.

«Mein Job hat sich in den Jahren immer stärker vom reinen Zusammentragen von Zahlen und Präsentieren von Fakten zu einem virtuosens Zusammenspiel zwischen Daten und Geschäftsabläufen verändert.» Meint Philipp Steffen und ergänzt: «Meine Kunden nehmen mich als Ihr Sparringpartner in Sachen Finanzen und Organisation wahr. Sie erwarten aber auch, dass ich jederzeit weiss, wie es um ihre Firma steht, was der aktuelle Wert ihrer Firma ist, was sie sich im Laufe der Jahre erarbeitet haben, oder wie potent die Company ist, die sie führen.»

Dieter Rausch nennt es: «Das Verstehen eines Unternehmers in seinem geschäftlichen und privaten Umfeld. Das erfordert heute zeitnahe Information und Kenntnis über die Substanz der Firma, die Visionen und Leistungsfähigkeit des Managements. Eine ehrliche Interpretation der mehrjährigen Vergangenheit führt zu einer verlässlichen Prognose der Zukunft. Dazu brauchen wir in jedem Fall und jeder Zeit Zugang zu den wichtigsten Unternehmenszahlen, wenn möglich nicht in einer oder mehreren Excel-Dateien. Nur so können wir dabei helfen in jeder Situation die richtigen Entscheidungen zu fällen. Wir warten nicht auf die Präsentation der internen und externen Bilanzen für die Steuererklärung oder die Bank.»

Stephan Kessler bringt es auf den Punkt: «Was man durch die Digitalisierung vieler Arbeiten im Finanzwesen an Zeitgewinn verbuchen kann, soll in die Qualität der Beratung investiert werden. Die Digitalisierung hat unseren Beruf verändert und wird es noch viel stärker tun. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben heute deutlich mehr Zeit, sich den qualitativen Aspekten ihrer Arbeit zu widmen. Sie liefern uns damit umfassende Grundlagen für eine umfassende Unternehmerberatung. Wir haben

deshalb zusammen ein Tool erarbeitet, welches noch einen deutlicheren Schritt weitergeht als herkömmliche Finanzbuchhaltungssysteme. Wir nennen es intern den Company Health Check. Oder kurz CHC.» Wenn man den drei Partnern zuhört, spürt man: die haben es im Griff. Sie wissen, was sie tun. Die Professionalität, mit der Steffen Rausch und Kessler ihre Aufgaben angehen, erlaubt ihnen gleichzeitig einen völlig unaufgeregten Umgang mit ihren Gegenübern. Man fühlt sich bei SRK einfach gut aufgehoben.

SRK wird von den eigenen Kunden, aber auch von Banken und anderen Treuhandfirmen immer wieder mit Unternehmensbewertungen beauftragt. Sie haben 2016 beschlossen, ein Analysetool zu erarbeiten, welches den Wert einer Firma quasi auf Knopfdruck darstellt. Abgebildet in den gängigen Methoden: Praktikermethode, Ertragswertwertmethoden oder «Discounted Cash Flow-Methode» (kurz: DCF-Methode). Noch diesen Herbst geht das Programm live, es heisst intern Company Health Check oder kurz CHC, und steht vorerst den Kunden von SRK zu geringen Kosten zur Verfügung.

Kontakt und mehr Infos:



steffen rausch kessler ag frauenfeld
Breitenstr. 16, 8500 Frauenfeld, T 052 577 30 30

steffen rausch kessler ag weinfeld
Frauenfelderstr. 40, 8570 Weinfeld, T 071 626 30 30

www.steffenrauschkessler.ch



Unternehmer Hess versteht unter einem Resultat etwas anderes als die meisten anderen Politiker.

Der ehrliche Parlamentarier

Er tritt kaum in Erscheinung, ergreift nie das Wort, reicht keine Vorstösse ein: Der Thurgauer FDP-Nationalrat Hermann Hess landet bei jedem Parlamentarierrating abgeschlagen am Ende des Feldes. Gerade die Wirtschaft hat viel Hoffnung in den Unternehmer gesetzt. Ist Hess also eine Enttäuschung – oder vielleicht einfach einer der wenigen ehrlichen Politiker? Und beleuchten Rankings wirklich das, was zählt?

Ein Exot: So wird Hermann Hess bezeichnet – und zwar von sich selbst in einem grossen Porträt in der NZZ. Damit meint er die Tatsache, dass für ihn das Nationalratsmandat eine Nebenrolle spielt und im Zentrum weiter seine unternehmerische Tätigkeit steht. Die meisten seiner Kolleginnen und Kollegen sind faktisch Berufspolitiker. Und der Grossteil der Bundesparlamentarier nutzt das Mandat ständig, um das Rampenlicht zu suchen, während sich der Thurgauer praktisch versteckt in Bern. Von ihm kommen weder Vorstösse noch Wortmeldungen. Und mit Schweigen schafft man es nicht in die Schlagzeilen – ausser eben dann, wenn Medien nach besonders inaktiven Parlamentariern suchen.

Natürlich würde man sich gerade vonseiten der Wirtschaft wohl mehr sichtbaren Einfluss vom Unternehmer wünschen, dessen Wahl viele elektrisiert hat.

Direkten Einfluss üben

Wer Hermann Hess und seine berufliche Tätigkeit kennt, dem fällt es schwer zu glauben, dass er direkt nach seiner Wahl der Untätigkeit verfallen sei. Der Gedanke liegt nahe, dass er viel eher der kleinen Gruppe der Politiker angehört, die nur hinter den Kulissen tätig sind. Wer die Liste der Vorstösse aus dem Nationalrat durchgeht, sieht schnell: Die wirklich wesentlichen Fragen und Themen sind dünn gesät. Viele Vorstösse dienen in erster Linie der Profilierung desjenigen, der sie einreicht. Wenn er etwas wissen wolle, frage er direkt in der Verwaltung nach, sagt Hermann Hess. Und auch hier muss man wieder einräumen, dass er einen wunden Punkt trifft: Die meisten Anliegen könnten auf diese Weise erledigt werden, ohne überhaupt einen Vorstoss einzureichen. Aber mit direktem Nachfragen hinterlässt man keine Spuren und legt nichts Messbares vor.

Würde Hermann Hess am Anfang einer politischen Karriere stehen, wäre er vielleicht gezwungen, so zu

arbeiten wie seine Kollegen. Diese müssen am Ende einer Legislatur belegen, was sie getan haben, um wieder gewählt zu werden. Dem Bürger lässt sich die Botschaft schlecht verkaufen, man habe hinter den Kulissen geweibelt. Ihnen muss etwas Zählbares vorgelegt werden. Nur: Was sagt die Zahl von sieben eingereichten Vorstössen oder zehn Wortmeldungen? Was ist daraus entsprungen? Der Unternehmer Hess versteht unter einem Resultat etwas anderes als die meisten anderen Politiker. Mit seinem Einsatz zugunsten der Zollstelle Romanshorn beispielsweise, die dem Rotstift hätte zum Opfer fallen sollen, hat er etwas Konkretes bewirkt – aber im Parlamentssystem ist dazu nichts Öffentliches nachzulesen, weil auch dieser Einsatz auf direktem Weg und nicht durch die parlamentarischen Mühlen erfolgte. Oder wenn er fraktionsintern vor einer Abstimmung für eine bestimmte Parole weibelt und so zu einer Mehrheit beiträgt, wird das nirgends festgehalten – die Wirkung ist dennoch da.

Überraschung zum Schluss?

Natürlich würde man sich gerade vonseiten der Wirtschaft wohl mehr sichtbaren Einfluss vom Unternehmer wünschen, dessen Wahl viele elektrisiert hat. Andererseits ist Hermann Hess vermutlich einer der ehrlichsten Politiker: Er steht als Freisinniger für weniger administrative Aufwände ein – und indem er auf meist sinnbefreite Vorstösse verzichtet, lebt er das vor. Die Frage bleibt, ob es da und dort nicht auch möglich wäre, mit einem klugen Vorstoss – auch die gibt es – für weniger Regulierungen und Verordnungen zu sorgen.

Hess dürfte spätestens am Ende der Legislatur die Bundespolitik verlassen. Hoffen wir, dass er bis zu diesem Zeitpunkt vielleicht noch das eine oder andere Mal sein gewohntes Schema verlässt und doch noch das Wort ergreift. Zu sagen hätte er nämlich mehr als die meisten seiner 199 Kolleginnen und Kollegen.

Text: Stefan Millius

Bild: Archiv

Von ausgewogener Politik und einem attraktiven Kanton

Wo besteht auf kantonaler Ebene besonders Handlungsbedarf? Müssen Politiker gewisse Dinge vereinfachen, um gehört zu werden? Und schützt uns unser politisches System vor allzu grossen Ausschlägen auf die eine oder andere Seite? Diese und weitere Fragen beantworten in dieser Ausgabe die Präsidenten der vier grossen Thurgauer Kantonalparteien.

Weltpolitisch haben uns die Wahl von Donald Trump und der Brexit vor Augen geführt, dass ein Grossteil des Volks mit der eingeschlagenen Richtung nicht zufrieden ist: Es wird nach einer neuen Politik gefordert. Beobachten Sie solche Bewegungen auch auf kantonaler Ebene?

Nina Schläfli (SP): Als neue Bewegung nicht, wir haben im Kanton Thurgau seit Jahren eine starke rechtsbürgerliche Vertretung in Parlament und Regierung. Für Politik und Medien überraschend angenommene Initiativen wie die Masseneinwanderungsinitiative wertere ich aber als Zeichen dieser Unzufriedenheit. Wir müssen diese Unsicherheit aufnehmen und Lösungen entwickeln. Abschottung und Nationalismus sind aber dafür sicher die falschen Ansätze.

Nina Schläfli (SP):

«Wir müssen diese Unsicherheit aufnehmen und Lösungen entwickeln. Abschottung und Nationalismus sind aber dafür sicher die falschen Ansätze.»

Paul Rutishauser (CVP): Im Thurgau wird eine bürgernahe Politik betrieben, mit welcher der grösste Teil des Volkes zufrieden ist. Der Regierungsrat verfolgt eine bürgerliche, konsensorientierte Politik, und die Parteien bringen sich konstruktiv über den Kantonsrat ein.

David Bon (FDP): Nicht in dieser Heftigkeit, aber in der Tendenz. Die enorm starken zentralistischen Kräfte insbesondere innerhalb der Bundesverwaltung unterwandern das Vertrauen der Bürger in den Staat. Der direktdemokratische Einfluss wird systematisch abgebaut, so sucht sich die Bevölkerung andere Mittel, um Zeichen zu setzen. Bürgerinnen und Bürger reagieren aber auch sonst zunehmend situativ gegen Behörden und nutzen nicht die vielen

ihnen zu Verfügung stehenden Wege und Mittel, um auf dem regulären Weg Einfluss zu nehmen. Es ist halt bequemer, «die Politiker» verantwortlich zu machen. Vielleicht ist das auch eine Zeiterscheinung: Entscheide von heute sind morgen schon vergessen, wenn es grad nicht mehr passen sollte. Nur hat die reale Welt keine «Delete»- oder «Undo»-Tasten, man kann auch nicht einfach «wegzappen».

Ruedi Zbinden (SVP): Die SVP nimmt die Anliegen und Sorgen der Bevölkerung ernst und setzt klare politische Zeichen für gute Rahmenbedingungen für Industrie, Gewerbe und Landwirtschaft, damit unser erschaffener Wohlstand erhalten bleibt.

In der Schweiz geht es im Vergleich zum Ausland ruhig zu und her. Schützt uns unser politisches System vor allzu grossen Ausreisern auf die eine oder andere Seite?

Nina Schläfli (SP): Ja und nein. Die halbdirekte Konkordanzdemokratie ist sicher ein eher friedliches und sehr träges System. Diese Kombination schützt uns vor spontanen Ausschlägen, wenn auch nicht in jedem Fall. Die Kehrseite der Medaille ist eine sehr konservative Politik, progressive und visionäre Entscheide kommen eher selten vor.

Paul Rutishauser (CVP): Bis heute schützte unser System eine ausgewogene Politik. Keine Partei hat eine absolute Mehrheit, und bei vielen politischen Diskussionen findet man einen Konsens über viele Parteien. Diese Entscheide werden von einer grossen Mehrheit getragen. Es kommt aber vermehrt zu Entscheiden, die knapp sind. Und hier hat die Politik Schwierigkeiten mit dem Umsetzen.

David Bon (FDP): Auf jeden Fall, die direkte Mitsprache ist zentral, damit sich die Bevölkerung abgeholt fühlt. Dann entsteht auch weniger das Bedürfnis, in Wahlen die Extreme zu unterstützen. Man korrigiert im politischen Tagesgeschäft, ob kommunal, kanto-

Links: Seit September 2016 präsidiert Nina Schläfli (*1990) die Thurgauer SP, die knapp 700 Mitglieder zählt.



Rechts: Paul Rutishauser (*1957) präsidiert die Thurgauer CVP seit Juli 2016. Die Partei hat 3200 Mitglieder.



nal oder bei eidgenössischen Vorlagen. Deshalb ist es so wichtig, dass diese Prozesse funktionieren und Entscheide, wie sie auch immer ausfallen, respektiert und umgesetzt werden. Die Bevölkerung muss sich aber wieder besser bewusst sein, dass sie mit der Mitsprache eine Verantwortung übernimmt, mit allen Konsequenzen.

Ruedi Zbinden (SVP): Mehrparteiensystem und direkte Demokratie bringen Stabilität und gewährleisten, dass das Volk das letzte Wort hat. Um das Vertrauen der Bevölkerung zu gewährleisten, ist es aber zwingend, dass Volksentscheide auch verfassungskonform umgesetzt werden.

Paul Rutishauser (CVP):

«Im Thurgau wird eine bürgernahe Politik betrieben, mit welcher der grösste Teil des Volkes zufrieden ist.»

Von links bis rechts hat sich bei den Politikern der Ton in den vergangenen Jahren deutlich verschärft: Es wird nicht immer nur noch auf sachlicher Ebene diskutiert. Ist dies drauf zurückzuführen, dass man nur so eine gewisse Wählerschaft erreicht?

Nina Schläfli (SP): Ich glaube nicht, dass früher nur auf sachlicher Ebene diskutiert wurde. Von einer deutlichen Verschärfung würde ich nicht unbedingt sprechen, wir verstehen uns über die Parteigrenzen hinweg meist ziemlich gut. In aussenpolitisch und wirtschaftlich unsicheren Zeiten haben die Polparteien einen grösseren Zulauf, was zu einer Verhärtung der Fronten führen kann. Viel schlimmer ist, dass inhaltliche und faktenbasierte Argumente regelmässig Wählerinnen und Wähler weniger überzeugen können als emotionale und populistische. Das beobachte ich mit grosser Sorge.

Paul Rutishauser (CVP): Die Diskussionen unter Politikern finden in der Regel auf sachlicher Ebene statt. Die Problematik liegt bei den Plakaten und anderen Botschaften: Es wird übertrieben, teilweise werden falsche Bilder und Symbole genutzt, die oft verletzend sind.

David Bon (FDP): Es ist nicht so, dass früher nur sachlich politisiert wurde, ganz im Gegenteil. Und das gilt für links wie rechts. Ist das nicht normal? Themen, die uns wichtig sind, berühren uns emotional. Also darf und soll man diese Gefühle formulieren dürfen und erwarten, dass sie ernst genommen werden. Es heisst ja auch immer, man solle auf das «Bauchgefühl» hören. Dann kommt heute die enorme Reizüberflutung dazu. Um gehört zu werden, muss vor allem die nationale Politik schriller auftreten, die Wähler reagieren scheinbar darauf. Bei uns ist das aber (noch) kein Thema.

Ruedi Zbinden (SVP): Hart in der Sache, fair im Ton: So lautet das Credo der SVP Thurgau. Die Verschärfung der Tonlage auf nationaler Ebene hängt ganz wesentlich damit zusammen, dass das Parlament Volksentscheide nicht mehr immer nach dem Volkswillen umsetzt.

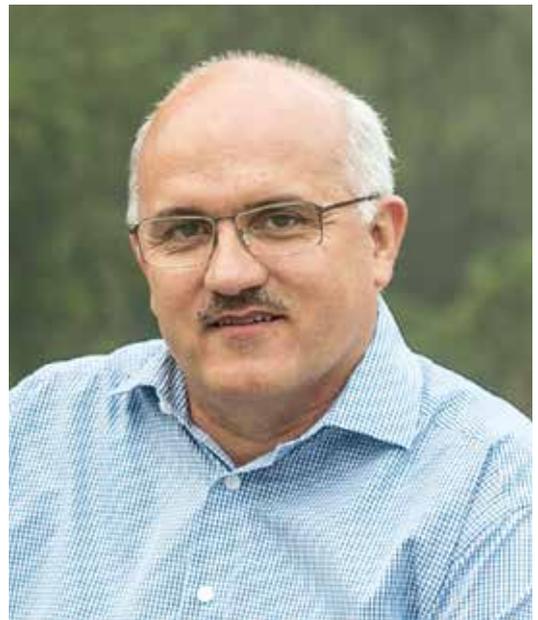
Der kürzlich zurückgetretene deutsche Bundespräsident Joachim Gauck warnte in seiner Abschiedsrede von einer «Vereinfachung der Politik». Gehen Sie mit ihm einig? Oder muss man gewisse Dinge zwingend vereinfachen, um gehört zu werden?

Nina Schläfli (SP): Auf komplizierte Fragen und Probleme gibt es selten einfache Antworten. Sind sie dennoch einfach, tragen sie nicht viel zur Problemlösung bei und es handelt sich nicht selten um Populismus. Die Politik ist nun mal eine sehr komplexe Angelegenheit. Wir sollten aber daran arbeiten, auch komplizierte politische Fragen einfacher zu erklären, um von unseren Bürgerinnen und Bürgern verstanden zu werden.



Links: Die Thurgauer FDP mit ihren rund 1600 Mitgliedern wird seit verganginem Jahr von David H. Bon (*1967) präsidiert.

Rechts: Ruedi Zbinden (*1962) ist seit Mitte 2013 Präsident der SVP Thurgau, die 3300 Mitglieder zählt.



Paul Rutishauser (CVP): Die Politik muss die Argumente und Botschaften einfach verkaufen können, damit sie beim Volk ankommen. Das beisst sich mit den komplexen Vorlagen bei vielen Abstimmungen. Auf der andern Seite darf man das Volk nicht für dumm verkaufen. Es stimmt differenziert ab, wie zum Beispiel bei der Ablehnung der Volksinitiative «Ja zu einer guten Thurgauer Volksschule ohne Lehrplan 21».

David Bon (FDP):

«Die geistige Entmündigung der Bürger durch selbsternannte intellektuelle Eliten ist störend und gefährlich.»

David Bon (FDP): Der grosse Philosoph Karl Popper sagte: «Wer's nicht einfach und klar sagen kann, der soll schweigen.» Die Bevölkerung darf den Anspruch haben, dass Politik und Verwaltung sich verständlich und klar formulieren. Denn auch gebildete Leute verstehen nicht alles, was in ihnen fremden Fachbereichen abgeht. Gerade ein direktdemokratisches System muss den Anspruch haben, dass alle verstehen, damit eine sinnvolle Mitbestimmung gewährleistet werden kann. Die geistige Entmündigung der Bürger durch selbsternannte intellektuelle Eliten ist sehr störend und gefährlich. Wie die Geschichte zeigt, täuscht sich niemand öfter als die Experten selber.

Ruedi Zbinden (SVP): Die Politik muss verständlich sein, ansonsten bricht der Kontakt zu den Stimmbürgerinnen und Stimmbürgern ab und die Bevölkerung verliert das Vertrauen in die Politik.

Grosse Würfe sind in der Politik nur selten möglich. Wie gross ist Ihr Einflussbereich als Kantonalpräsident? Wie können Sie Akzente setzen?

Nina Schläfli (SP): Das hängt von der Perspektive ab. Grundsätzlich sind an allen Entscheidungsprozessen in irgendeiner Weise andere Parteimitglieder beteiligt, etwa die Geschäftsleitung oder der Kantonalvorstand. Das ist auch gut so. In der Gestaltung und der Bearbeitung von politischen Themen besteht ein gewisser Freiraum.

Paul Rutishauser (CVP): Der direkte Einfluss hält sich in Grenzen. Wir müssen als Partei präsent sein, Vorlagen offen innerhalb der Partei mit der ganzen Meinungsvielfalt diskutieren und dann, wenn wir als Partei entschieden haben, diesen Entscheid als Partei geschlossen nach aussen tragen. Hier kann der Parteipräsident Einfluss nehmen. Gut besuchte kantonale Delegiertenversammlungen helfen, solche Entscheide zu fällen.

David Bon (FDP): Als Kantonalpräsident sehe ich meinen Einfluss dahingehend, die verschiedenen Gefässe aufeinander abzustimmen. Inhalte werden bei uns «basisdemokratisch» in Arbeitsgruppen erarbeitet. Die Amtsträger und Parlamentarier haben aber auch persönliche Meinungen. Das gilt es unter einen Hut zu bringen. Wenn es uns gelingt, geschlossen aufzutreten, entwickeln wir mehr politische Kraft. Dazu gehört auch der Mut, klare Positionen einzunehmen. Vor allem müssen Parteileitung und Fraktion die Anliegen der ganzen Parteibasis und auch möglicher neuer Wählergruppen spüren und auf diese reagieren. Und das nicht erst im Jahr vor den Wahlen.

Ruedi Zbinden (SVP): Im Thurgau geht kein Weg an der SVP vorbei. So gesehen haben wir als Partei und auch ich als Präsident recht grossen Einfluss. Als grösste Partei im Thurgau hat die SVP auf allen Ebenen Botschafter, die sich einbringen und Akzente setzen.

In welchem Bereich besteht 2017 auf kantonaler Ebene der grösste Handlungsbedarf?

Nina Schläfli (SP): Im Bereich der Finanzen, davon hängen letztlich alle anderen Bereiche und Vorhaben ab. Die Thurgauer Regierung strebt mittelfristig eine neue Sparrunde an, die zu einem enormen Leistungsabbau führen kann. Wir bevorzugen einen ausgewogeneren und nachhaltigeren Umgang mit den Staatsfinanzen – ohne Leistungsabbau und wiederkehrende Sparübungen.

Ruedi Zbinden (SVP):

«Hart in der Sache, fair im Ton: So lautet das Credo der SVP Thurgau.»

Paul Rutishauser (CVP): Es ist wichtig, den Mittelstand bei den Steuern zu entlasten, die Kinderzulage auf die Höhe der Ausbildungszulagen zu erhöhen und die Angebote für eine qualitative Kinderbetreuung zu fördern – und daneben aber nicht zu vergessen, dass sie bezahlbar sein müssen. Ebenfalls ist wichtig, mit der Energiestrategie 2050 als Kanton weiterhin zur Spitze bei den umgesetzten Massnahmen im Bereich Energie zu gehören. Zudem soll das Raumplanungsgesetz verabschiedet werden. Damit soll es Planungssicherheit im Thurgau geben.

David Bon (FDP): Im Thurgau wird uns vor allem die Raumplanung beschäftigen: Der Kanton bringt die Revision der Richtplanung in den Grossen Rat, was für Kanton wie Kommunen entscheidende Bedeutung hat für die Entwicklung der kommenden Jahre. Wichtig ist uns auch das Haushaltsgleichgewicht, hier ziehen dunkle Wolken auf am Horizont. Unabhängig vom Ausgang der USR-Abstimmung gilt es, die Schweiz und den Thurgau als attraktiven Wirtschaftsstandort im weltweiten Wettbewerb zu verteidigen. Die FDP wird sich auch intensiv mit Fragen zur Energiestrategie auseinandersetzen und hier eine innovative, aber wirtschaftlich vertretbare Haltung vertreten. Ansonsten sind keine grossen Gesetzesvorlagen mit Sprengkraft pendent, aber viele Geschäfte, bei denen wir unsere liberale Haltung einbringen wollen.

Ruedi Zbinden (SVP): Bei der Raumplanung und der Energiepolitik sind wir mit grossem Engagement daran, Gegensteuer zu geben, damit nicht noch mehr Hindernisse eingebaut werden und die Gebühren und Energiekosten nicht stetig steigen.

Umsetzung: Marcel Baumgartner und Malolo Kessler

Bilder: Stéphanie Engeler, zVg

Anzeige



Vorsprung heisst Q.

Die Q Modelle sind für alle gemacht, die Outdoor-Trips genauso lieben wie Grosstadtabenteuer und die sich im Leben nicht einschränken lassen wollen.

Testen Sie jetzt die Audi Q Modelle bei uns.

amag

AMAG Frauenfeld

Zürcherstrasse 331, 8500 Frauenfeld
Tel. 052 728 97 77, www.frauenfeld.amag.ch

AMAG Kreuzlingen

Hauptstrasse 99, 8280 Kreuzlingen
Tel. 071 678 28 28, www.kreuzlingen.amag.ch

Fachkompetenz für akute und chronische Lungenerkrankungen.

In der Klinik Schloss Mammern finden Patienten beste Voraussetzungen für die Verbesserung von Atemfunktion, körperlicher Belastbarkeit und Kondition. Zudem verfügt die Privatklinik über Fachkompetenz für die muskuloskelettale, kardiovaskuläre und internistisch-onkologische Rehabilitation.



Dr. med. Ingrid Wagenbreth
Leitende Ärztin
Fachärztin FMH für Innere Medizin,
Pneumologie und Kardiologie

Medizinische Kompetenz.

Ziel ist eine verbesserte Lebensqualität.

In der Behandlung von chronischen Lungenerkrankungen ist die pulmonale Rehabilitation ein wichtiger Therapiebestandteil zur Verbesserung der Leistungsfähigkeit und Lebensqualität. Sie hilft die selbstständige Alltagsbewältigung und soziale Integration zu erhalten, ggf. auch die Arbeitsfähigkeit wiederherzustellen. Patienten mit obstruktiver Lungenerkrankung, Lungenemphysem oder Asthma bronchiale, mit Lungenfibrose oder pulmonaler Hypertonie sowie nach Pneumonie oder Lungenoperationen können in der Klinik Schloss Mammern auf beste ärztliche und physiotherapeutische Kompetenz vertrauen. Bei medizinischen Fragestellungen ermöglicht die moderne medizinische Infrastruktur eine direkte Abklärung vor Ort. Zudem ist die Klinik Schloss Mammern für Patienten ausgelegt, die eine sogenannte Frührehabilitation benötigen mit ärztlich und pflegerisch intensiver Betreuung. Sollten neben der Lungenproblematik zusätzliche Erkrankungen vorliegen, profitieren die Patienten in der Klinik Schloss Mammern von den gleichfalls vorhandenen Therapieangeboten der kardiovaskulären, internistisch-onkologischen und muskuloskelettalen Rehabilitation.

Pulmonale Rehabilitation.

Individuelle Therapieangebote fordern und fördern.

Bei chronischen Lungenerkrankungen sind die Patienten durch eine zunehmende Leistungsminderung und Inaktivität beeinträchtigt. Das Behandlungskonzept der pulmo-

nen Rehabilitation sieht individuell abgestimmte Einzel- und Gruppentherapien vor. Begleitetes Gehtraining, Gymnastik, Ergometertraining und medizinische Trainingstherapie fördern den Kräfte- und Konditionsaufbau. Atemtherapie dient der Verbesserung der Lungenkapazität. Manuelle Therapie und Massagen helfen zur Schmerzlinderung und Entspannung. Bei Bedarf steht ein Psychiater oder ein Seelsorger zur Verfügung.

Unter ärztlicher Begleitung und physiotherapeutischer Anleitung gewinnen die Patienten eine weitestmögliche Selbstständigkeit zurück. Das Therapieangebot entspricht in allen Belangen einer modernen und führenden Rehabilitation. Die Behandlungen finden anfangs oft im Patientenzimmer statt, später im grosszügigen Therapiegebäude mit Gymnastiksaal, Schwimmbad und modernen Trainingsgeräten sowie auch im Parkgelände.

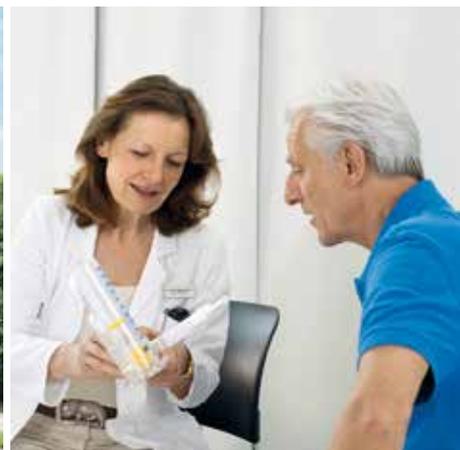
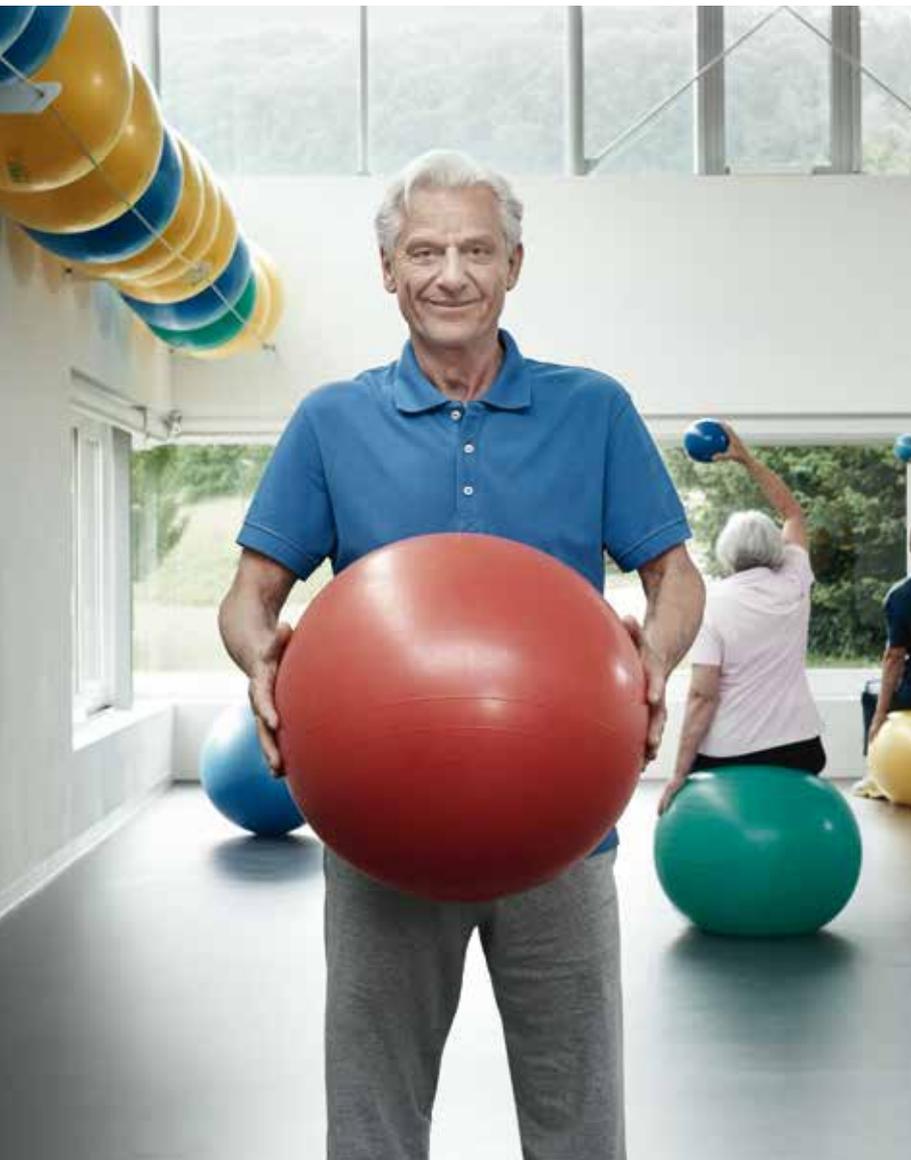
Zwischenmenschliches im Zentrum.

Betreut mit Herz und Verstand.

Bei der täglichen Arbeit mit den Patienten ist der persönliche Kontakt wichtig mit fürsorglicher Pflege, individueller Betreuung und herzlichem Umgang. Die pneumologische Rehabilitation in der Klinik Schloss Mammern fördert die individuellen Ressourcen für ein wiederum eigenständiges und aktives Leben. In Beratungen erfährt der Patient Wichtiges über seine Erkrankung, er wird angeleitet zu einem weiteren Training auch Zuhause.

Angebot für die pulmonale Rehabilitation:

- *Pneumologische Diagnostik und Therapie*
- *Physiotherapie*
- *Massage*
- *Ergotherapie*
- *Entspannung und Stressabbau*
- *rehabilitative Pflege*
- *Ernährungstherapie*
- *medikamentöse und inhalative Therapie*
- *Rauchstoppperatung*
- *Sozialberatung*
- *psychiatrische Begleitung*



Exzellente Gastronomie.

Genuss weckt neue Lebensgeister.

Die exquisite Küche der Klinik Schloss Mammern trägt zum Wohlbefinden und zum Heilungsprozess bei. Die Ernährungsberatung geht bei Bedarf auf individuelle Bedürfnisse ein. Liebevoll zubereitete Speisen und das stilvolle Interieur im historischen Speisesaal lassen das Essen zu einem besonderen Genuss werden.

«Jeder Patient mit einer chronischen Lungenerkrankung sollte heute vom Angebot einer pulmonalen Rehabilitation profitieren können.»

Dr. med. Ingrid Wagenbreth

Erstklassige Hotellerie.

Geborgenheit stilvoll gestaltet.

Die mehr als 100 geschmacksvoll eingerichteten Zimmer in den zeitgemäss renovierten Gebäuden des 1621 erbauten Schlosses mit modernen Nebentrakten sind mehrheitlich barrierefrei. Die stilvollen Räume entsprechen einer erstklassigen Hotellerie mit gebogener Privatsphäre. Die Klinik ist umgeben von einer gepflegten Parkanlage mit direktem Seeanstoss.

Listenspital für alle Kantone.

Die Klinik Schloss Mammern kann Patienten mit pneumologischen, muskuloskelettalen, kardiovaskulären und internistisch-onkologischen Krankheitsbildern aus allen Kantonen zur Rehabilitation aufnehmen. Informationen zur Kostengutsprache sowie den Leistungsaufträgen stehen auf der Website bereit.



KLINIK SCHLOSS MAMMERN
FÜHRENDE REHABILITATION AM SEE

KLINIK SCHLOSS MAMMERN
Dr. A. O. Fleisch-Strasse 3, CH-8265 Mammern
www.klinik-schloss-mammern.ch



Sichtweise

Samuel Herrmann und Mike Steiner sind die Fotografen hinter «Herr Stein» in Neukirch. Beide sind seit Jahren in der Werbung und im Marketing tätig und kennen die Anforderungen von Unternehmen an Business- und Werbefotografie aus ihrem Alltag genau. Als kreative Jungunternehmer aus der Ostschweiz brechen sie gerne mal aus der klassischen Fotografie aus und geben jedem Bild das gewisse Extra – wie mit dem Bild «Thurgau – unsere Heimat».

www.herr-stein.ch



Stefan Somogyi ist Landschaftsfotograf mit Fokus auf Stimmungsbildern. Er ist in Amlikon-Bissegg beheimatet und bietet regionale Landschaft- und Seebilder an. Besonders das Panoramaformat mit höchster Auflösung ist seine Spezialität. Somogyis Bilder wurden schon in vielen Magazinen und Broschüren publiziert und werden auch als Fine-Art-Drucke angeboten. In Kooperation mit Galvolux stehen zudem hintergrundbeleuchtete Glasdrucke für Nassbereiche im Angebot. Das abgebildete Bild «Tannzapfenland» wurde in Fischingen aufgenommen und zeigt die hügelige Landschaft im Hinterthurgau mit Blick zum Säntis.

www.stefan-somogyi.com



Man kann darüber schreiben, was den Kanton Thurgau auszeichnet – oder man kann es bildlich festhalten. Mehrere Fotografen haben für den LEADER ein für die Region typisches Sujet ausgewählt. Bei den meisten spielt die attraktive Naturkulisse eine entscheidende Rolle.

Michael Studerus, Inhaber des Fotostudios ms-photo.ch im Schloss Arbon, liebt am Thurgau die geschichtsträchtigen Städte und Schlösser ebenso wie die Schönheiten der Natur und freut sich, mit dem Schloss Arbon (im Bild) und dem Bodensee beides vor der Haustüre zu haben. Sein Angebot umfasst alle Bereiche der Personenfotografie (Porträts, Hochzeiten, Events, Firmenreportagen) sowie das Fotografieren von Immobilien und die 360°-Businessfotografie. Mit kompetenter Lichtführung und hilfreichen Posingtipps versteht es Studerus, ausdrucksstarke, authentische Bilder und bleibende Erinnerungen für seine Kunden zu schaffen.

www.ms-photo.ch



Das Fotostudio von Jasmin Ilg liegt mitten in der Altstadt von Steckborn, direkt am Untersee und umgeben von traumhafter Landschaft. So finden viele ihrer Porträt-, Business- und Familienfotoshootings auch draussen in der Natur oder am Seeufer statt. Ilg ist in der ganzen Schweiz für Werbe- und Architekturaufnahmen tätig, fotografiert Events und gestaltet Flyer und Broschüren – alles rund um das professionelle Bild. Vielseitigkeit und Flexibilität sind ihr wichtig. Dies sei unabdingbar, um an diesem Standort bestehen zu können.

www.fotodesign-ilg.com



Nutzfahrzeug-Wartung mit Mehrwert

Innert 22 Jahren hat sich die Thomann Nutzfahrzeuge AG mit beispielloser Flexibilität zum führenden Dienstleister vom Zürichsee via Ostschweiz bis in die Bündner Südtäler entwickelt



Wartung und Reparaturen von LKW, Omnibussen und Transportern.

«Wir verstehen uns als Gas(t)geber für Wartung und Verkauf von Lastwagen, Omnibussen und Transportern», sagt Inhaber und Geschäftsführer Luzi Thomann. Das unabhängige Familienunternehmen, eine Seltenheit in der Branche, ist seit seiner Gründung im Jahr 1995 massiv gewachsen:

- von einem auf fünf Garagenbetriebe, mit Standorten in Schmerikon (Hauptsitz), Chur Oberalpstrasse und Industriestrasse, Frauenfeld und Arbon
- von 18 auf rund 200 Mitarbeitende, davon heutzutage über 30 Lernende

Mehrwerte für die Kunden

Was ist das Erfolgsgeheimnis hinter diesem Wachstum? «Wir nehmen dem Kunden alles Erdenkliche ab und bieten einen buchstäblich umfassenden Ser-

vice», so Luzi Thomann. Nur schon die weit überdurchschnittlichen Öffnungszeiten machen es dem Kunden einfach, sein Fahrzeug in der betrieblich vorteilhaftesten Zeit instandhalten zu lassen. Mit dem 24-Stunden Piktettdienst und dem fliegenden Mechaniker sorgt Thomann auch bei Pannen dafür, dass das betroffene Fahrzeug rasch wieder einsatzbereit ist. «Denn die Kunden wollen fahren, nicht warten», betont auch Marcel Brotzer, Betriebsleiter in Schmerikon.

Die langen Öffnungszeiten, welche auch Samstags miteinschliessen, sind auf eine wegweisende Arbeitszeit-Organisation zurückzuführen. Die Thomann-Mitarbeitenden können aus 40 Arbeitszeitmodellen wählen, um Berufliches und Privates optimal unter einen Hut zu bringen. Das führt zu einer win-win-win Situation: Es profitieren der Kunde, der Mitarbeitende und das Unternehmen Thomann.

Kostenloses Holen/Bringen

«Das kostenlose Abholen und Zurückbringen der Fahrzeuge schätzen unsere Kunden ganz speziell», berichtet Andreas Strittmatter, Betriebsleiter in Frauenfeld. Der Zeitverlust für eine Wartung oder eine Reparatur wird so auf dem Minimum gehalten. «Rasche Dienstleistungen und zeitsparende Abläufe machen die Musik im Markt», fasst Luzi Thomann zusammen, «und da sind wir ganz vorne mit dabei.»



Moderne Prüfstrassen in allen Betrieben.



THOMANN
 NUTZFAHRZEUGE AG
 SCHMERIKON · CHUR · FRAUENFELD · ARBON

www.thomannag.com



Ihr Kontakt:

Thomann Nutzfahrzeuge AG, 8716 Schmerikon
 Tel. 055 286 21 90, info@thomannag.com

Ersatzteillieferungen in regelmässiger Standard-Tour oder express.

Ersatzteile stets just in time

«Nutzfahrzeuge gehören auf die Strasse» – um Stehzeiten für die Kunden zu minimieren, bietet Thomann einen ausgeklügelten Ersatzteillieferdienst. «Unsere Kunden wollen fahren, nicht warten», betont CEO Luzi Thomann. Da das Unternehmen drei Fahrzeug-Kategorien wartet und zudem Partner verschiedener Fahrzeugmarken ist, werden im Ersatzteillager über 200 000 Artikel bewirtschaftet. Im ganzen Marktgebiet liefert Thomann die Teile in einer festgelegten, regelmässigen Tour oder express.

denker und Ideen-Taktgeber unter Beweis gestellt, dies mit dem innovativen Internetangebot «Preisgenossen».

Das Online-Angebot richtet sich an alle, die sofort ein Transporter-Fahrzeug benötigen und dabei noch Geld sparen wollen. Einzigartig ist dabei, dass mit jedem verkauften Angebotsfahrzeug der Preis für alle Käufer sinkt. Für jedes Angebot gibt es somit einen Startpreis sowie laufend rabattierte Preise bis zum Aktionsende. Interessierte KMU schliessen sich unter thomannag.com den Preisgenossen an und profitieren vom Motto «Heute kaufen, morgen fahren – und gemeinsam richtig sparen». Es kann sich für jeden Käufer daher buchstäblich lohnen, Berufskollen von der Beschaffung zu erzählen oder eine gemeinsame Beschaffung untereinander abzustimmen.

«Sie fahren, wir kümmern uns um den Rest.»

Innovativ auch im Verkauf

Im Verkauf vertritt Thomann die Marke Renault Trucks an allen Standorten, und zwar für Lastwagen und die gesamte Transporterflotte vom Kastenwagen bis hin zum Dreiseitenkipper sowie die Marke Volvo Trucks in Chur. Das Unternehmen hat auch im Verkaufsbereich seinen Ruf als Quer-

Der Kunde und Preisgenosse Iwan Schlegel, Inhaber der Rubeco Metallbau GmbH in Sargans, schildert seine Erfahrung so: «Ich bin fast erschrocken, wie günstig am Aktionsende der Kleinbus war. Und zackig ist es auch gegangen.»

So kauft man Transporter heute – Internetangebot mit Sparpotenzial.



«Jobs für Hand und Hirn» an der OBA

Hier treffen interessierte Schulabgänger/innen auf die Firma Thomann und ihr Angebot an vier Nutzfahrzeug-Ausbildungen:

OBA Ostschweizer Bildungs-Ausstellung
 Olma Messen St.Gallen
 31. August bis 3. September 2017
 Halle 3.0, Stand 3.0.44



Mehr Information über Lehrstellen und Berufe finden sich unter lernende.thomannag.com



Berit Paracelsus-Klinik präsentiert:

NACHT

DES OSTSCHWEIZER FUSSBALLS

**28.
10.
2017**

→ Olma-Halle 9.1 // St. Gallen
→ fussballnacht.ch

Save the Date

Wir freuen uns Sie am 28. Oktober 2017 zur 6. Nacht des Ostschweizer Fussballs begrüßen zu dürfen.

Sie haben die Liegenschaft, wir die Käufer.

Geniessen Sie Ihren Lieblingsplatz. Und nehmen Sie sich Raum für mehr Lebensqualität. Dank unserer langjährigen Erfahrung in der Immobilienwelt unterstützen wir Sie persönlich, professionell und kompetent. Von Kauf und Verkauf über Vermietung und Verwaltung bis hin zur Projektentwicklung oder dem Portfoliomanagement. Als erste Adresse in der Ostschweiz, mit Standorten in Amriswil, St.Gallen und Wil, erfahren Sie mit uns jene Sicherheit, die Sie als Auftraggeber Vertrauen und zurücklehnen lässt. Wenn Sie gerne mehr wissen möchten, kontaktieren Sie uns bitte. Via Telefon 071 414 50 60 oder auf www.thoma-immmo.ch

THOMA Immobilien Treuhand AG
Bahnhofstrasse 13A
8580 Amriswil

Vertrauen seit 1978.



Thurgauer Gourmetwanderung

Am Freitag, 15. September, und Samstag, 16. September, findet zum 13. Mal die Thurgauer Gourmetwanderung statt. Der Samstag ist mit 600 Teilnehmern bereits komplett ausgebucht, während es am Freitag noch freie Plätze gibt. Für Unternehmen bietet der Freitag eine ideale Gelegenheit, Kunden und Mitarbeiter mit einem abwechslungsreichen, genussvollen Programm zu begeistern. Weitere Infos unter: www.thurgau-bodensee.ch/gourmetwanderung

Thurgauer Webprojekt auserkoren



Alle denken stets zuerst an den Apfelkanton, dabei ist der Thurgau ein typischer Industriekanton. Erfolgreiche Unternehmen wie Greuterhof, Saurer, Isa Bodywear oder Stadler Rail prägen seit dem 19. Jahrhundert Land und Menschen. Unternehmensgründer oder Geschäftsgang kennt man aus den Medien, die Geschichte der Arbeiter hingegen ist weitgehend unbekannt. Dabei war bis 1970 jeder zweite Thurgauer in der Industrie tätig. Im Webprojekt «meineindustriegeschichte.ch» sollen nun neben den Patrons auch Herr und Frau Büezer zu Wort kommen. Sie erzählen in dem Projekt von ihrem Arbeitsalltag, von italienischen Gastarbeitern oder von persönlichen Schicksalen. Dies sind die kennzeichnenden Themen der sogenannten «Oral History», der mündlich aufgezeichneten Geschichte. Die Website des Historischen Museums Thurgau ist damit gleichzeitig auch Datenbank und vielschichtiges Archiv.

KMU zu Innovationsprozessen führen

Dieses Ziel verfolgt ein neues Angebot des Thurgauer Technologieforums. Start ist am 12. September mit einem Impulsanlass in Weinfelden zum Thema «Trends als Inspirationsquelle». Auf ein Referat von Prof. Dr. Lukas Schmid vom Institut für Innovation, Design und Engineering der Fachhochschule St.Gallen folgen eine Diskussionsrunde und ein Networkingapéro. Der Eintritt ist frei. www.technologieforum.ch

Schaffner zweimal ausgezeichnet

Schaffner AG zählt zu den grossen Gewinnern des «German Brand Awards 2017». Die Expertenjury hat das Traditionsunternehmen aus dem thurgauischen Müllheim als Gewinner in der Kategorie «Industry Excellence in Branding» ausgezeichnet und damit die exzellente Markenstrategie des Gartenmöbelherstellers gewürdigt. Einen weiteren wichtigen Markenaward erhielt Schaffner in der Kategorie «Excellence in Brand Strategy, Management und Creation». Die Auszeichnungen wurden von Firmenchef Martin Schaffner an einer Galaveranstaltung in Berlin entgegengenommen.



Arbonia ist solide unterwegs

Der Konzernumsatz der Arboner Arbonia-Gruppe wuchs gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 36 % auf 624.4 Millionen Franken. Das organische Wachstum, das heisst ohne die Beiträge der Looser- und Koralle-Gruppen, belief sich auf -1.8 %. Das EBITDA erhöhte sich von 27.3 Millionen im Vorjahr auf 44.6 Millionen Franken, respektive bereinigt um Sondereffekte von 23.3 auf 45.9 Millionen. Das EBIT verbesserte sich gegenüber der Vorjahresperiode und stieg auf 12.6 Millionen bzw. bereinigt auf 13.2 Millionen Franken. Die Arbonia erzielte mit den fortzuführenden Geschäftsbereichen ein positives Unternehmensergebnis nach Steuern im Umfang von 5.4 Mio. bzw. 6.2 Millionen Franken ohne Sondereffekte.





Rechtsdienst im DEK unter neuer Leitung

Der Zürcher Rechtsanwalt Philipp Kübler wird neuer Leiter des Rechtsdienstes im Departement für Erziehung und Kultur (DEK) des Kantons Thurgau.

Per 1. August trat er die Nachfolge von Titus Gunzenreiner an, der als Richter in die Verwaltungsrekurskommission des Kantons St.Gallen gewählt wurde.

«Hoch hinaus, aber nicht abheben»

Die Thurgauer Raiffeisenbanken sind gut ins Geschäftsjahr 2017 gestartet: Alle Kennzahlen zeigen deutlich nach oben, so etwa Bilanzsumme, Betriebsertrag und Bruttogewinn. An der Halbjahresmedienkonferenz wurde betont, dass sich die Bankengruppe als ein Verbund von KMU-Betrieben im Thurgau sieht, geerdet bleiben will und sich dem Strukturwandel stellt. «Raiffeisen bleibt auf dem Pfad des Erfolges», sagte Urs Schneider, Präsident des Thurgauer Verbands der Raiffeisenbanken (rechts im Bild). Das Halbjahresergebnis unterstreiche, dass die Thurgauer Raiffeisenbanken «hoch hinaus, aber nicht abheben wollen». Josef Maier, Ressortverantwortlicher Öffentlichkeitsarbeit im Vorstand des Thurgauer Verbands (links im Bild), informierte im Detail über die Halbjahreszahlen. Die konsolidierte Bilanzsumme aller Thurgauer Raiffeisenbanken wuchs um 2.5 Prozent auf 13.429 Milliarden Franken, die Ausleihungen stiegen um 1.9 Prozent auf 11.79 Milliarden, die Kundengelder auch um 1.9 Prozent auf 9.42 Milliarden.

Model setzt mit Digitaldruck auf Wellkarton auf Flexibilität



2015 wurde eine Bobst-Digitaldruckmaschine als Beta-Version bei der Model AG in Weinfelden in Betrieb genommen. Seither wurde die Anlage kontinuierlich weiterentwickelt. Kürzlich wurde die Investition in die digitale Stream-Inkjet-Technologie mit dem Einbau des Lackwerkes abgeschlossen.

Damit setzt die Model AG am Standort Weinfelden auch auf digitale Produktion. Denn die Zeit, in der Kunden teure Lagerkapazitäten für Verpackungen und Displaymaterial vorhielten, ist vorbei. Der Markt verlangt nach immer mehr Flexibilität; Druckmotive und Layouts werden in kürzeren Intervallen verändert oder an regionale Besonderheiten angepasst. Kunden wollen immer schneller am Markt sein – mit dem wasserbasierten Stream-Inkjet-Digitaldruck ist dies möglich, auch für die Lebensmittelindustrie.



Ganzheitlichen Blick in die Zukunft werfen

Wie könnte der Kanton Thurgau in 20 bis 25 Jahren aussehen? Wie leben, wohnen und arbeiten die Einwohner des Kantons dannzumal? Wie werden sich Wirtschaft, Landschaft, Gesundheit, Tourismus, Bildung und Kultur in der Zwischenzeit verändern und entwickeln? Diesen Fragen geht der Thurgauer Regierungsrat im Projekt «Strategie Kanton Thurgau» nach. Ziel des Prozesses ist es, eine langfristige, ganzheitliche Strategie mit klaren Zielen zu erarbeiten. Sie soll dem Regierungsrat Leitlinien für die Bewältigung der zukünftigen Aufgaben geben.

Der Prozess wird von der Firma «Swiss Brand Experts» aus Zürich begleitet. Projektleiter ist der Frauenfelder Thomas Harder, Mitinhaber von «Swiss Brand Experts». Das Kostendach für die Erarbeitung der Strategie beträgt 113 000 Franken.

Fachveranstaltung EKT Dialog mit Wirkung



Über 100 Teilnehmer, darunter viele Gemeindepräsidenten und ein Thurgauer Regierungsrat, liessen es sich bei der jüngsten Ausgabe der Fachveranstaltung EKT Dialog in Weinfelden nicht nehmen, neuste Informationen der Energiebranche aus erster Hand zu erhalten. Schwerpunkte waren die Folgen der Energiestrategie 2050 und die Digitalisierung. Beim Thema intelligentes Netz (Smart Grid) bekundeten gleich mehrere Gemeinden spontan ihr Interesse an einer Pilotinstallation.

bott

Von Profis für Profis

**SERVICE
PARTNER**

bott - Fahrzeug- und Betriebseinrichtungen



Die Bauteile der bott Fahrzeugeinrichtungen sind in ihren Dimensionen und mit ihren Befestigungspunkten exakt auf die Fahrzeuggegebenheiten Ihrer Fahrzeugmarke abgestimmt. Hieraus resultieren bestmögliche Stauraumnutzung sowie eine sichere Montage und rückstandsfreie Demontage. Dies trifft für die fertig konfigurierten Module ebenso zu, wie für eine individuelle Einrichtung, die wir exakt nach Ihren Bedürfnissen planen. So ist die Kombination Ihres Nutzfahrzeuges und einer bott vario Fahrzeugeinrichtung ein ineinandergreifendes System.

Die neuen bott Betriebseinrichtungen sind robust und funktional. Das Konzentrieren auf die entscheidenden und wesentlichen Eigenschaften einer Betriebs-einrichtung sind deren Stärke. Die hochwertige Qualität von bott ist ideal für Anwender mit hohen Ansprüchen an ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Das generische Design ist zeitlos, passt zur gewohnten Arbeitsumgebung und in jede Werkstatt.



Erfahrung und Kompetenz auch im Aussendienst

Jetzt einen kostenlosen Einrichtungsvorschlag inklusive einer 3D-Visualisierung anfordern.

Sie können direkt mit unserem Einrichtungsspezialisten in Kontakt treten. Er wird Sie kompetent beraten und Ihre Wünsche und Bestellungen gerne entgegen nehmen. Selbstverständlich besucht er Sie auch gerne bei Ihnen im Betrieb, um Ihnen die Qualität und Vielseitigkeit unserer Produkte vorzuführen. Lassen Sie sich Ihren individuellen und kostenlosen Einrichtungsvorschlag inklusive einer 3D-Visualisierung erstellen.

Rinaldo Dort

bott@garagestahel.ch

STAHEL

so fährt man

Stahel AG | Transit Center
8580 Amriswil | www.garagestahel.ch
Tel. 071 511 38 00 | Fax 071 511 38 01



1



3



2



4



5



6

1 Arbon: «Riva» | 2 Güttingen: «Seewies» | 3 Uttwil: «Seegang» | 4 Arbon: «Wohnen mit Familie» | 5 Arbon: «Breitehof» | 6 Arbon: «breeze»

DIE OSTSCHWEIZ IST UNSERE HEIMAT

Als schweizweit tätiges Unternehmen mit Hauptsitz in Frauenfeld liegt uns die Ostschweiz ganz besonders am Herzen. Hier haben wir vor Jahrzehnten begonnen. Hier sind wir gross geworden.

HRS steht für Engagement, Weitblick, Innovationskraft und langjährige Erfahrung. So setzen wir zielstrebig und motiviert die baulichen Visionen unserer Kunden um. Die Entwicklung und die bauliche Realisation sind unsere Kernkompetenzen, die Zukunft der Ostschweiz zu gestalten ist unsere Leidenschaft.



HRS Real Estate AG • HRS Renovation AG

Areal- und Immobilienentwickler, Total- und Generalunternehmer

Walzmühlestrasse 48 • CH-8501 Frauenfeld • T +41 52 728 80 80 • frauenfeld@hrs.ch • www.hrs.ch

BASEL • CHUR • DELÉMONT • FRIBOURG • GENÈVE • GIUBIASCO • GÜMLIGEN/BERN • KRIENS/LUZERN

NEUCHÂTEL • ST.GALLEN • ST-SULPICE • VADUZ • ZÜRICH

