



SPECIAL

Siegerteam Marktforschung

«Welche Werte leben Arbeitgeber?»

Seite 16



Siegerteam Managementkonzeption

Gute Jobs in der Tasche

Seite 24

DIE NEUE GENERATION

Der WTT YOUNG LEADER AWARD 2018
feiert selbstbewusste Sieger

FHS St.Gallen

Strahlt in die Region hinaus.

Ein Studium oder eine Weiterbildung an der FHS St.Gallen ist mehr als nur eine Ausbildung. Wir bilden die nächste Generation von Fach- und Führungskräften aus.

Bachelor-Studiengänge

Architektur, Betriebsökonomie, Pflege, Soziale Arbeit, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsingenieurwesen

Master-Studiengänge

Betriebsökonomie, Pflege, Soziale Arbeit, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsingenieurwesen (MSE)

Weiterbildungs-Angebot

Von B wie Banking über I wie Innovation bis W wie Wirtschaftsingenieurwesen.

Weitere Informationen: www.fhsg.ch

Eine neue Generation von Young Leaders



Liebe Leserinnen und Leser

Der elfte WTT YOUNG LEADER AWARD ist passé. Mit den Jahren ändern sich auch die Typen, die das Siegertreppchen für sich beanspruchen. Ambitioniert waren sie schon immer. Doch dieses Jahr standen neun Herren – leider nur Herren – zuoberst: selbstbewusst, kommunikativ stark, weltgewandt. Sie brillieren mit interkulturellen Kompetenzen und nehmen sich durchwegs als Teams, nicht als Einzelkämpfer wahr. «Man muss sich gegenseitig mitreissen», sagt Award-Gewinner Ferdinand Gross. «Sie erkennen ihre Stärken und verteilen die Arbeit optimal», lobt FHS-Sieger-Coach Rosella Toscano.

Neben ihrem Know-how aus Theorie und Praxis an der FHS St.Gallen bringen sich die Young Leaders mit ihren «Soft Skills» in Stellung auf dem Arbeitsmarkt. Viele von ihnen wollen aber erstmal verschiedene Jobs in unterschiedlichen Branchen ausprobieren, bevor sie sich festlegen. Wer ihnen dies als Orientierungslosigkeit auslegt, liegt krass falsch: Die Herren stellen hohe Ansprüche an ihre Arbeitgeber. «Mir ist wichtig, wofür ein

Unternehmen steht», sagt etwa Award-Sieger Thomas Schöb. Und Mauritius Berchtel – ebenfalls auf dem ersten Rang – findet entscheidend: «Welche Werte werden in einer Firma eigentlich gelebt?» Nicht überheblich, aber von seinem Wert überzeugt sagt der frischgebackene Young Leader Manuel Baumann: «Wer praxistaugliche Lösungen bringt, ist gefragt.» Lesen Sie mehr zu unseren Siegerteams auf den Seiten 16 und 24.

Der WTT YOUNG LEADER AWARD ist und bleibt das Schaulaufen der ambitionierten Absolventinnen und Absolventen der FHS St.Gallen. Hier kommen Unternehmen in Kontakt mit den besten Talenten, die der Fachbereich Wirtschaft hervorbringt. An unserem Award-Buffer strecken beide Seiten ihre Fühler aus – die heutigen und die Young Leaders.

Sie überzeugt und beeinflusst Millionen: Julia Graf, die erfolgreichste Schweizer Influencerin, hielt das Award-Referat: Wie bindet man über Soziale Medien Fans und Follower

an sich? Was können Unternehmen von Influencern lernen? Jurymitglied Thomas Haring, Topmanager von Leica Geosystems, zeigte es vor und demonstrierte auf der Bühne ein schickes Vermessungsgerät im Smartphoneformat. Dieses und weitere Videos der Award-Nacht finden Sie auf unserem YouTube-Kanal «WTTYoungLeaderAward». Helfen Sie unserem Jurymitglied und seinem Vermessungsgerät zu digitalem Ruhm?

Wir danken 650 Wirtschaftsleuten, Politikerinnen, Wissenschaftlern, Studierenden und ihren Angehörigen für ihr Interesse am WTT YOUNG LEADER AWARD und den Praxisprojekten. Ein besonderer Dank geht an unsere 24 Sponsoren – sie dokumentieren die starke Verbindung der FHS St.Gallen mit der Praxis eindrücklich.

Danke und bis im nächsten Jahr!

Prof. Peter Müller
Leiter Wissenstransferstelle WTT-FHS

Sponsoren

 Welcome Sponsor	 Networking Sponsor	 Preissponsor 1. Rang	 Preissponsor 1. Rang	 Preissponsor 2./3. Rang	 Preissponsor 2./3. Rang	 Celebration Sponsor	 Nachhaltigkeitspartner
 Technikpartner	 Invitation Sponsor	 Invitation Sponsor	 Community Sponsor	 Community Sponsor	 Community Sponsor	 Medienpartner	 Medienpartner
 Young Entrepreneur Sponsor	 Internationalisierungspartner	 Kategorieonsponsor	 Kategorieonsponsor	 Patronatspartner	 Patronatspartner	 Patronatspartner	 Patronatspartner



Sei ein Teil der Bühler Welt!

Bei Bühler wollen wir mit sicheren Nahrungsmitteln und energieeffizienten Produkten unseren Teil zu einer nachhaltigen Welt beitragen.

Wir sind in über 140 Ländern tätig und halten weltweit führende Marktposition in der Beschaffung von Industrieanlagen zur Verarbeitung von Mehl und Futtermittel, der Herstellung von Pasta und Schokolade sowie der Fertigung von Druckguss Aluminium Bauteilen.

Um dies verwirklichen zu können, braucht Bühler die besten Mitarbeitenden. Daher suchen wir motivierte Hochschulabsolventen/innen, die sich damit identifizieren und mit grosser Leidenschaft in die Bühler Welt eintauchen möchten.

Starte deine internationale Karriere bei uns!
www.buhlergroup.com



Die Chance genutzt

Die Migros Ostschweiz bietet während und nach dem Studium attraktive Einstiegs- und Karrieremöglichkeiten. Mit akademischem Background und Einsatzwille öffnen sich beim Orangen M schnell Türen, wie Stefan Sollers Weg beispielhaft zeigt.



Stefan Soller, seit fast vier Jahren leiten Sie bei der Migros Ostschweiz die strategische Geschäftseinheit für Kolonial- und Tiefkühlprodukte. Sind Sie mit 29 Jahren schon an Ihrer Zielstelle angelangt?

Darüber mache ich mir ehrlich gesagt keine Gedanken. In erster Linie muss mir die Arbeit Spass machen. Das ist momentan absolut gegeben. Es freut mich, dass ich nun schon seit längerer Zeit die gleiche anspruchsvolle Funktion ausführen darf. Nach meinem Einstieg bei der Migros ging es sehr schnell vorwärts für mich.

Vom Antritt Ihrer Festanstellung bis zur Übernahme dieser wichtigen Geschäftseinheit vergingen nur eineinhalb Jahre.

Das war von beiden Seiten nicht unbedingt geplant. Ich kannte die Migros Ostschweiz schon aus meiner Zeit als Werkstudent, wo ich das Wissen aus dem Studium bereits

vielseitig mit der Praxis in Verbindung bringen konnte und die Möglichkeit erhielt, mir intern ein Netzwerk aufzubauen. Erste Führungserfahrungen durfte ich gleich nach meinem Einstieg sammeln als mir die Migros-Partner, unabhängige Läden mit Migros-Sortiment, unterstellt wurden. Als dann die Leitung der strategischen Geschäftseinheit Kolonial/Tiefkühl ausgeschrieben wurde, habe ich nicht lange gezögert.

Sie waren damals 25 und sind heute noch der Jüngste unter den leitenden Mitarbeitenden.

Für mich ist es nach wie vor nicht selbstverständlich, dass ich schon so eine Funktion ausüben darf. Basis ist sicherlich viel Einsatz und Wille. Damit es aber dazu kommt, müssen die richtigen Personen im Unternehmen an einen glauben und einen unterstützen. Das war bei mir von Anfang an gegeben.

Im Team, dessen Leitung sie übernommen haben, waren Sie ebenfalls der Jüngste. War das kein Problem?

Ich musste am Anfang schon überlegt vorgehen. Man sagte mir, dieses Team sei einfach zu führen, es gäbe kaum Wechsel. Zwar waren alle Mitarbeitenden unkompliziert und offen, aufgrund eines krankheitsbedingten Ausfalls und vier kurz aufeinanderfolgenden Schwangerschaften kam es dann aber zu personellen Engpässen, die es zu bewältigen galt. Deshalb war es dann doch nicht so ruhig wie erwartet. Die nötige Unterstützung war aber jederzeit vorhanden.

Ist diese Unterstützung typisch für die Migros?

Das würde ich schon sagen. Aufgaben wie Menschen sind vielfältig. Es gibt positive und herausfordernde Momente. Die Unterstützung untereinander ist aber jederzeit

gegeben. Wir haben hier eine sehr bodenständige und wertschätzende Kultur.

Was hat Sie überhaupt dazu bewegt, bei der Migros einzusteigen?

Vor meiner Festanstellung war ich schon als Werkstudent bei der Migros Ostschweiz tätig. Nachdem ich das Bachelorstudium erfolgreich abgeschlossen hatte, legte ich ein Zwischenjahr ein. Für die Zeit danach suchte ich nach einer spannenden Tätigkeit, in welcher ich mein im Studium erlangtes theoretisches Wissen in die Praxis umsetzen konnte. Es sollte mir aber auch genug Zeit bleiben, um mich meinem Masterstudium widmen zu können. Ich konnte im 30-Prozent-Pensum arbeiten und mir dabei die Zeit ziemlich frei einteilen, was gerade während den Prüfungsphasen optimal war.

Haben sich auch Ihre inhaltlichen Erwartungen ans Werkstudium erfüllt?

Auf jeden Fall. In einem so grossen und vielseitigen Unternehmen wie der Migros kommt man mit vielen spannenden Themen in Berührung. Meine Vorgesetzten setzten von Anfang an auf mich. Dadurch konnte ich schnell sehr tief in die Sortimentsarbeit eintauchen. Wer gute Arbeit leistet wird mit herausfordernden Projekten gefördert. Man kann hier bei der Migros Ostschweiz sehr gut wachsen.

Wie hat man seitens Unternehmen dafür gesorgt, dass Sie in Ihre jetzige Funktion hineingewachsen sind?

Ein grosser Teil, dass es so gut geklappt hat, ist auf die Unternehmenskultur zurückzuführen. Bei der Migros Ostschweiz ist man offen und hilfsbereit. Es ist enorm wichtig, dass man gut vernetzt ist. Mir standen jederzeit Mitarbeitende unterstützend zur Seite. Auch der Besuch von diversen internen Weiterbildungen hat dazu beigetragen, dass ich diese neue Herausforderung meistern konnte. Besonders die Führungsausbildung hat mir geholfen.

Klingt als sei alles reibungslos gelaufen.

Nein, das war nicht immer der Fall. Zu Beginn musste ich beispielsweise eine neue Arbeitsmethodik entwickeln, um der E-Mail-Flut Herr zu werden. Auch den Respekt einzelner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von

der Verkaufsfreund musste ich mir erarbeiten, da ich selbst nie draussen im Laden gearbeitet habe.

Heute sind Sie selber in der Position in der Sie Mitarbeitende fördern können.

Wie machen Sie das?

Ich versuche ihnen das zu bieten, was mir geboten wurde. Meinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gebe ich Freiheiten und nehme sie damit auch in die Verantwortung. Mir hat es sehr geholfen, dass man mich einfach ins kalte Wasser geworfen hat. Das mache ich hin und wieder genauso. Sollte ich dann sehen, dass es nicht in die gewünschte Richtung läuft, kann ich immer noch steuernd eingreifen. Mir ist wichtig, dass meine Mitarbeitenden wissen: Wenn man sich einsetzt und mitdenkt, kann in der Migros-Welt sehr schnell eine Tür aufgehen.

Von der Universität St. Gallen zur Migros Ostschweiz

Stefan Soller machte 2010 seinen Bachelor in Betriebswirtschaftslehre an der Universität St. Gallen. Nach einem Zwischenjahr mit Rekrutenschule sowie Praktika bei Office World und CNC München begann er sein Masterstudium in Marketing, Dienstleistungs- und Kommunikationsmanagement. Begleitend stieg er bei der Migros Ostschweiz als Werkstudent ein. Mit Abschluss des Masterstudiums übernahm Stefan Soller 2013 eine Doppelfunktion innerhalb der Migros Ostschweiz. Bis er Anfang 2015 in seine aktuelle Funktion als Leiter der strategischen Geschäftseinheit Kolonial / Tiefkühl wechselte, war er für Projekte und Controlling in der strategischen Geschäftseinheit Backwaren / Convenience zuständig.

Anzeige

«Vielfältige Karrieremöglichkeiten entdecken.»

www.migros-ostschweiz.ch/stellen

MIGROS



Wir bauen auf Talent und Teamarbeit.

Sie sind hochmotiviert. Sie packen spannende IT-Projekte gerne gemeinsam mit erfahrenen Experten und begabten Einsteigern an. Dann passen Sie zu uns. Wir sind die neue Abraxas, hervorgegangen aus VRSG und Abraxas.

Wir freuen uns auf Sie als neue Kollegin oder Kollegen.

Jetzt bewerben!
abraxas.ch/jobs


abraxas

«And the Winner is ...»

Die präzise Erforschung des Kundenverhaltens von Rhomberg Schmuck AG und eine aufwendige Analyse von Medikamentenprozessen in chinesischen Spitälern machten das Rennen um den WTT YOUNG LEADER AWARD 2018. Influencerin Julia Graf zeigte im Award-Referat, wie Unternehmen in Sozialen Medien agieren können. Und am Award-Buffer vernetzten sich einmal mehr Wirtschaft, Wissenschaft und Politik – gestandene Führungskräfte mit künftigen.

Wer sich als Influencer in Sozialen Medien durchsetzen will, «muss Trends schnell identifizieren und blitzschnell umsetzen können», gab die Festrednerin dem illustren Publikum am Montag, 17. September, in der Tonhalle St.Gallen mit auf den Weg. Sie muss es wissen: Mit Julia Graf gab sich die erfolgreichste Influencerin der Schweiz die Ehre. Ihre YouTube-Videos mit Beauty- und Lifestyle-Tipps wurden bisher 184 Millionen Mal geklickt.

Schnell erkennen, um was es geht, und blitzschnell aus dem Fundus der gelernten Theorie die richtigen Instrumente in der Praxis anwenden: Dies mussten auch die 52 Teams, die sich mit Praxisprojekten in Marktforschung und Managementkonzeption für den WTT YOUNG LEADER AWARD 2018 qualifiziert haben. In der Regel haben sie dafür mindestens 800 Arbeitsstunden in einem Semester eingesetzt. Sechs Studierenden-Teams wurden mit der Nomination für den WTT YOUNG LEADER AWARD geadelt, zwei nun gekrönt.

Award-Sieger Ferdinand Gross:

«Es gab unzählige Hürden zu überwinden.»

Konkrete Handlungsempfehlungen

Den Sieg in der Kategorie Marktforschung holte sich das Team, das für den Kunden Rhomberg Schmuck AG aus Marbach mit einer mehrstufigen Befragung erforschte, wie die Kunden eines der grössten Schweizer Schmuckherstellers heute einkaufen. Ergebnis: Höchst unterschiedlich. Während für ältere Kundschaften der Rhomberg-Katalog nach wie vor wichtig ist, informieren sich jüngere Kunden über Social-Media-Kanäle.

Eines ist aber bei allen Altersgruppen gleich, wie FHS-Student Bernhard Oberholzer feststellte: «Schmuck anzuprobieren und sich individuell beraten zu lassen, steht bei allen hoch im Kurs.» Die Handlungsempfehlung, mit «Click and Collect» die Vorteile der Online-Präsenz mit den Stärken des Filialnetzes zu kombinieren, wird deshalb bereits umgesetzt.

Den zweiten Rang sicherte sich ein Team, das für den Roggwiler Hersteller von pflanzlichen Arzneimitteln, Bioforce, das Marktpotenzial eines neuen Medikamentes abklärte. Auf den dritten Platz kam ein Marktforschungsprojekt für thyssenkrupp Materials Schweiz

AG, die Metalle an Medizinaltechnikunternehmen liefern möchte.

Internationaler Austausch

Viele der Praxisprojekte, die um den WTT YOUNG LEADER AWARD buhlen, sind internationale Kooperationen, die Projektteams setzen sich aus Studentinnen und Studenten aus verschiedenen Ländern zusammen. Dies ist auch beim Siegerprojekt in der Kategorie Managementkonzeption der Fall. Zusammen mit Kolleginnen und Kollegen von der Shanghai University untersuchten FHS-Studenten den Medikamentenfluss in chinesischen Spitälern für Swislog Shanghai, ein Unternehmen, das sich auf die Automatisierung der Medikamenten-Bereitstellung spezialisiert hat. FHS-Student Ferdinand Gross als Projektleiter sprach von «unzähligen Hürden», die es in diesem interkulturellen Projekt zu überwinden gab. Das Team investierte gut 2000 Arbeitsstunden in sein Projekt, dessen Filetstück wohl die schwierige Feldstudie in einem Spital in Shanghai war. «Das Problem war, dass die Befragten gar nicht Auskunft geben wollten», sagte Projekt-Coach Andreas Löhner, die Studenten hätten sich deshalb



www.pwc.ch/stgallen

Für Grossunternehmen ab fünf Mitarbeitenden.

Dass sich kleine und mittlere Unternehmen bei Wirtschaftsprüfung, Steuern und Beratung auf PwC verlassen, hat gute Gründe. Das dynamische Wirtschaftsumfeld erfordert vom Unternehmer volle Konzentration auf das Kerngeschäft. Und es verlangt nach einem Partner, der die rechtlichen und steuerlichen Fragen ebenso kompetent löst wie die strategischen. Ihre Entscheidung für PwC ist deshalb keine Frage der Unternehmensgrösse. Sondern des Qualitätsanspruchs.

pwc

Beat Inauen, Partner Wirtschaftsprüfung und Leiter Geschäftsstelle, +41 58 792 73 11
Bruno Räss, Partner Wirtschaftsprüfung, +41 58 792 72 20

PwC, Vadianstrasse 25a/Neumarkt 5, 9001 St. Gallen

© 2018 PwC. All rights reserved. "PwC" refers to PricewaterhouseCoopers AG, which is a member firm of PricewaterhouseCoopers International Limited, each member firm of which is a separate legal entity.

Wir gratulieren
allen Gewinnern
des WTT YOUNG
LEADER AWARD
2018

Unser Geschäft ist Schrott!

Wir verstehen Industrie- und Gewerbe recycling als nachhaltige Rundum-Dienstleistung für Sie. Mit promptem Service aus einer Hand, transparenter Abwicklung und fairen Preisen finden Sie in uns einen kompetenten und verantwortungsvollen Partner – Hand drauf!



www.sorec.ch
Moosburg, 9200 Gossau



mit indirekten Fragestellungen zu den gewünschten Informationen durcharbeiten müssen.

Im zweitplatzierten Projekt entstand ein Messinstrument, mit dem das Romanshorer Integrationsunternehmen Brüggli seine Wirkung dokumentieren kann. Den dritten Rang holte sich das Team, das für die M&M Militzer & Münch International Holding in St.Gallen ein Bonus-System für Manager erarbeitete, das unterschiedliche Anreize in unterschiedlichen Kulturen integriert.

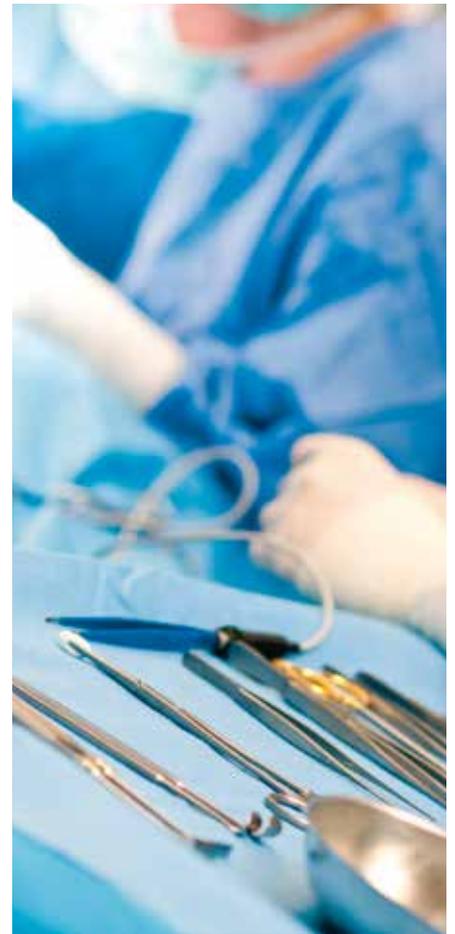
Get-together von heutigen und künftigen Leadern

Der Leiter der Wissenstransferstelle der FHS und Gastgeber des Events, Prof. Peter Müller, begrüßte rund 650 Teilnehmerinnen und Teilnehmer, darunter viele geladene Gäste aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik. Nach der Zeremonie pflegten diese beim Apéro einen intensiven Austausch. Das Besondere an einem der wichtigsten Ostschweizer Networking-Events: Im Mittelpunkt stehen nicht die anwesenden Leader von heute, sondern die Studentinnen und

Studenten der FHS, die sich anschicken, die Leader von morgen zu sein.

Im Mittelpunkt stehen nicht die anwesenden Leader von heute, sondern die Studentinnen und Studenten der FHS – die Leader von morgen.

Regierungsrat Bruno Damann, der Vorsteher des Volkswirtschaftsdepartements des Kantons St.Gallens, strich die Teamfähigkeit als eine zentrale Anforderung für künftige Kader heraus. Es gelte, ohne Reibungsverlust in möglichst vielfältig zusammengesetzten Teams zu arbeiten. «Die Studentinnen und Studenten der FHS haben mit den Praxisprojekten bereits den Tatbeweis erbracht, dass sie dies können.» FHS-Rektor Prof. Sebastian Wörwag schliesslich lobte seine Studierenden, die wissenschaftlich fundierte, aber eben auch «praxistaugliche und gute Lösungen» erarbeitet hätten.



Edelstahl und Titan für Implantate und Operationsinstrumente

Lösungen aus Metall für die Medizinaltechnik

thyssenkrupp Materials Schweiz AG
Industriestrasse 20 / Bronschhofen
CH-9501 Wil/SG
Tel. +41 (0)71 913 64 00
info.tkmch@thyssenkrupp.com
www.thyssenkrupp.ch



thyssenkrupp

engineering. tomorrow. together.





Brüggli: Vielfalt statt Einfach

Wirtschaftlich, aber nicht um jeden Preis. Sozial, aber nicht auf Kosten anderer: Brüggli engagiert sich für Menschen mit psychischen oder körperlichen Problemen und bietet gleichzeitig hochwertige Marktleistungen an.

Hauswirtschaftspraktikerin:
Einer von rund 40 Berufen,
die bei Brüggli erlernt und
praktiziert werden können.

Brüggli ist ein Industriebetrieb, ein Medienunternehmen, ein Restaurant und noch viel mehr. Mit Eigenprodukten für den Mobilitäts- und Heimtiermarkt sowie mit unterschiedlichen Dienstleistungen hat sich Brüggli als wirtschaftsnahes und stark vernetztes Sozialunternehmen etabliert. Die Vielfalt an Branchen und Kompetenzen kommt besonders jungen Menschen auf dem Ausbildungs- und

Integrationsweg zugute. Das agogische Portfolio reicht von der Frühintervention über ein Ausbildungsangebot von 40 Berufen bis hin zum Jobcoaching und betreuten Wohnen. Aktuell zählt Brüggli 230 Lernende. Über die 30-jährige Betriebsgeschichte betrachtet, haben per Sommer 2018 insgesamt 1000 junge Berufsleute erfolgreich eine Ausbildung bei Brüggli abgeschlossen.





Brüggli ist auch eine Gastronomie – von der hauseigenen Pastakollektion bis hin zum Geschäftsessen oder zur Hochzeitsfeier.



Arbeit an einem Leggero-Fahrradanhängen, ein Eigenprodukt von Brüggli, ausgezeichnet mit dem Design Preis Schweiz.

Auf Partnerbetriebe angewiesen

Brüggli arbeitet eng mit engagierten Partnerbetrieben zusammen und begleitet Klienten und Arbeitgeber verstärkt auch direkt im Arbeitsmarkt. Für die Lernenden von Brüggli sind Praktikumseinsätze Gold wert. In diesem Jahr haben sie per August bereits 94 Praktikumseinsätze mit einer Gesamtdauer von 323 Wochen leisten können. Ein Netzwerk von Betrieben und Organisationen in der ganzen Deutschschweiz macht es möglich.

Sinn und Perspektiven

Bei Brüggli arbeiten auch Menschen, die nicht in der Lage sind, im ersten Arbeitsmarkt zu bestehen. Ihnen bietet Brüggli eine Tätigkeit im geschützten Rahmen – zum Beispiel in der Montage, im Druckausrüsten oder bei den Technischen Diensten. Zudem engagiert sich Brüggli für Menschen, die nach einem Unfall oder nach einer Krise vor einer Neuorientierung stehen: Verschiedene Abklärungs- und Begleitmethoden dienen der schrittweisen Rückkehr zu einem möglichst selbstbestimmten Leben.

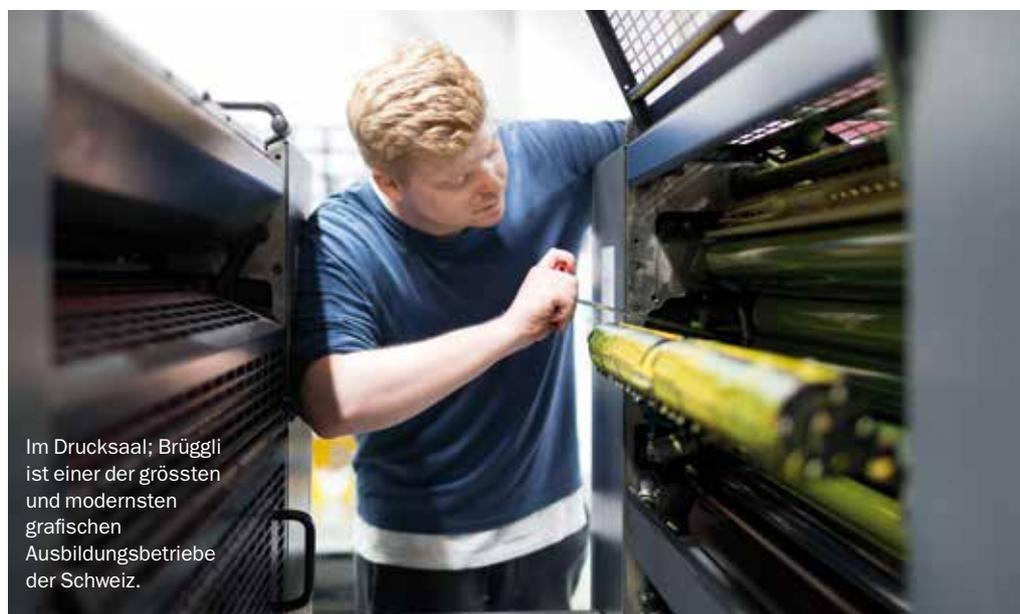
Gute Arbeit ist der Schlüssel zu einer erfolgreichen Ausbildung und Integration. Darum setzt Brüggli auf qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen sowie auf faire Partnerschaften, die den Einklang von wirtschaftlichem Anspruch und sozialer Mission fördern.

Es lohnt sich

Es lohnt sich für alle. Davon zeugt jeweils die Sozialbilanz, welche den volkswirtschaftlichen Nutzen – den sozialen Return on Investment – von Brüggli's Tun darlegt. Bereits vor zehn Jahren hat Brüggli zusammen mit der Fachhochschule St.Gallen FHSG als erstes Sozialunternehmen der Schweiz eine solche Erhebungsmöglichkeit geschaffen. 2018 folgten eine neue Wirkungsmessung und die Weiterentwicklung der Sozialbilanz, wiederum zusammen mit der FHS. Es entstand ein Messinstrument mit Pioniercharakter.

Brüggli steht auf der Rechtsgrundlage eines politisch und konfessionell neutralen Vereins nach Artikel 60 ZGB und besteht seit 1986. Heute beschäftigt Brüggli in Romanshorn rund 800 Mitarbeitende.

Brüggli
 Hofstrasse 5
 8590 Romanshorn
www.brueggli.ch



Im Drucksaal; Brüggli ist einer der grössten und modernsten grafischen Ausbildungsbetriebe der Schweiz.

Rhombergs Kundenverhalten – brillant veredelt

Sie analysierten das Kundenverhalten für Rhomberg Schmuck AG und wussten, wie man klare Empfehlungen überzeugend verkauft. Die Award-Sieger in Marktforschung kennen ihr Erfolgsgeheimnis. Beruflich haben sie noch nicht festgelegt, aber klar ist: Sie suchen Arbeitgeber, mit deren Werten sie sich identifizieren können.

Haben Sie Ihren Sieg ausgiebig gefeiert?

Bernhard Oberholzer: Die St.Galler Stadtwerke betrieben eine Bar in der Tonhalle mit Schwachstrom- und Starkstrom-Drinks. Wir kosteten beide und liessen den Abend dort ausklingen.

Welche Rückmeldungen haben Sie auf Ihren Sieg bekommen?

Tenzintseten Deckeykhangsar: Freunde und Familie gratulierten. Sie waren überrascht, welche Bedeutung der Anlass geniesst.
Mauritius Berchtel: Mir hat sogar der Gemeindepräsident von Eichberg geschrieben.
Bernhard Oberholzer: Meine dreijährige Patentochter hat mir per Whatsapp mit einem Video gratuliert: «Götti, Du bist super!»

Warum haben Sie gewonnen?

Stefan Roderer: Gezieltes Vorgehen, professionelle Präsentation!
Bernhard Oberholzer: Das Team funktioniert reibungslos.
Thomas Schöb: Zusammenhalt und Durchhaltewillen bis zum Letzten.
Manuel Baumann: Wir haben unzählige Befragungen durchgeführt bei Wind und Wetter in zwölf Städten – dabei lag unsere Erfolgsquote bei 50 Prozent.

Um diese zu erreichen, waren Sie offenbar kreativ ...

Stefan Roderer: Bei einer Strassenbefragung kann man beispielsweise eine Person ins Tram begleiten, wenn sie nicht warten kann.
Thomas Schöb: Schönes Wetter hilft, dann flanieren die Leute. Wer sich schick kleidet, wirkt seriös. Die FHS St.Gallen zu erwähnen lohnt sich, das gibt einen Bezug.
Manuel Baumann: Das Thema half auch. Menschen sprechen gerne über Schmuck.

Bernhard Oberholzer: Wir erklärten, dass wir keine Experten brauchen, sondern Leute wie dich und mich.

Ihr habt die «Customer Journey» bei Rhomberg Schmuck AG erforscht. Welche Theorien konnten Sie dabei praktisch anwenden?

Bernhard Oberholzer: Bei der Customer Journey geht es darum, das Verhalten der Kunden zu verstehen und diese dann in Gruppen einzuteilen.

.....
 «Wir arbeiteten oft im Tandem, bevor die Gruppe nochmals überprüfte.»

Manuel Baumann: Welche «Reise» durchlaufen die Kunden beim Kauf? Wo werden sie inspiriert? Wie informieren sie sich? Über welche Kanäle kaufen sie? Und weshalb kommen sie wieder? Das ist bei jedem Unternehmen individuell.
Thomas Schöb: Das Customer-Journey-Konzept ist in der Wissenschaft noch relativ neu. Vorlagen gibt es nicht. Wir mussten uns also eine Übersicht verschaffen und dann unser eigenes Modell bauen – angepasst an Rhomberg.

Was haben Sie geliefert?

Bernhard Oberholzer: Modulare Lösungssätze. Rhomberg kann sich rauspicken, was passt. Wir haben aber schon mal aus unserer Sicht priorisiert.
Thomas Schöb: Rhomberg hat von uns viele Daten bekommen, die zeigen, welche Bedürfnisse ihre Kunden haben. Daraus haben wir Empfehlungen abgeleitet.
Tenzintseten Deckeykhangsar: Nebst den

450 Strasseninterviews haben wir Online-Umfragen mit Kunden gemacht und längere Experteninterviews. Die Arbeit ist fundiert.

Manuel Baumann: Wie bekommt man mehr Emotionen in die Kommunikation? Was wir darunter verstehen, demonstrierten wir anhand eines eigenen Fotoshootings. Zudem haben wir auf eine leicht verständliche Präsentation geachtet.

Genau das lobte die Jury: Ihre mutig präsentierten Empfehlungen, die auf den Punkt gebracht wurden.

Stefan Roderer: Wir haben nichts dem Zufall überlassen. Auch dem Management Summary haben wir hohe Bedeutung zugemessen – die zentralen Aussagen sind dort direkt sichtbar.

Thomas Schöb: Wir wollten die viele Arbeit, die wir geleistet haben, veredeln. Das Summary musste top sein.

Tenzintseten Deckeykhangsar: Nicht nur das: Der ganze Bericht musste einfach und prägnant sein, die Texte, die Überschriften – alles ohne wissenschaftliches «Fachgesimpel».

Mauritius Berchtel: Wir haben unseren Sprach-Coach ernst genommen. Die Termine waren für uns kein Beigemüse, sondern genauso wichtig, wie alle anderen Meetings. Wir achteten darauf, die Dinge auf den Punkt zu bringen – seit dem Sieg gilt das auch für Medienauftritte.

Stefan Roderer: Unser Bericht ist nicht von verschiedenen Stilen durchzogen. Wir arbeiteten oft im Tandem, bevor die Gruppe nochmals prüfte. Das ist zwar aufwendig, aber lohnend.

Thomas Schöb: Viele Entscheidungen trafen wir gemeinsam, diskutierten und überlegten – abends und an Wochenenden. Dahinter kann man dann stehen. Das fachliche

Feedback der Jury war für uns deshalb eine ganz besondere Auszeichnung.

Was bedeutet der WTT YOUNG LEADER AWARD für Sie persönlich und für Ihr Berufsleben?

Mauritius Berchtel: Publicity, die man einem Arbeitgeber zeigen kann. Aber ich glaube nicht, dass es das Entscheidendste ist. Vielleicht hilft es etwas.

Tenzintseten Deckeykhangsar: Im Umfeld der FHS erfährt man Wertschätzung. Es ist schwer einzuschätzen, ob es für einen Job hilft. Sicherlich zeigt es, dass wir ambitionierte Leute sind. Für mich war es eine coole Erfahrung. Wir haben viele Abende gemeinsam gearbeitet. Alle waren immer da. Es ist eine Gelegenheit, um Hilfsbereitschaft zu üben. Mir hat das gefallen. Der Award war dann einfach das «Tüpfli ufem I».

Bernhard Oberholzer: Man darf ihn im Lebenslauf oder einem Vorstellungsgespräch erwähnen. Es ist aber keine Einzelleistung, sondern ein Team-Award.

Thomas Schöb: Und er zeigt auch, dass man bereit ist, die Extrameile zu gehen.

Manuel Baumann: Wer den Award gewinnt, bringt definitiv praxistaugliche Lösungen. Das ist gefragt.

Stefan Roderer: Der Event zeigt der Öffentlichkeit, was wir können, unseren Leistungsausweis. In der Jury sitzen sehr angesehene Wirtschaftsführer aus der Praxis, die uns beurteilen. Das spricht für sich.

«Wir haben nichts dem Zufall überlassen.»

In welche Richtung geht es nun bei Ihnen weiter?

Stefan Roderer: Ich wähle die Vertiefung Banking and Finance. Vielleicht hänge ich noch den Master an. Mehr weiss ich noch nicht.

Manuel Baumann: Marketing bereitet mir Spass. Ich will nun meinen Horizont erweitern und vertiefe mich in Leadership an der HTW Chur. Bei mir ist wichtig, dass ein Feuer brennt für das, was ich gerade tue. Was man

gern macht, macht man gut.

Thomas Schöb: Ich bin noch offen. Die nächsten Schritte sollen mir Einblicke in verschiedene Bereiche ermöglichen. An der FHS vertiefe ich mich nun in strategischem Unternehmertum. Mir ist wichtig: Wofür steht ein Unternehmen?

Bernhard Oberholzer: Ich möchte auch noch ausprobieren, vertiefe mich erstmal im Personalmanagement. Ich glaube, in der internen Kommunikation mit Mitarbeitenden liegt noch viel Erfolgspotenzial für Unternehmen.

Tenzintseten Deckeykhangsar: Wir sind alle in der Findungsphase. Ich hole mir zuerst mehr Erfahrung in der Praxis – mit dem Ziel, das richtige Masterstudium in Angriff zu nehmen.

Mauritius Berchtel: Ich habe Rechnungswesen und Controlling als Vertiefung gewählt. Ich sehe mich in der Buchhaltung, vielleicht als Assistenz eines Chief Financial Officers, und bereite Berichte auf. Mir ist wichtig, dass ich hinter dem Unternehmen stehe: Welche Werte werden gelebt?



Mit unermüdlichem Optimieren zum Sieg

Ambitioniert – aber keine Einzelkämpfer: Das Team «Rhomberg Schmuck AG» habe sich gut zu organisieren gewusst und sich gegen aussen stets «comme il faut» verhalten, erzählt FHS-Coach Rosella Toscano-Ruffilli.

Rosella Toscano-Ruffilli, was sind das für Studierende, die abgeräumt haben?

Sehr ambitionierte! Gleichzeitig waren sie sehr teambewusst. Sie erkannten die Stärken jedes Einzelnen und teilten sich die Arbeit optimal auf. Der Projektleiter hatte organisatorisch alles im Griff. Er realisierte genau, wann er als solcher gefragt ist und kommunizierte entsprechend. Das Team räumte auch ab, weil es trotz seiner Unbeschwertheit mit tadellosem Auftreten überzeugte – gegenüber dem Kunden, dem Coach und vor allem gegenüber den Hunderten von Interviewpartnern.

Was war Ihre Rolle dabei?

Das Team auf Kurs zu halten und einige fachliche Zusatzinfos zu geben. Denn die Customer Journey wird im Unterricht nicht im Detail gelehrt. Das Team nahm mein Feedback gut an und optimierte damit die Arbeit unermüdlich immer und immer wieder.

Warum ist dieses Praxisprojekt ausserordentlich?

Der Umfang des Projekts war riesig. Nichtsdestotrotz brilliert die Arbeit mit hohem Konkretisierungsgrad – nichts bleibt allgemein oder diffus. Das Team bringt alles mit



Der Coach: Rosella Toscano-Ruffilli, lic.oec., dipl. Hdl. HSG, Dozentin, FHS St.Gallen.

einfachen Worten auf den Punkt. Trotz des wissenschaftlichen Hintergrundes kann auch ein Nicht-Ökonom die Arbeit verstehen.

Welchen Wert hat die Award-Verleihung aus Sicht des Coachs?

Sie ist vor allem für die Studierenden eine schöne Anerkennung für viel Arbeit, die oft im stillen Kämmerlein stattfindet.

Mit Passion, Professionalität und Spass ans Werk

Auftraggeber Falk Liebnitzky von Rhomberg Schmuck AG forderte einiges von «seinen» Studenten – diese liessen sich dadurch zu Höchstleistungen inspirieren.



Der Auftraggeber: Falk Liebnitzky, Leiter Marketing, Rhomberg Schmuck AG.

Falk Liebnitzky, Gratulation! Was bedeutet Ihnen der erste Rang?

Der Gewinn des WTT YOUNG LEADER AWARD ist eine tolle und gerechtfertigte Wertschätzung für das Studierendenteam. Es ist die Krönung für das Engagement, die Motivation und die professionelle Umsetzung des Projektauftrages. Ein gelungener Abschluss, über den ich mich sehr freue.

Peter Müller bezeichnete Sie auf der Bühne als Kunde, der fördert und fordert ...

Ich hatte genaue Vorstellungen, welche konkreten Fragen beantwortet werden sollten

und in welcher Form ich mir den Output wünsche. Das half dem Team zu verstehen, mit welchen Herausforderungen sich Unternehmen in der Wirtschaft auseinandersetzen müssen.

Welchen Nutzen haben Sie vom Praxisprojekt?

Wir diskutierten mit dem Projektteam die Ergebnisse der Kundenbefragung im Rahmen eines Workshops intensiv und erhielten basierend darauf eine detaillierte und priorisierte Liste mit Handlungsempfehlungen. Dies wird uns helfen, unsere operativen und

strategischen Pläne noch mehr auf die Kundenbedürfnisse auszurichten.

Was bleibt Ihnen in bester Erinnerung?

Wie gut es dem Team gelang, mit Passion, Spass und einer professionellen Vorgehensweise ein beachtenswertes Ergebnis zu präsentieren und den Auftrag somit hervorragend umzusetzen. Beim Event dann auch als Sieger auf der Bühne zu stehen, ist emotional ein tolles Erlebnis, an das ich mich gerne erinnern werde.

Auf den Ehrenplätzen in Marktforschung



Das Team Bioforce AG mit Preissponsor Klaus Brammert von Bauwerk Boen Group (links).

2. Rang: Team «Bioforce AG»

Projekt: Market Potential and Unique Selling Proposition of Echinaforce Efficacy

Kundschaft: Bioforce AG, Roggwil TG
Andreas Leng, Head of Analytic & Product Development Pharma
Anna Weber, Product Manager
Pharma International

FHS-Projektteam: Lucien Mühlebach, Projektleiter, Freienbach SZ
Alessio Scheiwiler, Gossau SG
Altina Fetoshi, St.Gallen
Ryan Bukovich, USA
Raphael Stein, Rorschacherberg SG
Vichada Nammontree, Thailand
YunTing Chiu, Japan

Projekt-Coach: Dr. Ronald Ivancic



Das Team thyssenkrupp Materials Schweiz AG mit Preissponsor Klaus Brammert von Bauwerk Boen Group (links).

3. Rang: Team «thyssenkrupp Materials Schweiz AG»

Projekt: Marktanalyse Medizinaltechnik

Kundschaft: thyssenkrupp Materials Schweiz AG, Wil SG
Claudio Roth, Geschäftsführer
Christof Härz, Leiter Marketing

FHS-Projektteam: Lorena Schneeberger, Projektleiterin, Herisau AR
Chantal Zwicker, Andwil SG
Christian Kazin, St.Gallen
Kristina Marjanovic, Altstätten SG
Olivier Kunz, Grabs SG
Remo Bollhalder, St.Gallen

Projekt-Coach: Dr. Lothar Natau

«Gute Argumente für Appenzell Ausserrhoden»

In Gesprächen mit Wirtschaftsvertretern würden die FHS-Absolventinnen und -Absolventen für ihre Praxistauglichkeit gelobt, sagt der Bildungsdirektor von Appenzell Ausserrhoden, Regierungsrat Alfred Stricker. Er ist sicher: Mit Ausdauer, Einsatz und gutem Einsatz können sie es als künftige Leader weit schaffen – die Nominierten des WTT YOUNG LEADER AWARD bringen dafür beste Voraussetzungen mit.

Alfred Stricker, letztes Jahr hielten Sie eine Rede am WTT YOUNG LEADER AWARD.

Ich war beeindruckt. Die Mischung aus gesundem Ehrgeiz, fachlicher Qualifikation und überdurchschnittlicher Leistungsbereitschaft ergibt ein anregendes Klima. Und die spürbare Freude der Nominierten und natürlich der Gewinnerinnen und Gewinner war herzerwärmend.

Ausserrhoder Studierende sind immer gut vertreten, wenn es um den WTT YOUNG LEADER AWARD geht. Weshalb wohl?

Wir haben das Privileg, bei uns im Kanton eine Vielzahl ausgezeichneter Ausbildungsbetriebe zu haben, sei das in der Industrie, im Gewerbe oder im Dienstleistungssektor. Auch die Fachmittelschule hat ein sehr gutes Niveau. Offenbar gelingt es den Verantwortlichen hervorragend, bei den Jungen die Freude am Beruf nachhaltig zu wecken und sie für eine persönliche Weiterentwicklung anzuspornen.

«Die Zuverlässigkeit der Studierenden, die fachliche Begleitung der FHS und die Offenheit im Denken und Entwickeln werden sehr geschätzt in der Praxis.»

Was hören Sie von Wirtschaftsvertretern über FHS-Absolventinnen und Absolventen?

Grundsätzlich Positives. Vor allem die Vorzüge der dualen Ausbildung werden in der Praxis deutlich. Die Praxisnähe der Fachhochschule wird unabhängig von der beruflichen

Ausrichtung allgemein als sehr erfolgreich beurteilt. Die Praxisprojekte der FHS werden gewürdigt. Es gibt Stimmen, die diese Ausrichtung verstärkt fordern.

Als Leader müssen sich die Award-Sieger in der Praxis noch beweisen. Wie schaffen sie das?

Mit gesundem Selbstvertrauen ohne Überheblichkeit, mit der Fähigkeit zur Selbstreflexion und mit einer gesunden Mischung aus Anpassungsfähigkeit und Innovationsbereitschaft. Und was fast immer gilt: Ausdauer, Einsatz und gute Arbeit. Das ist die Basis.

Was unternimmt Appenzell Ausserrhoden, damit Hochschulabgänger in der Region bleiben?

Dem Braindrain, der Abwanderung von fachlich gut Qualifizierten und Talenten, entgegenzuwirken, ist für uns tatsächlich eine ständige Herausforderung. Dem kann wohl am besten begegnet werden, wenn der Kanton gute Rahmenbedingungen schafft, damit sich Arbeitgeber mit attraktiven Arbeitsplätzen hier ansiedeln – oder hier bleiben. Angefangen von der bedarfsorientierten Berufsbildung über KMU-freundliche Rahmenbedingungen bis hin zum Unternehmensstandort Appenzell Ausserrhoden, der steuerlich attraktiv ist – das alles sind Ziele aus dem aktuellen Regierungsprogramm, die der Regierungsrat aktiv verfolgt. Und gute Argumente, die auch Absolventinnen und Absolventen der FHS in der Region halten können! Appenzell Ausserrhoden hat auch viel zu bieten, um die Work-Life-Balance im Gleichgewicht zu halten.

Das Leitthema am WTT YOUNG LEADER AWARD 2018 lautet «Influencer». Ist das



Alfred Stricker, Bildungsdirektor von Appenzell Ausserrhoden und Regierungsrat.

für den Kanton oder Ihr Departement ein Thema?

In dem Sinne, dass wir Hunderttausende Follower hätten, sicher nicht... «Influencer» sind eine Zeiterscheinung, wobei es dabei meist um flüchtige Lifestylefragen und geschicktes Marketing auf den Social-Media-Plattformen geht. Beim Thema Bildung geht es aber um Nachhaltigkeit. Sollte eine Influencerin wie Julia Graf einmal in einem Clip ihren Tausenden Followern etwas von den Bildungsmöglichkeiten an der FHS erzählen – das wäre natürlich super!

Aufgrund Ihrer Funktion sind Sie auch eine Art «Influencer» für Bildung. Wie würden Sie Fachhochschulinteressenten diese Bildungsstufe verkaufen?

Die besten Verkaufsargumente sind und bleiben die Schülerinnen und Schüler, die die FHS absolviert haben. Als Fachkräfte und

Mitarbeitende sind sie gesucht. Wenn sie ihre positiven Erfahrungen aus dem Studium an andere weitergeben, hat das die höchste Glaubwürdigkeit und wirkt entsprechend motivierend.

«Und nicht vergessen: Appenzell Ausserrhoden hat auch viel zu bieten, um die Work-Life-Balance im Gleichgewicht zu halten.»

Welchen Mehrwert haben die schweizweit einzigartigen Praxisprojekte im Fachbereich Wirtschaft der FHS St.Gallen?

Für die Studierenden bieten die Projekte die einmalige Möglichkeit, das theoretisch Erlernete praktisch anzuwenden. Bei

Bewerbungen nach der Ausbildung ist das ein einmaliger Vorteil. Rückmeldungen von Projektanbietern zeigen, dass vor allem die hohe Zuverlässigkeit der Studierenden, die adäquate fachliche Begleitung vonseiten der FHS und die Offenheit im Denken und Entwickeln sehr geschätzt werden.

Wie sollen sich die Ostschweizer Fachhochschulen zwischen Akademisierung und Praxisorientierung positionieren? Und wie können sie dieses Profil künftig noch stärken?

Die Stärke der Fachhochschulen liegt eindeutig im Angebot praxisorientierter Lehrgänge und anwendungsbezogener Forschung. Dies ist ihr Alleinstellungsmerkmal, dem Sorge getragen werden sollte. Das eine tun und das andere nicht lassen... Gefragt ist nicht eine Konkurrenzierung der Universitäten, sondern eine praxisorientierte Alternative.

Von Herzen digital

Persönliche Beratung von sympathischen, kompetenten Menschen und innovative, digitale Produkte sind bei der St.Galler Kantonalbank keine Gegensätze. Das zeigte auch der Auftritt der Bank am WTT Young Leader Award.

Hier begrüsst der Chef persönlich die Gäste: Auf einem Bildschirm heisst Roland Ledergerber, CEO der St.Galler Kantonalbank die Gäste des WTT Young Leader Award willkommen. Auf einem anderen Bildschirm sieht man ein rotes Emoji-Herz mit dem Spruch «LG vo dä KB». Knallgelbe Smiley-Schöggeli werden an die Gäste verteilt. Das Motto «digital» der Preisverleihung ist eine Steilvorlage

für die St.Galler Kantonalbank, die mit ihrer Emoji-Werbekampagne gerade auf ihre digitalen Produkte aufmerksam gemacht hat.

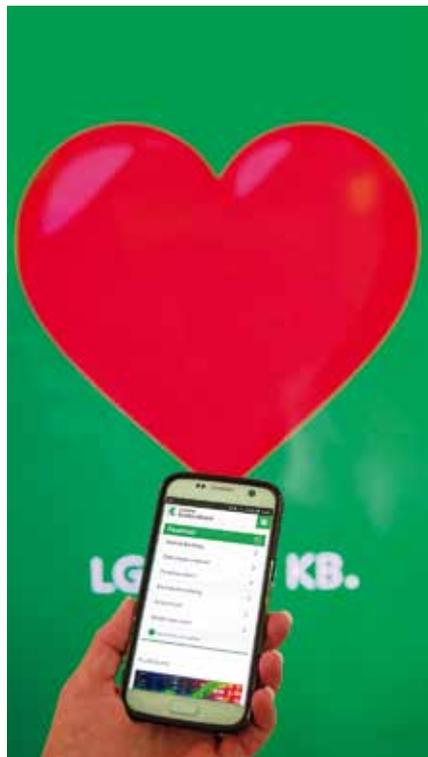
5 Mio CHF investiert die SGKB jedes Jahr in die Digitalisierung der Kundenschnittstelle. Allein in den letzten 12 Monaten haben ihre Kunden von mehr als 10 Neuerungen digitaler Art profitiert. So zum Beispiel von



der Online Hypothek, dem Immobilien-Lagecheck, dem Live-Chat, dem neuen Mobile Banking oder dem Finanzassistenten.

#HäsChCash

Ein besonderes Projekt ist die Spar-App #HäsChCash, die im Frühling lanciert wurde. Sie unterstützt junge Menschen spielerisch beim Sparen. Mit individuellen, witzigen Sparmethoden und nützlichen Hinweisen hilft die App beim Erreichen des persönlichen Sparziels. So zum Beispiel mit der Methode «Fussballfieber»: jedes Mal, wenn der Lieblingsfussballclub ein Tor schießt, wird ein bestimmter Betrag aufs Sparkonto überwiesen.



Um möglichst nahe an den Bedürfnissen der jugendlichen Zielgruppe zu bleiben, wurde die Entwicklung als agiles Projekt im Sinne eines internen Startups aufgezogen. Die Kundinnen und Kunden wurden früh in die Entwicklung einbezogen und konnten helfen, die App zu verbessern. Heute hat die App schon über 2000 Nutzer.

Digitalisierung und persönliche Beratung als Strategie

Wer jetzt denkt, bei all den Digitalisierungsprojekten kämen die Menschen zu kurz und die SGKB würde bald die Kundenberater durch Avatare ersetzen, ist auf dem Holzweg. «Wir sind überzeugt, dass die persönliche Beratung der Schlüssel zu unseren guten Kundenbeziehungen ist», sagt CEO Roland Ledergerber. «Unsere Kunden werden immer die Wahl haben, ob sie digital oder persönlich mit uns in Kontakt sein wollen». So investiert die SGKB beispielsweise in die Ausbildung ihrer Mitarbeitenden und baut jährlich eine bis drei ihrer 38 Niederlassungen um, so dass sich die Kunden dort noch wohler fühlen. Digital UND persönlich heisst das Erfolgsrezept der St.Galler Kantonalbank.



«Eine gute Basis»



Nathalie Schmiech ist Leiterin Werbung & Promotion der St.Galler Kantonalbank. Die 31-jährige hat 2011 den Bachelor in Betriebsökonomie an der FHS St.Gallen abgeschlossen. Aktuell läuft an der FHS ein Praxisprojekt, das sie in Auftrag gegeben hat.

Warum hatten Sie sich für ein FHS-Studium entschieden?

Nach dem KV und der Arbeit in der Kundenberatung auf der Bank interessierte ich mich für die grösseren Zusammenhänge in der Wirtschaft. An der FHS konnte ich den Bachelor in 4 Jahren berufsbegleitend machen und habe parallel immer etwa 70% gearbeitet.

In welchen Situationen hilft Ihnen ihr FHS-Studium heute?

Das FHS-Studium war für mich eine gute Basis für das spätere Arbeitsleben, weil es ein breites Spektrum an Wissen vermittelt. Marketing hatte mich zum Beispiel schon immer interessiert, aber an der FHS konnte ich vertiefere Einblicke gewinnen und habe so später auch den Einstieg in dem Bereich geschafft.

Wie läuft das Praxisprojekt, das Sie an der FHS in Auftrag gegeben haben?

Das ist bereits mein zweites Praxisprojekt mit der FHS. Es ist eine Marktstudie zur Frage, wie die SGKB jugendliche Kunden besser ansprechen kann. Die Zusammenarbeit mit den Studierenden ist wirklich bereichernd und wir haben bereits jetzt wertvolle Inputs erhalten.

Sie haben während ihrem Studium selbst ein Praxisprojekt durchgeführt – was haben Sie daraus gelernt?

Wir haben damals eine Netzwerkanalyse und Marktforschung für ein Psychiatriezentrum erstellt. Unser Projekt kam auf den 2. Platz am WTT Young Leader Award. Ich habe vor allem Methodenkompetenz, Teamwork und Disziplin gelernt.



«Mit dem Projekt wachsen»

Projektmanager in Südamerika, Berater für Datenmanagement oder Digitalisierung – die Sieger in der Königsdisziplin Managementkonzeption sind jobmässig schon vergeben. Drei ambitionierte Herren haben den Award angestrebt und gewonnen – im Interview verraten sie: wie?

Gratulation! Man munkelt, Sie hätten den WTT YOUNG LEADER AWARD angepeilt ...

Ferdinand Gross: Wir waren ein starkes Team für die Aufgabenstellung – Joël und Tobias sind Wirtschaftsinformatiker; Digitalisierung und Prozessgestaltung sind ihr Thema.

Joël Geisser: Und Ferdinand brachte Chinaerfahrung ein.

Ferdinand Gross: Mir war klar, dass am Anfang die Teambildung mit unseren chinesischen Kollegen entscheidend sein würde: Erst Freundschaften aufbauen, dann zusammenarbeiten. So legt man eine Vertrauensbasis.

Tobias Goldener: Wir wollten nicht einfach loslegen, sondern von Beginn weg alles richtig aufgleisen, dann unsere Methodik durchziehen. Alles in allem rechneten wir uns so irgendwann Chancen aus.

«Kulinarisch gesehen waren Rösti und Kebab die Renner.»

Wie haben Sie den WTT YOUNG LEADER AWARD wahrgenommen?

Ferdinand Gross: Das Medieninteresse ist beachtlich – viele Zeitungsberichte, TV-Sendungen, Magazine. Sie erklären den Leuten ohne betriebsökonomisches «Fachgesimpel», was wir leisten. Das ist gut.

Joël Geisser: Die Professionalität des Events hat mich überrascht. Die Award-Übergabe ist cool inszeniert.

Tobias Goldener: Er ist bestes Marketing für die Praxisprojekte. Gleichzeitig steht die Würdigung unserer Arbeiten im Mittelpunkt. Schön ist, dass unsere Familien sehen, weshalb wir die letzten Monate kaum Zeit hatten.

Welche Tipps haben Sie für die nächsten Praxisprojekt-Generationen?

Joël Geisser: Man darf sich erlauben, mit



dem Projekt zu wachsen: Man kommt immer mehr in eine Expertenrolle – das darf man selbstbewusst zeigen.

Tobias Goldener: Es braucht langen Atem. In interkulturellen Projekten sind die zwischenmenschlichen Beziehungen das A und O.

Ferdinand Gross: Es braucht gemeinsame Ziele: Was will man erreichen? Dann macht es Sinn, sich für etwas einzusetzen. Ab dann muss man sich gegenseitig mitreissen. Mit telmass ist kein Weg.

Was ist aus Ihrer Sicht der Nutzen für die Unternehmen? Weshalb sollen sie Projekte in Auftrag geben?

Ferdinand Gross: Wir haben rund 2000 Stunden investiert. Die Praxisprojekte sind also preislich hoch attraktiv für Auftraggeber. Sie beauftragen Leute, die vielleicht noch etwas grün hinter den Ohren sind, aber zeigen wollen, was sie auf dem Kasten haben – diese Perspektive bekommt man sonst in Entscheidungspositionen kaum. Und das von einer Generation, die in einigen Jahren ins Management drängt, mit ganz neuen Gedanken. Das ist strategisch wertvoll.

Tobias Goldener: Wir bringen Aussenperspektive, sind nicht betriebsblind, nicht voreingenommen und sehen alles mit erfrischender Distanz zum Auftraggeber und seiner Branche.

Und welchen Nutzen haben Sie daraus gezogen?

Joël Geisser: So früh internationale Erfahrung zu sammeln, ist einmalig – gerade in China. Man kann testen, welchen Wert das Studium hat. Wir machen extreme Erfahrungen im halbgeschützten Rahmen – dank der Unterstützung der Coachs und der Wissenstransferstelle WTT der FHS.

Ferdinand Gross: Als Projektleiter lernt man, Verantwortung fürs Team zu übernehmen und die Kommunikation mit allen Anspruchsgruppen zu organisieren.

Tobias Goldener: Es ist eine gute Vorbereitung fürs Berufsleben. Man darf auch Fehler machen.

Sie hatten einige Hürden im Projekt. Was würden Sie anders machen, wenn Sie nochmals starten müssten?

Joël Geisser: Was wir im Klassenzimmer lernen, funktioniert nicht eins zu eins in China.

Nun wissen wir, wie man dort beispielsweise wichtige Türen besser öffnen kann.

Tobias Goldener: Probleme müssen offen angesprochen und angegangen werden.

Ferdinand Gross: Ab und zu muss man unangenehme Entscheide fällen.

Interkulturelle Unterschiede zu überwinden, ist entscheidend in China-Kooperationen. Das kennt man: Kritik nie direkt adressieren! Hat Sie sonst etwas überrascht?

Ferdinand Gross: Ich arbeitete bereits in China. Joël und Tobias hat die hierarchische Denke sehr überrascht. In unserer Kultur wird Andersdenken gefördert, man kann anderer Meinung als der Chef sein. In China ist die Harmonie wichtig, so können viele Themen nicht direkt angesprochen werden.

Tobias Goldener: Man sollte nicht einfach denken: Chinesen muss man – ganz generell – so oder so behandeln! Alle sind individuell, haben ihren eigenen Charakter – wenn man sie kennenlernt. Aus dieser Erkenntnis kann man viel für Projekte gewinnen.

Joël Geisser: Am Ende sind es Studierende im selben Alter, die denselben Humor haben. Man muss sie nicht ewig mit Samthandschuhen anfassen und Distanz bewahren.

.....
 «Wir haben rund 2000 Stunden investiert. Die Praxisprojekte sind also preislich hoch attraktiv für Auftraggeber.»

Ihre chinesischen Kollegen waren zum ersten Mal im Ausland. Wie haben sie die Schweiz wahrgenommen?

Tobias Goldener: Ihr Kulturschock war grösser. Sie lieben, was sie in ihrer Millionenmetropole nicht haben: Die grüne Natur, schöne Sonnenuntergänge und einen Sternenhimmel – in Shanghai verschwindet das im Smog.

Joël Geisser: Wir kommen schon als Kinder mit anderen Kulturen in Berührung und wissen meist, wie wir uns dabei verhalten können. Chinesen sind sich das nicht gewohnt und bleiben hier sehr chinesisch – das Einlassen auf fremde Kulturen fällt ihnen

schwerer. So nehmen sie beispielsweise ihre Lebensmittel mit, suchen Asia Shops auf und so weiter. Gleichzeitig schätzen sie unsere Offenheit und Lebenseinstellung.

Ferdinand Gross: In Shanghai ist rund um die Uhr alles möglich, in der Schweiz mit ihren Öffnungszeiten ist es ruhiger. Kulinarisch gesehen waren Rösti und Kebab die Renner.

Was haben Sie dem Auftraggeber schlussendlich geliefert? Welchen Nutzen hat er davon?

Joël Geisser: Wir haben die Medikamentenprozesse in chinesischen Spitälern modelliert.

Tobias Goldener: Dabei konnten wir aufzeigen, wo die chinesischen Spitäler Bedarf haben, den Swislog Shanghai mit neuen Automatisierungs- und Logistikkösungen decken kann. Was benötigt die Medikamentendistribution in einem chinesischen Spital der Zukunft? Es geht dabei um Patientensicherheit und Effizienz.

Ferdinand Gross: Wir beantworteten auch: Wie kommt man an die Entscheidungsträger heran? Schlussendlich versuchten wir, ein komplexes Geschäft so einfach wie möglich darzustellen. Zusammengefasst: Welche Lösungen von Swislog Shanghai sind für chinesische Spitäler interessant?

Hilft der Award-Sieg auch bei der Stellensuche?

Joël Geisser: Beim Bewerben kam das Projekt gut an und lieferte Gesprächsstoff. Ich habe mich nun für die Trivadis AG entschieden.

Tobias Goldener: Ich klärte meine berufliche Zukunft kurz vor der Chinareise. Bei der APP-Unternehmensberatung kann ich bei meinem ersten Mandat bereits Erfahrungen aus dem Projekt einbringen.

Ferdinand Gross: Das Projekt ist ein Leistungsnachweis, gekrönt mit dem Award. Bis Ende Jahr bin ich im Zivildienst, anschliessend gehe ich nach Südamerika. Ich will reisen, aber auch arbeiten – geplant ist ein Einsatz als Projektmanager in einer südamerikanischen Fabrik.



Häufig erkältet?

Ich stärke mein Immunsystem.



**Jetzt
vorbeugen!**

Eine Antwort der Natur:
Echinaforce® forte

- Zur Steigerung der körpereigenen Abwehr
- Aus frischem Roten Sonnenhut

Erhältlich in Apotheken und Drogerien. Dies ist ein zugelassenes Arzneimittel.
Lesen Sie die Packungsbeilage. Bioforce AG, Roggwil TG.

A.Vogel



St.Gallen
Bodensee
Area



No red tape
just a red carpet



Als Dienstleister für internationale Unternehmen vernetzen wir die St.GallenBodenseeArea.

Die St.GallenBodenseeArea ist eine offizielle Zusammenarbeit der Standortpromotionen der Kantone St.Gallen, Thurgau, Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden. Wir betreiben gemeinsam internationale Standortpromotion und Ansiedlungsunterstützung für den drittgrössten Wirtschaftsraum der Schweiz. Wir positionieren den Wirtschaftsraum in ausgewählten Märkten und Clustern und akquirieren internationale Unternehmen. Damit tragen wir bei zum Wachstum unserer Wirtschaft und zum Erhalt und Ausbau von Arbeitsplätzen.

St.GallenBodenseeArea | Davidstrasse 35 | CH-9001 St. Gallen | Switzerland | Telefon +41 58 229 64 64 | www.sgba.ch

Neugieriges und interessiertes Siegerteam

Sozusagen auf der Zielgeraden holte sich das Team «Swisslog Shanghai Co., Ltd.» den Sieg in Managementkonzeption, sagt der FHS-Coach Andreas Löhner – nachdem es in China einen Hürdenlauf absolvierte.



Der Coach: Prof. Andreas Löhner, Dozent, FHS St.Gallen.

Andreas Löhner, wie haben Sie den WTT YOUNG LEADER AWARD erlebt?

Als würdigen Rahmen, um die Leistungen der Studierenden anzuerkennen und sichtbar zu machen. Gleichzeitig dokumentiert die FHS, welchen Stellenwert der Praxisbezug in der Ausbildung hat.

Mit welchen Schwierigkeiten kämpfte das Team?

Studierende geniessen in China keine gesellschaftliche Position, die Türen öffnet. Es ist schwierig, an die richtigen Personen in Spitälern zu gelangen. Zudem erhält kaum Antworten, wer nach Risiken bei der

Patientensicherheit der Medikamentenlogistik fragt. Die Studierenden mussten vieles also indirekt ableiten, verklausuliert erfragen. Um Prozesse zu modellieren, überprüfen sie Annahmen mit vielen Einzelpersonen, die nicht vollständiges Prozesswissen besaßen – auch das ist typisch für China.

Wo waren Sie gefragt?

Zu Beginn skizzierte ich mit dem Team, wie das Endergebnis daher kommen könnte. Wenn die Studierenden sich in Details verloren, war es meine Aufgabe, sie wieder auf diese Spur zu bringen. Zudem muss der Coach die Arbeit stets kritisch begleiten.

Auch versuche ich, sie mit gezielten Fragen zu inspirieren. Und ich stelle meine Erfahrungen aus anderen China-Projekten zur Verfügung.

Wie hat das Team funktioniert?

Es sind aufgestellte, neugierige und interkulturell interessierte Leute. Sie durchliefen die typische Teamentwicklung: Am Anfang war Euphorie, in Shanghai leisteten sie sehr viel, zurück in der Schweiz fielen sie in ein kleines Loch – gleichzeitig standen ja Prüfungen und die Bachelorarbeit an. Die Situation bereinigten sie aber sehr gut. Auch dank ihrem Schlussspurt haben sie den Sieg verdient!

Dank Durchhaltewillen und Kreativität die Nase vorn

Das Siegerteam liess sich von der Swisslog-Vision inspirieren, Patientensicherheit und Effizienz in chinesischen Spitälern zu erhöhen – dafür sorgte Auftraggeber Stefan Hasenfratz.

Stefan Hasenfratz, haben Sie in Shanghai schon vom Erfolg erfahren?

Unser Entwicklungsleiter Hans Schuler vertrat Swisslog in der Tonhalle. Er schickte mir umgehend Fotos. Ich freute mich ausserordentlich über den Sieg des Teams. Die Feiern in St.Gallen waren noch im Gange, als mein Arbeitstag in Shanghai bereits wieder begann.

Weshalb haben Sie an dieses Team geglaubt?

Das erste Meeting und die erste Präsentation waren bereits überzeugend. Das multikulturelle Team vermittelte den Eindruck, als ob sie solche Projekte schon seit Jahren machen. Im Projekt gab es einige Hürden und immer wieder Momente, in denen man hätte

aufgeben können – das war aber nie eine Option. Das Team hat mit interkultureller Kompetenz, Durchhaltevermögen und Kreativität Erstaunliches erreicht.

Was war Ihr Beitrag?

Swisslog Healthcare hat die Vision, Patientensicherheit und Effizienz in Spitälern in Zusammenhang mit Medikamenten neu zu definieren. Vielleicht gelang es mir, das Team zu inspirieren, dass sie mit ihrer Arbeit einen Unterschied für Patienten und fürs Spitalpersonal machen.

Wie geht das Projekt nun bei Ihnen weiter?

Die Resultate besprach ich mit meinem Management in China – es hat mit den

chinesischen Studierenden Kontakt aufgenommen, um alles im Detail zu verstehen. Einen Vorschlag verfolgen wir vertieft: Wie können wir von der Rezepterstellung des Arztes den Medikamentenfluss mit unseren Transportsystemen digitalisieren, um eine fehlerfreie und risikolose Medikamentenlieferung sicherzustellen? Wir diskutieren bereits ein Folgeprojekt mit dem WTT-Team.



Der Auftraggeber: Stefan Hasenfratz, Executive Vice President Healthcare Solutions, Swisslog (Shanghai) Co. Ltd..



**WIR GRATULIEREN UNSEREM
PROJEKTTEAM GANZ HERZLICH
ZUR NOMINIERUNG FÜR DEN
WTT YOUNG LEADER AWARD 2018.**



www.mumnet.com



Wir gratulieren den Gewinnerteams und allen teilnehmenden Studierenden zu den tollen Leistungen!
Wir sind sehr stolz, den einzigartigen WTT Young Leader Award unterstützen zu dürfen!

Leica Geosystems AG
leica-geosystems.com/about-us/careers



©2018 Hexagon AB and/or its subsidiaries and affiliates. Leica Geosystems is part of Hexagon. All rights reserved.



**HIGH QUALITY PCB'S FOR:
INDUSTRY, AUTOMOTIVE, MEDICAL, TELE-
COMMUNICATION, DEFENSE, HIGHTECH & LIFESCIENCE**

**Wir gratulieren unserem Projektteam
ganz herzlich für die tolle Umsetzung des
«Worldwide Customer Satisfaction Survey».**



VARIOPRINT AG
Switzerland



**Welcome in the world of
Printed Circuit Boards**

Mittelbissaustrasse 9, CH-9410 Heiden, Switzerland
Telefon +41 71 898 81 81, www.varioprint.ch

Auf den Ehrenplätzen in Managementkonzeption



Das Team Brüggl mit Preissponsor René Frei von der Genossenschaft Migros Ostschweiz (links).

2. Rang: Team «Brüggl»

- Projekt:** Weiterentwicklung der Sozialbilanz und Konzeption eines Mess-instruments zur Wirkungsanalyse
- Kundschaft:** Brüggl, Romanshorn TG
Rainer Mirsch,
Vorsitzender der Geschäftsleitung
- FHS-Projektteam:** Roman Schälli, Projektleiter,
Ebnet-Kappel SG
Ermire Sahiti, Altstätten SG
Kevin Braunwalder, Gossau SG
Laura Giger, Niederuzwil SG
Philipp Dudli, Gossau SG
Stephan Spälti, Nürensdorf ZH
- Projekt-Coach:** Prof. Dr. Marcus Hauser



Das Team M&M Militzer & Münch International Holding AG mit Preissponsor René Frei von der Genossenschaft Migros Ostschweiz (links).

3. Rang: Team «M&M Militzer & Münch International»

- Projekt:** Redesigned Bonus System
- Kundschaft:** M&M Militzer & Münch International
Holding AG, St.Gallen
Christoph Hollenstein, Head of Group
Controlling
Lothar Thoma, CEO
- FHS-Projektteam:** Christian Bengler, Projektleiter,
Neuhaus SG
Carolina De Oliveira
Simoes Rodrigues, Portugal
Fabienne Elser, Flawil SG
Margarida Tavares Vicente, Portugal
Robin Richner, Malans GR
Sebastian Richards, Chile
- Projekt-Coach:** Mathias Kleiner, MBA

«Wir wollen zu Digitalisierungsgewinnern gehören»

Aufgrund der Digitalisierung benötigten künftige Führungskräfte ein neues Rollenverständnis, findet der St.Galler Bildungsdirektor und Regierungspräsident Stefan Kölliker. Sein Departement und die St.Galler Bildungsinstitutionen sind offenbar für die Herausforderungen der Digitalisierung gut aufgestellt.

Stefan Kölliker, weshalb hat der WTT YOUNG LEADER AWARD einen fixen Platz in Ihrer Agenda?

Mit dem Award hebt sich die FHS von anderen Hochschulen ab, was im zunehmenden Konkurrenzkampf um die besten Studierenden wichtig ist. Einzigartig ist er auch für unseren Wirtschafts- und Bildungsstandort. Der Award wurde über die Jahre zur Tradition und festen Grösse unter den Bildungsanlässen der Ostschweiz.

Welche Eigenschaften sollten künftige Leader mitbringen?

Die Digitalisierung hat einen dramatischen Einfluss auf die Art und Weise, wie wir in Zukunft zusammenarbeiten. Organisationsstrukturen werden flexibler, Hierarchien flacher. Deshalb brauchen künftige Führungskräfte ein neues Selbst- und Rollenverständnis. Nach wie vor müssen sie Mitarbeitende wertschätzen und Werte vorleben, die Ihnen wichtig sind. Ohne Motivation und Vertrauen erreichen Sie keine Höchstleistungen! Zudem braucht es Weitsicht, Kreativität und Einsatzwillen, manchmal auch Verzicht.

Angenommen eine Bewerberin in Ihrem Departement weist einen Podestplatz beim WTT YOUNG LEADER AWARD vor ...

Es wäre in jedem Fall ein Pluspunkt. Unternehmen sponsern nur Preise mit gutem Ruf, und die Preisträgerinnen und Preisträger erfüllen hohe Erwartungen.

Die Wirtschaft verändert sich rasant. Was macht der Kanton, damit seine Ausbildungsstätten Schritt halten?

Die Digitalisierung ist global und umfassend. Mit der IT-Bildungsoffensive, die wir mit der Wirtschaft lanciert haben, gleitet der Kanton St.Gallen ins digitale Zeitalter. Einer der fünf

Schwerpunkte ist der Aufbau eines Kompetenzzentrums «Angewandte Digitalisierung» an der FHO Fachhochschule Ostschweiz. Die Fachhochschulen im Kanton bzw. die kommende gemeinsame Fachhochschulstruktur ermöglicht studienortsübergreifendes Lernen und Entwickeln (Digitaler Campus). Über das Kompetenzzentrum werden insbesondere Studiengänge im Informatikbereich, die heute an einzelnen Standorten bestehen und profiliert sind, nachfrageorientiert auf andere, bisher nicht abgedeckte Standorte expandiert.

.....
 «Mit dem System der Praxisprojekte schärft die FHS ihr Profil und ihre Reputation.»

Die FHS ist mit dem Studiengang Wirtschaftsinformatik beteiligt.

Genau. Weitere Schwerpunkte betreffen den Aufbau der School of Information and Computing Science an der Uni St.Gallen und des Kompetenzzentrums Digitalisierung & Bildung an der Pädagogischen Hochschule St.Gallen. Dort wird mit Modellschulen digitaler Unterricht erprobt. Zudem werden Weiterbildungen für Lehrpersonen angeboten. Mit dieser umfassenden IT-Bildungsoffensive gestalten wir den digitalen Wandel vorausschauend mit. Der Kanton schafft die Grundlage, dass Bevölkerung und Wirtschaft zu Gewinnern der Digitalisierung gehören. Die IT-Bildungsoffensive trägt dazu bei, Fachkräftemangel und Ressourcenschwäche zu verringern. Sie hat schweizweit Signalwirkung und stärkt den Kanton als progressiven Wohn- und Arbeitsort.



Stefan Kölliker, St.Galler
Bildungsdirektor und
Regierungspräsident.

Und wie digital sind Ihr Bildungsdepartement und die St.Galler Schulen unterwegs?

Wir geben Vollgas, nicht erst seit Kurzem. So wurden im Kanton St.Gallen digitale Lehrmittel geschaffen, «Medien und Informatik» im Lehrplan der Volksschule St.Gallen verankert, Informatik als obligatorisches Fach an Mittelschulen eingeführt und neue Ausbildungsgänge an den Mittelschulen bzw. am Berufs- und Weiterbildungszentrum Rapperswil und der FHS (Wirtschaftsinformatik) konzipiert. Im Rahmen der IT-Bildungsoffensive wurden zudem mit den Schwerpunkten «Lernortsübergreifende Berufsbildung» und «Vernetzung von Wirtschaft und Bildung» Akzente in der Berufsbildung gesetzt. Zum einen wird unter Führung des Amtes für Berufsbildung eine Vernetzungsplattform für die drei Lernorte – Betrieb, Schule, Branche – aufgebaut, die heute noch wenig koordiniert arbeiten. Zum anderen errichtet der Verein IT St.Gallen (Marke: «IT St.Gallen rockt!») kantonsweit eine Vernetzungsplattform für Praktikumseinsätze zugunsten von Wirtschaftsbetrieben und Auszubildenden. In der kantonalen Verwaltung – auch im Bildungsdepartement

– nahm die Zusammenarbeit via Internet-telefonie oder über elektronische Plattformen wie Sharefile stark zu. Aktuell wird die elektronische Aktenführung pilotiert. Wir sind also auf allen Ebenen aktiv.

Das Leitthema am WTT YOUNG LEADER AWARD 2018 lautet «Influencer». Ist das für den Kanton oder für Ihr Departement ein Thema?

Nein, aber im Bildungsdepartement arbeiten wir mit Testimonials aus der Region, die einen gewissen Bekanntheitsgrad haben. Jüngstes Beispiel ist Tobias Müller, «Einstein»-Moderator beim Schweizer Fernsehen, als Testimonial für die Berufsmaturität.

Politiker in sozialen Medien sind auch eine Art «Influencer». Welche Plattformen nutzen Sie persönlich?

Auf stefan-koelliker.ch können sich Bürgerinnen und Bürger über meine Politik, aktuelle Geschäfte und Anlässe sowie meine Person informieren. Das gehört für ein Mitglied der Regierung zum Standard des kommunikativen Repertoires. Es ist eine Frage der

Transparenz; schliesslich will man Entscheidungsträger, die man wählt, kennen. Der Kanton St.Gallen hat einen Facebook- und Twitter-Account.

Sie wollen die Berufsmaturitätsquoten in St.Gallen erhöhen. Weshalb?

Betrachtet man die Maturitätsquote insgesamt, also die gymnasiale, berufliche und Fachmaturität, liegt die Ostschweiz im Schweizer Vergleich mit 32,9% deutlich unter dem Schnitt von 38,1%. Die Regierung strebt darum eine massvolle Erhöhung der Maturitäten an. Dabei geht es darum, das Potenzial für Maturitäten besser auszuschöpfen, indem jene Schülerinnen und Schüler gewonnen werden, welche die Eignung und Neigung dazu haben, heute aber eine andere Ausbildung einschlagen. Dadurch sollen Bildungschancen verbessert und der steigenden Nachfrage nach topausgebildeten Fachkräften aufgrund des technologischen Fortschritts und der Internationalisierung entgegengekommen werden.

.....
«Mit der IT-Bildungsoffensive gestalten wir den digitalen Wandel vorausschauend mit.»
.....

Mit den Praxisprojekten verfügt der Fachbereich Wirtschaft der FHS St.Gallen über eine schweizweite «USP» (unique selling proposition). Was wünschen Sie sich für unsere Fachhochschulen der Zukunft?

Mit dem System der Praxisprojekte schärft die FHS ihr Profil und ihre Reputation. Fachhochschulen der Zukunft müssen solche «Spezialitäten» beibehalten oder sich solche zulegen und untereinander enger zusammenarbeiten. Mit dem Kompetenzzentrum Angewandte Digitalisierung und dem Digitalen Campus im Rahmen der IT-Bildungsoffensive wollen wir genau das erreichen. Ausserdem wird mit der neuen FHO neben der Trägerschaft auch die Organisation neu aufgestellt. Wir favorisieren klar das Modell einer Organisation, die einer Markt- oder Nachfragelogik folgt. Im Vordergrund stehen die Fachbereiche, für die fachspezifische Departemente gebildet werden. Jeweils eine Leiterin oder ein Leiter dieser Fachdepartemente nimmt in Personalunion die Standortleitung wahr. Mit dem Modell wird die Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft gesteigert. Ich bin überzeugt, von diesem Gesamtpaket profitieren alle – auch Studierende und Unternehmen.







SPECIAL zum WTT YOUNG LEADER AWARD 2018

Magazin LEADER
MetroComm AG
Bahnhofstrasse 8
Postfach 1235
9001 St.Gallen
Telefon 071 272 80 50
Fax 071 272 80 51
leader@metrocomm.ch
www.leaderonline.ch

- Verleger:** Natal Schnetzer
- Redaktion:** Pascal Tschamper
ptschamper@metrocomm.ch
- Autoren in dieser Ausgabe:** Nathalie Schoch
- Fotografie:** Marlies Thurnheer
Daniel M. Frei
Roger Oberholzer
- Herausgeberin, Redaktion und Verlag:** MetroComm AG
Bahnhofstrasse 8
9001 St. Gallen
Tel. 071 272 80 50
Fax 071 272 80 51
www.leaderonline.ch
www.metrocomm.ch
leader@metrocomm.ch
- Geschäftsleitung:** Natal Schnetzer
nschnetzer@metrocomm.ch
- Verlags- und Anzeigenleitung:** Oliver Iten
oiten@metrocomm.ch
- Marketing-service/ 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 20 Special-Ausgaben
- Gestaltung/Satz:** Béatrice Lang
blang@metrocomm.ch
- Produktion:** Schmid-Fehr AG, Goldach

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

Das Urteil der Jury

Sie entscheiden: Engagierte Ostschweizer Führungskräfte vertiefen sich in die vornominierten zwölf Schlussberichte der Studierenden – in den Kategorien Marktforschung und Managementkonzeption. Sie sprechen die sechs Nominationen aus – und ihr Urteil beschliesst: Wer gewinnt? Wer landet auf den Podestplätzen?



Christof Oswald
Head of Human Resources
Bühler AG, Uzwil,
Preissponsor 1. Rang
Marktforschung



Thomas Harring
COO/CFO
Leica Geosystems AG,
Heerbrugg,
Preissponsor 1. Rang
Managementkonzeption



Klaus Brammertz
CEO Bauwerk Boen Group,
St. Margrethen,
Preissponsor 2./3. Rang
Marktforschung



René Frei
Leiter Direktion Personelles,
Genossenschaft Migros
Ostschweiz, Gossau,
Preissponsor 2./3. Rang
Managementkonzeption



Bruno Räss
Partner PwC, St.Gallen,
Celebration-Sponsor



Prof. Dr. Sebastian Wörwag
Rektor, FHS St.Gallen



Prof. Dr. Sibylle Minder Hochreutener
Leiterin Fachbereich Wirtschaft,
Prorektorin FHS St.Gallen

Die Mitglieder der Jury entscheiden unabhängig und neutral nach folgenden Beurteilungskriterien: analytische und konzeptionelle Substanz, Werthaltigkeit und Erfolgspotenzial für die Praxis. Das Juryreglement finden Sie unter www.fhsg.ch/praxisprojekte.



Die multimediale Druckerei

Wir engagieren uns.

Über 50 Arbeitsplätze | Strom aus eigener Photovoltaik-Anlage | klimaneutrales Drucken | Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft | freiwillige Reduktion des CO₂-Ausstosses

Wir layouten und drucken.

Briefpapier | Couverts | Visitenkarten | Anzeigen | Formulare | Blocks | Werbedrucksachen | Broschüren | Zeitschriften | Flyer | Etiketten | Kalender | Diplomarbeiten | Poster | im Offset- und Digitaldruck

Wir erstellen und programmieren.

Tablet-Apps | Anmeldeportale | WEB-to-Print | Websites | B2B-Web-Shops | Prozesslösungen

Wir versenden.

Briefe | Flyer | Zeitschriften | Directmailings | Selfmailer | Postkarten | postoptimiert | national und international

Wir lagern und spedieren.

In unserem Logistikcenter: Drucksachen | Give-Aways | europaweit

[Media]

[PrePress]

[Druck]

[Finishing]

Schmid-Fehr AG

Die multimediale Druckerei 

Hauptstrasse 20
9403 Goldach, Switzerland
Tel. +41 71 844 03 03
info@schmid-fehr.ch
www.schmid-fehr.ch

ERLEBEN SIE PARKETT MIT ALLEN SINNEN

In den Bauwerk Parkettwelten erwarten Sie in grosszügiger, inspirierender Atmosphäre 350 wohngesunde Böden. Interaktive Tools und kompetente Parkettspezialisten helfen Ihnen bei der Wahl des richtigen Bodens. Wir freuen uns auf Ihren Besuch in den Bauwerk Parkettwelten.

St. Margrethen | Basel | Chur | Gümligen | Kriens | Rothrist | Wallisellen
Genf | Lausanne | Massagno
www.bauwerk-parkett.com



BAUWERK®
Parkett