

SONDERAUSGABE ZUM WTT YOUNG LEADER AWARD 2014

**Wettbewerbsfähigkeit**

Im Gespräch mit Karin Jung, Amt für Wirtschaft AR, und Beat Ulrich, Amt für Wirtschaft und Arbeit SG. 9

Marktforschung

Das Projekt des Sieger-Teams befasste sich mit einem Markteintritt in Österreich und Deutschland der Ebnat AG. 14

Managementkonzeption

Die Solenthaler Recycling AG hat mit dem Recycling Cockpit ein neues «Instrument» erhalten. 18



MASERATI

AUTOZENTRUM WEST www.maserati-west.ch
Piccardstrasse 1 • 9015 St. Gallen • Tel. 071 311 66 66



LEBENSRAUM GESTALTEN

Bewusst leben heisst, sich intensiv mit seinem Umfeld auseinanderzusetzen. Neuem offen begegnen, etwas bewegen, das Richtige tun. Man verändert sich, sein Leben – mit Leichtigkeit und Freude am Detail. Ankommen, zuhause sein, sich wohlfühlen, umgeben von Objekten, die zu guten Freunden werden und Geschichten erzählen. Bauwerk ist ein Ausdruck dieser Lebensart und gleichzeitig nachhaltige Basis.

www.bauwerk-parkett.com



BAUWERK®
Parkett



Karin Keller-Sutter,
FDP-Ständerätin.

Foto: Geri Born

Mit Teamgeist zum WTT YOUNG LEADER AWARD

Zahlreiche Studierendenteams haben auch in diesem Jahr wiederum für den WTT YOUNG LEADER AWARD gekämpft. Nur drei schaffen es jeweils in die Endrunde der jeweiligen Kategorie, und nur ein einziges Team wird letztlich zum Sieger gekürt. Gewinner des Awards sind aber letztlich alle. Alle, die sich engagiert und im Team gemeinsam für eine Idee gekämpft haben. Auch wenn sie am Schluss nicht ganz oben auf dem Podest stehen, können sie ihre Erfahrungen aus dem Teamwettbewerb sowie die Vernetzungen mit der Wirtschaft und der Wissenschaft, die daraus entstanden sind, mitnehmen.

Wenn teils über den Zustand unserer Gesellschaft geklagt wird, geht vergessen, dass die Mehrheit der jungen Menschen in der Schweiz leistungswillig und leistungsfähig ist. Der WTT YOUNG LEADER AWARD fördert diese Leistungsbereitschaft und auch den Wettbewerb, der zu vermehrter Kreativität und Innovation führt. Darauf werden wir gerade angesichts des Fachkräftemangels, der uns insbesondere aufgrund der immer älter werdenden Bevölkerung droht, besonders angewiesen sein. Zudem erfordert die Beschränkung der Zuwanderung, dass inländische Talente besonders gefördert werden.

Der WTT YOUNG LEADER AWARD ist ausserdem ein Zeugnis für die Attraktivität des Wirtschafts- und Bildungsstandortes St. Gallen. Die einzigartige Praxisprojektphilosophie des Awards ist gewiss auch Ausdruck unseres bodenständigen Ostschweizer Charakters. St. Gallen und die Ostschweiz haben als Wirtschaftsraum noch Potenzial, das durch die Schaffung eines eigenständigen Metropolitanraumes St. Gallen-Bodensee noch deutlicher ausgeschöpft werden könnte. Ich bin überzeugt, dass es dann gelingen könnte, dass unsere Talente weniger in andere Wirtschaftsräume der Schweiz abwandern und dem Arbeitsmarkt Ostschweiz erhalten bleiben.

Ich gratuliere allen Teilnehmenden zu ihrer grossartigen Leistung und wünsche Ihnen für die Zukunft von Herzen alles Gute.

Karin Keller-Sutter
FDP-Ständerätin, Kanton St. Gallen



SPECIAL zum WTT YOUNG LEADER AWARD 2014

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@insom.ch | Autoren in dieser Ausgabe: Daniela Winkler, Christian Jauslin | Fotografie: Tiziana Secchi, Bodo Rüedi | Geschäftsleitung: Natal Schnetzer, nschnetzer@metrocomm.ch | Anzeigenleitung: Verena Mächler, mvaechler@metrocomm.ch | Marketingservice/Aboverwaltung: Verena Zäch, 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/Satz: Tammy Rühli, truehli@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

metr
comm

Pro Jahr 200 000 Stunden arbeiten

In jährlich 240 Praxisprojekten wenden die Studierenden der FHS St.Gallen die gelernte Theorie für Aufträge von Unternehmen und öffentlichen Institutionen an. Dieses einmalige Modell gibt den Studierenden Praxiserfahrung und den Auftraggebern umsetzbare Resultate.

Text: Christian Jauslin, Kommunikationsbeauftragter FHS St.Gallen **Bild:** Bodo Rüedi

Abgeleitet vom strategischen Ziel des praxisorientierten Studiums, hat die Fachhochschule St.Gallen (FHS) ein einmaliges Praxismodell entwickelt: Die Studierenden des Bachelorstudiums in Betriebsökonomie erlernen im Studium zu 80 Prozent die Theorie, welche sie während 20 Prozent in sogenannten Praxisprojekten anwenden. Im Teil der Praxisprojekte erhalten die rund 100 Studierendenteams Aufträge von Unternehmen und öffentlichen Institutionen in der Ostschweiz sowie im Rahmen spezieller internationaler Projekte auch in China und den USA und investieren während vier Monaten zwischen 750 und 1000 Stunden. Unterstützt werden sie dabei durch Dozenten der FHS, die das Team als Coach begleiten. Für die Kundschaft erarbeiten die Studierenden direkt anwendbare Analysen und Konzepte, welche an einer Schlusspräsentation und in einem Schlussbericht festgehalten werden.

Helmar Steinmann, ELO Digital Office CH AG:

«Die Herangehensweise an das Thema durch das Team zeugte von einer strukturierten, engagierten Arbeitsweise.»

«Pro Jahr werden über 240 Praxisprojekte realisiert», so Prof. Peter Müller, Leiter der Wissenstransferstelle WTT-FHS, welche für die Akquisition und Abwicklung der Praxisprojekte verantwortlich ist. Dabei streben die Studierenden laut Müller den maximalen praktischen Nutzen für die Auftraggeber an. Ein Eindruck den auch der ehemalige Auftraggeber Dr. Manfred Scheuerle, Technischer Betriebsleiter bei der Regena AG in Tägerwilten, bestätigt: «Das Team hat sich mit Begeisterung, Neugier und viel Engagement in die komplexen Prozesse eingearbeitet und sich schnell die Informationen besorgt. Mit Professionalität – stets zielgerichtet – wurden uns hervorragende Resultate geliefert.»

Einmaliges Praxismodell

Während jedem Jahr ihres Studiums müssen die FHS-Studierenden ein Praxisprojekt absolvieren.

Diese sind im Curriculum des FHS-Betriebsökonomie-Studiums eingebunden. Die für die Praxisprojekte verteilten ECTS-Punkte entsprechen ungefähr einem Fünftel der im Studium zu erreichenden ECTS-Punkte. Ziel dieses Modelles sei es, so Prof. Thomas Metzger, Leiter Studienbereich Wirtschaft, die Studierenden so auszubilden, dass sie sich in der Volkswirtschaft als praxisorientierte, erfolgreiche Nachwuchsführungskräfte etablieren. Mit den realen Aufträgen werde das im Rahmen der Lehre erworbene Wissen direkt praktisch angewendet. Während den Praxisprojekten erlernen die Studierenden zudem Consulting- und Projektmanagement-Kompetenzen, von der zukünftige Arbeitgeber profitieren werden, ist Metzger überzeugt.

WTT-Leiter Peter Müller bezeichnet dieses Modell als «Win-Win-Situation» für alle Beteiligten. Die Lösungen und Analysen seien direkt anwendbar, da umsetzungsorientiert entstanden. Das bestätigt auch Luigi Di Cola, Managing Director, Senior Sales Director bei Arbonia AG und Heizkörper Prolux AG in Arbon: «Speziell freute mich, dass die erarbeiteten Massnahmen und Instrumente sofort um- respektive einsetzbar sind.» Dabei arbeiten die Studierenden analytisch, wissenschaftlich und damit neutral, unvoreingenommen und unabhängig. Wobei die Branchenunabhängigkeit von Patrick Vogler, kaufmännischer Direktor und CFO bei der Casino Bad Ragaz AG, als besonderen Nutzen hervorgehoben wird.

Strukturierter Ablauf der Praxisprojekte

Für alle Arbeiten werden Verträge mit den Auftraggebern abgeschlossen, womit die Umsetzung gesichert wird. Die Auftragsdefinition wird von den Studierenden zum Projektstart detailliert ausformuliert. Bei der Zuteilung der Studierendenteams berücksichtigt die WTT-FHS laut Peter Müller im eigenen Interesse an einer hohen Leistung und Motivation, dass die bekanntgegebenen Präferenzen der Studierendenteams grösstmöglich mit jenen der Projektthemen und Kundschaft übereinstimmen. Die WTT-FHS nimmt während der Projektumsetzung verschiedene Qualitätskontrollen vor. Abgeschlossen wird jedes Projekt

*Prof. Peter Müller, Leiter der
Wissenstransferstelle WTT-FHS:
«Eine Win-Win-Situation
für alle Beteiligten.»*



mit einem Debriefing mit den Studierendenteams, Coachs und Auftraggebern. An diese strukturierte Vorgehensweise müssen sich alle Teams halten, was von den Auftraggebern auch erkannt wird, wie die Stellungnahme von Helmar Steinmann, Niederlassungsleiter der ELO Digital Office CH AG in Dübendorf, zeigt: «Die Herangehensweise an das Thema durch das Team war professionell und zeugte von einer strukturierten, engagierten Arbeitsweise. Termine wurden eingehalten, die Workshops sehr gut vorbereitet und durchgeführt.»

Manfred Scheuerle, Regena AG:

«Mit Professionalität – stets zielgerichtet – wurden uns hervorragende Resultate geliefert.»

In der Ostschweiz, China oder den USA

Das erste Praxisprojekt im Studium mit einem Auftraggeber sind die Unternehmensanalysen. Die Studierenden erstellen während rund 800 Stunden eine Situations-, Ausblicks-, und eine kleine Kundenzufriedenheitsanalyse und erarbeiten aus diesen nach der SWOT-Analyse optionale strategische Stossrichtungen und ein operatives Massnahmenprogramm. Marktforschungen können Unternehmen sowohl für die Schweiz, wie auch international – hier ganz speziell in den USA – in Auftrag geben. Letztere Möglichkeit ist eine Kooperation mit dem Babson College in

Boston. Hier setzen sich die Teams aus drei Schweizer und drei US-amerikanischen Studierenden zusammen. Während einer Woche arbeiten die Studierenden in Boston und wenden im gesamten Projekt zirka 1000 Stunden auf.

Die dritte Auftragsart sind Managementkonzeptionen, welche ebenfalls für die Schweiz und speziell auch für Schweizer Unternehmen in China angeboten werden. In den China-Praxisprojekten, welche in Zusammenarbeit mit der Tongji University in Shanghai umgesetzt werden, analysieren und konzipieren chinesisch-schweizerisch gemischte Studierendenteams für in China aktive Schweizer Unternehmen.

Krönender Abschluss

Die besten Praxisprojekte in den Kategorien Marktforschung und Managementkonzeption werden für den WTT YOUNG LEADER AWARD nominiert, der jährlich in der Tonhalle in St.Gallen an einer feierlichen Zeremonie vergeben wird. Persönlichkeiten aus der Wirtschaft und der FHS St.Gallen bilden die Jury. Neben den vier Preissponsoren Bühler AG, Leica Geosystems AG, Bauwerk Group und Tagblatt Medien tragen 17 weitere Partner aus der Wirtschaft und der Politik den etablierten Anlass. Ausschlaggebend für den Sieg sind «Analytische und konzeptionelle Substanz» sowie «Werthaltigkeit und Erfolgspotenzial für die Praxis», womit der Anspruch der unmittelbaren Anwendbarkeit der Praxisprojekte nochmals betont werde, so Peter Müller.

Mit Biss und Geschwindigkeit zum Sieg

Inspirierende und analysierende Worte zur Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz, von Unternehmen und von Studierenden der FHS St.Gallen waren der rote Faden durch den diesjährigen WTT YOUNG LEADER AWARD. Ausgezeichnet wurden die Arbeiten für die Ebnat AG und Solenthaler Recycling AG.

Text: Christian Jauslin, Kommunikationsbeauftragter FHS St.Gallen

«Mut, Innovationskraft, Durchhaltewillen und besonnenes Handeln», wünscht Nationalbank-Präsident Thomas Jordan den künftigen Führungskräften am WTT YOUNG LEADER AWARD der Fachhochschule St.Gallen (FHS). Diesjähriges Thema war die Wettbewerbsfähigkeit. Die eigene Wettbewerbsfähigkeit zeigen die Studierenden der FHS unter anderem in den Praxisprojekten, die sie für Unternehmen und öffentliche Institutionen jährlich erarbeiten. Am 23. September wurden in St.Gallen die besten Arbeiten in den Kategorien Marktforschung und Managementkonzeption mit dem WTT YOUNG LEADER AWARD ausgezeichnet. Gewonnen haben die Teams Ebnat AG und Solenthaler Recycling AG.

«Tierischen Wettbewerb» haben zwei der Gastreferenten für ihre Botschaft verwendet. In Afrika, so Prof. Dr. Sebastian Wörwag, Rektor der FHS St.Gallen, wache jeden Morgen eine Gazelle auf, die

schneller rennen muss als der schnellste Löwe, und ein Löwe, der schneller als die langsamste Gazelle sein muss. Auch das sei Wettbewerb: Sich durch Geschwindigkeit und Sprünge oder eben durchs Durchbeissen auszuzeichnen. Thomas Rechsteiner, Regierungsrat und Säckelmeister aus Appenzell Innerrhoden erzählte vom Hasen und Igel und auch er gab den rund 600 anwesenden Gästen mit, dass beide auf ihre Art wettbewerbsfähig seien. Sich keiner tierischen Metapher, sondern harten Zahlen bedienend, zeigte Nationalbank-Präsident Thomas Jordan, welchen Herausforderungen sich die Schweiz aktuell stellt und in der Vergangenheit stellte, die zum Beispiel mit dem Mindestkurs beantwortet wurden. Thomas Jordan bestätigte, dass die SNB bei Bedarf unverzüglich weitere Massnahmen ergreifen würde, um die Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Unternehmen zu erhalten.





wegweisend



in Beratung und Service

Kommen Sie zu Kühnis – der 1. Adresse für gutes Sehen und Hören.

Kühnis Seh+Hörwelt · Altstätten · Appenzell · Buchs · Gossau · Heerbrugg · Pizolpark Mels · Sargans · Widnau · www.kuehnis.ch

Focus on your future



Wir gratulieren den Gewinnern des WTT-Young Leader Awards zu diesen ausgezeichneten Leistungen und wünschen ihnen weiterhin viel Erfolg und alles Gute in ihrer beruflichen Zukunft.

Der WTT-YLA war auch dieses Jahr wieder eine Höchstleistung und bestätigt die praxisorientierte und zukunftsweisende Ausbildung der FHS St. Gallen.

Wir sind sehr stolz, dem WTT-YLA seit Jahren ein Partner sein zu dürfen und zu diesem einzigartigen Event der Ostschweiz eingeladen zu werden.

Das gesamte Leica Geosystems-Team bedankt sich für einen unvergesslichen Abend und freut sich schon auf das nächste Jahr.



Leica Geosystems AG
Switzerland
www.leica-geosystems.com



- when it has to be **right**

Leica
Geosystems



| s | g | s | w |
Sankt Galler Stadtwerke

Lebensqualität

ist, wenn man die Stunden zu Hause geniessen kann.

Die Sankt Galler Stadtwerke sind Ihr Partner in allen Energiefragen.

Sankt Galler Stadtwerke | St. Leonhard-Strasse 15 | 9001 St. Gallen
www.sgsw.ch | info@sgsw.ch | Telefon 0848 747 900

Mehr Selbstbewusstsein ist gefragt

Der Wettbewerb spielt. Unternehmen auf Standortsuche können heute schnell und einfach verschiedene Alternativen miteinander vergleichen. Umso wichtiger ist es, die Vorzüge der hiesigen Region optimal zu präsentieren. Und über solche verfügt die St.GallenBodenseeArea in hohem Masse. Welches die Vor-, aber auch die Nachteile der Region sind und inwiefern Firmen mit Steuererleichterungen angelockt werden können, erklären die beiden Sponsoringpartner des WTT YOUNG LEADER AWARD, Karin Jung, Leiterin Amt für Wirtschaft Appenzell Ausserrhoden, und Beat Ulrich, Leiter Standortförderung im Amt für Wirtschaft und Arbeit des Kantons St.Gallen, im Interview.

Interview: Marcel Baumgartner **Bilder:** zVg.

In Zeiten der totalen Vernetzung spielt es doch für sehr viele Unternehmen keine Rolle mehr, wo sie ihren Standort haben. Eine falsche Annahme?

Beat Ulrich: Ja. Gerade diese Vernetzung gibt den Unternehmen die Chance, verschiedene Standorte für Forschung, Verwaltung, Management und Produktion zu wählen. Je nach Unternehmensart, Technologie und Funktion spielen unterschiedliche Standortfaktoren eine Rolle: die Verfügbarkeit von gut ausgebildeten Fach- und Führungskräften, die Kosten – Arbeitskosten, Steuern – und der Rechtsrahmen. Dann können auch die internationale Anbindung durch einen Flughafen oder die Nähe zu Kunden beziehungsweise Lieferanten ausschlaggebend sein. Unser Ziel ist, die St.GallenBodenseeArea in diesen Faktoren gut zu positionieren.

«Steuererleichterungen bei Neuansiedlungen werden nur sehr zurückhaltend und nach Gewichtung sämtlicher volkswirtschaftlicher Aspekte gewährt.»

Welches sind in der Regel die ersten Fragen, die eine Firma an Sie stellt, wenn sie nach einem neuen Standort sucht?

Ulrich: Die Fragen können sehr unterschiedlich sein und weisen ein breites Spektrum auf: Verfügbarkeit von Bauland oder Gewerbeimmobilien, Erklärungen zum politischen und rechtlichen System in der Schweiz, zur Firmengründung, Technologieumfeld, zu möglichen Zulieferern, steuerliche Fragen oder Fragen im Zusammenhang mit dem Bildungssystem in der Schweiz sind häufig.

Mit welchen Punkten kann die St.GallenBodensee Area (SGBA) hinsichtlich der Wettbewerbsfähigkeit effektiv glänzen?

Karin Jung: Für die SGBA sprechen mehrere Gründe: Sie ist der drittgrösste und kosteneffizienteste Wirtschaftsraum der Schweiz und liegt ideal im Dreiländereck D-A-CH, mitten im grössten und kaufkräftigsten deutschsprachigen Markt Europas. Die SGBA verfügt über einen flexiblen, funktionierenden Arbeitsmarkt und die einheimischen Beschäftigten sind für jeden Arbeitgeber ein sicherer Wert: gut ausgebildet, mehrsprachig, zuverlässig und engagiert. Ausserdem verfügt die SGBA über ein spannendes Technologie- und Forschungsumfeld – beispielsweise in Themen wie Präzision, Maschinenbau oder auch ICT.

Wie sieht es mit der Steuerbelastung im internationalen Vergleich aus?

Jung: Sie ist in der SGBA sowohl für Unternehmen als auch für Privatpersonen im internationalen Vergleich tief. Im schweizerischen Vergleich kann man sich in der SGBA mit dem Verdienten am meisten leisten. Auch ganz wichtig: Die St.GallenBodenseeArea verfügt über eine einmalig hohe Lebensqualität: Wo können Sie am Morgen den Sonnenaufgang auf einer Bergspitze bewundern, am Nachmittag für ein kühlendes Bad in den Bodensee springen und am Abend ein kulturelles Highlight im Stadttheater geniessen? Das bietet nur die St.GallenBodenseeArea.

Haben Sie in gewissen Bereichen auch einen Spielraum – beispielsweise bei den Steuern? Können Sie, wenn es hart auf hart kommt, noch ein Zückerchen in die Waagschale werfen?

Ulrich: In der St.GallenBodenseeArea sind die Unternehmenssteuern tief – für alle Unternehmen, für neue wie auch für bestehende Firmen. Aus diesem Grund werden Steuererleichterungen bei Expansionsprojekten von ansässigen Unternehmen wie auch bei Neuansiedlungen nur sehr zurückhaltend und nach Gewichtung sämtlicher volkswirtschaftlicher

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

Networking pur
regional • kantonal • global



MEISTERHAFT!

**Herzliche Glückwünsche
allen Studenten und Coaches
zu ihrem grandiosen Erfolg!**

C. Solenthaler
Christoph Solenthaler

Solenthaler Recycling AG
Moosburg
9201 Gossau



**SOLENTHALER
RECYCLING AG**
Ihre Rohstoffe Matter
www.sorec.ch

Leader lesen LEADER®

LEADER. Das Ostschweizer Unternehmermagazin. www.leaderonline.ch



Beat Ulrich, Leiter Standortförderung im Amt für Wirtschaft und Arbeit des Kantons St. Gallen: «Einzelbetriebliche Zuschüsse kennen wir nicht.»

Karin Jung, Leiterin Amt für Wirtschaft Appenzell Ausserrhoden: «Die Bestandespflege ist die wichtigere Aufgabe der kantonalen Standortförderungen.»

Aspekte gewährt. Auch einzelbetriebliche Zuschüsse kennen wir nicht. Umso mehr versuchen wir, im Zusammenspiel in der Verwaltung und mit unseren Netzwerkpartnern ein möglichst gutes Dienstleistungspaket zu liefern.

Nun konnten Sie die Vorteile der St.GallenBodenseeArea aufzählen. Was aber wird von ansiedlungsinteressierten Unternehmen gerne bemängelt?

Jung: «Bemängelt» ist vielleicht übertrieben, aber die SGBA hat in der Internationalisierung sicherlich noch Potenzial. Auch etwas mehr Selbstbewusstsein dürften wir haben: Oft wird die St.GallenBodenseeArea massiv unterschätzt, und man kennt die vorher skizzierten Vorteile und unsere herausragenden Unternehmen nicht. So wollen wir noch stärker bekannt machen, dass die SGBA beispielsweise DER schweizerische Produktionsstandort ist, insbesondere in den Zentren auch über hochwertige Dienstleistungsanbieter von nationaler Bedeutung verfügt und in mehreren Segmenten erfolgreiche Nischenplayer mit internationalen Arbeitsplätzen vorhanden sind.

Sie haben es erwähnt: Unternehmen können heute rascher als früher verschiedene mögliche Standorte miteinander vergleichen. Hat sich damit die Aufgabe der Standortförderung massgeblich verändert?

Ulrich: Das Vergleichen ist einfacher und vor allem auch schneller geworden. Für uns – die Kantone St.Gallen, Thurgau, Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden – ist es deshalb von entscheidender Bedeutung, dass wir gemeinsam als starke Wirtschaftsregion St.GallenBodenseeArea auf modernste Weise in der internationalen Standortpromotion auftreten können. Wir möchten unsere Kunden mit verlässlichen Informationen, raschen Dienstleistungen und interessanten Zusatzangeboten konkurrenzfähig betreuen. Ein Beispiel ist das AsiaConnectCenter an der Uni St.Gallen. Dazu arbeiten wir auch eng mit einem grossen privaten Netzwerk aus Beratung, Recht, Immobilien, Banken, Personal usw. zusammen. Mit ihnen gemeinsam haben wir das Interesse an einer starken internationalen Wirtschaftsregion.

Dass um neue Unternehmen geworben wird, ist ein Fakt. Wie aber sieht es mit den bereits hier an-

sässigen Unternehmen aus – was tut die Standortförderung für diese?

Jung: Obwohl viel über das Ansiedlungsgeschäft gesprochen wird, ist die Bestandespflege die wichtigste Aufgabe der kantonalen Standortförderungen. Die Massnahmen sind breit und reichen von gezielten Firmenbesuchen, der Beantwortung diverser Anfragen über die Organisation von Veranstaltungen bis hin zu Aktivitäten in den Bereichen Immobilien, Innovationsförderung und auch Start-up-Förderung. Auch im Thema Fachkräftemangel ist die Standortförderung verstärkt aktiv. So fand im August zum ersten Mal die Veranstaltung «ProOst» statt, die zum Ziel hat, die attraktiven Karrieremöglichkeiten in der Ostschweiz einem breiten Publikum bekannt zu machen und Fachkräfte in unsere Region (zurück) zu holen.

St.GallenBodenseeArea

Die St.GallenBodenseeArea ist eine offizielle Zusammenarbeit der Kantone SG, TG, AR und AI. Sie betreibt die internationale Standortpromotion und Ansiedlungsunterstützung für den drittgrössten Wirtschaftsraum der Schweiz mit einem Einzugsgebiet von zwei Millionen Menschen. Diese liegt im Viereck München-Stuttgart-Zürich-Mailand, nur 30 bis 60 Minuten vom Airport Zürich entfernt und ist mit ihrem einmaligen Cost-Income-Verhältnis einer der attraktivsten Wirtschaftsräume in ganz Europa.

Dienstleistungen der SGBA sind unter anderem:

- Kostenlose und umfassende Unterstützung und Begleitung internationaler Unternehmen in der Standortevaluation.
- Nutzung des wertvollen Netzwerks und Vermittlung von Ansprechpartnern bei den Clustern, Universitäten und Forschungsstätten, Beratungsgesellschaften und Banken vor Ort.
- Unterstützung bei der Unternehmensgründung und bei der Suche nach geeignetem Büroraum, Gewerbeflächen und Grundstücken.
- Umfassender Relocation Service für internationale Schlüsselpersonen.
- Besondere Unterstützung in den Bereichen Präzision (Elektronik/Optik), Informations- und Kommunikationstechnologie, Medizinaltechnologie, Cleantech und Hauptsitzfunktionen.

www.sgba.ch

Grenzüberschreitendes Know-how

Die Hypo Vorarlberg ist die grösste Bank Vorarlbergs. Längst hat sie sich über die Landesgrenzen hinaus etabliert, so auch mit ihrer Niederlassung in St. Gallen. Regionaldirektor Dieter Wildauer erklärt, weshalb die Schweizer das Know-how und die Mentalität bei der Hypo Vorarlberg schätzen.

Die Hypo Vorarlberg ist seit 17 Jahren mit einer Niederlassung in St. Gallen vertreten. Wie hat sich die Bank seither entwickelt?

1997 wurde unsere Niederlassung im Zentrum von St. Gallen – am ehemaligen Sitz der Schweizerischen Nationalbank in der Bankgasse 1 – eröffnet. Unser Team ist seither von fünf auf 20 Mitarbeitende gewachsen, die Mehrheit davon sind Schweizer. Gemeinsam ist es uns über die Jahre gelungen, eine verlässliche und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit der St. Galler Bevölkerung sowie regionalen Firmen und gewerblichen Betrieben aufzubauen. Wir bieten Know-how aus einer Hand, sei es für

Schweizer Unternehmer mit Geschäftsinteressen in Österreich und Deutschland oder für den umgekehrten Weg. Neben Vorarlberg sind wir in der Bundeshauptstadt in Wien sowie in den beiden wichtigen österreichischen Industrieregionen in Wels (Oberösterreich) und Graz (Steiermark) vertreten. In unserer Tochtergesellschaft in Bozen bieten wir Leasinglösungen für den Markt Norditalien an. In unserem Marktgebiet – der gesamten Deutschschweiz mit Fokus auf die Ostschweiz – betreuen wir heute in etwa 2000 Kunden. Es freut mich sehr, dass wir uns als Vorarlberger Bank im Schweizer Markt etablieren konnten, da hier die Latte besonders hoch liegt.



Leidenschaftlich. Gut. Beraten.



Wie darf man sich das Geschäftsmodell einer Vorarlberger Regionalbank vorstellen?

Unser Geschäftsmodell ist vergleichbar mit dem der Schweizer Kantonalbanken. Als solide, bodenständige Regionalbank liegt unser Fokus auf dem klassischen Bankgeschäft: Anlegen und Finanzieren. Neben den Bereichen Sparen, Vorsorge und Wertchriften bieten unsere Spezialisten im Asset Management eine Auswahl an innovativen Vermögensverwaltungsstrategien an. Überdies können unsere Kunden auf jahrelange Erfahrung bei Finanzierungen für Geschäfts-, Industrie- und Wohnliegenschaften bzw. Immobilien zählen. Als Teil einer Bank mit insgesamt über 700 Mitarbeitenden und einer Bilanzsumme im Gegenwert von rund CHF 17 Milliarden finanzieren wir auch Tranchen von CHF 10 Millionen und mehr.

Wo liegen die besonderen Kompetenzen der Hypo Vorarlberg im Firmenkundenbereich?

Unser Team hat sich besonders darauf spezialisiert, individuelle Lösungen für die Vorhaben der Unternehmen – unabhängig von ihrer Grösse – zu finden. Die Kunden kommen grösstenteils aus der Deutschschweiz, aber auch aus Süddeutschland und Österreich und schätzen an uns vor allem die Ausgewogenheit zwischen lokaler Kompetenz und grenzüberschreitendem Know-how. So bieten wir neben der Finanzierung von KMU's auch die klassische Immobilienfinanzierung für Renditeobjekte und selbstbewohntes Eigentum an. Ergänzt wird dies durch Dienstleistungen im Auslandgeschäft (Akkreditive, Dokumentarinkasso) sowie Garantien und Kauttionen. Eine flexible Beratung ausserhalb der Geschäftszeiten oder vor Ort beim Kunden rundet unser Leistungsportfolio ab.

Und wie kommt die Vorarlberger Mentalität bei den Schweizern an?

Durch unsere geografische Nähe, aber auch durch ähnliche Wertvorstellungen, haben die Vorarlberger seit jeher eine Verbundenheit mit den Schweizer Nachbarn. Handschlagqualität, also Verlässlichkeit in jeder Hinsicht, hat einen genauso hohen Stellenwert wie die Pflege der eigenen Wurzeln, die in Zeiten der Globalisierung besonders wichtig sind.

Durch die Verbindung zum österreichischen und süddeutschen Markt sind wir in der Lage, unseren Schweizer Kunden einen umfassenden, grenzüberschreitenden Bankservice anzubieten. Der sehr persönliche Umgang mit Kunden hat bei uns seit vielen Jahren Tradition und zeichnet uns besonders aus.

Kerngeschäft

Anlageberatung
Kommerzkundenfinanzierung
Immobilienfinanzierung

Filialen und Niederlassungen

19 Filialen in Vorarlberg, je eine Filiale in Wien, Graz und Wels, Niederlassung St. Gallen, Leasing-Tochtergesellschaft in Bozen (Südtirol)



Ihr Ansprechpartner in St. Gallen:

Dieter Wildauer, Regionaldirektor Schweiz

Kontakt:

Vorarlberger Landes- und Hypothekbank
Aktiengesellschaft,
Bregenz, Zweigniederlassung St. Gallen
Bankgasse 1, CH-9004 St. Gallen
Tel. +41 (0)71 228 85 00
E-Mail: dieter.wildauer@hypobank.ch
www.hypobank.ch



*Das Siegerteam Marktforschung
(von links): Antonyos Jakob, Cedric Kuenzi,
Claudio Merri und Gabriel Bischof.*

«Die Ergebnisse können nun zielführend eingesetzt werden»

Der WTT YOUNG LEADER AWARD in der Marktforschung geht dieses Jahr an das vierköpfige Projektteam rund um Cedric Küenzi. Ihre Projektarbeit befasst sich mit einem künftigen Markteintritt in Österreich und Deutschland von Bürsten der Ebnat AG.

Interview: Daniela Winkler **Bild:** Tiziana Secchi



Projektleiter
Cedric Küenzi.

Cedric Küenzi, was war für Sie das Spannende an der Aufgabenstellung?

Als BSc in B.A. Studierende mit dem Schwerpunkt International Management wollten wir unbedingt ein Projekt mit internationaler Ausrichtung durchführen. Ein geplanter Expansionsschritt eines Unternehmens ins Ausland war für uns also die perfekte Ausgangslage.

Um die Fragestellung zu lösen, mussten die Märkte Deutschland und Österreich analysiert werden. Wie sind Sie dabei vorgegangen?

Vorgängig waren Mitbewerberanalysen und die Informationsbeschaffung zur Berechnung des Marktpotenzials nötig. Diese haben wir vorwiegend unter Einbezug von Datenbankrecherchen und mittels Anfragen bei den Bundesämtern für Statistik vorgenommen. Bei der Suche nach geeigneten Vertriebspartnern verwendeten wir Firmendatenbanken. Wir grenzten rund 4500 Datensätze ein und selektionierten die interessantesten Unternehmen aufgrund des Standorts, des Produktangebotes, des Umsatzes und des Preissegmentes. Im Dialog mit dem Management der Ebnat AG favorisierten wir die potenziell geeignetsten Vertriebspartner, die wir daraufhin befragten. Dabei ging es in einem ersten Interviewteil um die angebotenen Produkte der Vertriebspartner sowie deren Hersteller. Der Hauptteil beinhaltete die Präsentation der Ebnat-Produkte sowie die Einschätzung seitens der Interviewpartner bezüglich Qualität, Preis, Nachfrage und Verbesserungspotenzial. Zum Abschluss wurde das Interesse einer möglichen Partnerschaft abgeklärt.

Wie können Sie die Marktchancen von Ebnat-Bürsten in Österreich und Deutschland einordnen?

Unser Team sieht für die Ebnat AG ein sehr hohes Erfolgspotenzial in diesen Märkten. Das Unternehmen kann sich mit dem Attribut Swissness und den innovativen Zusatzfunktionen ihrer Produkte nicht nur von den deutschen und österreichischen Mitbewer-

bern unterscheiden, sondern sich wesentlich von ihnen abheben.

Worin bestanden die Herausforderungen?

Von Anfang an war uns bewusst, dass ein gelungenes Projekt die Ebnat AG wesentlich beeinflussen wird. Diese Verantwortung hat uns herausgefordert, mit vollem Herzblut die Dinge anzugehen. Dies hat sich beispielsweise beim Vereinbaren von Interviewterminen bezahlt gemacht. Denn wir mussten feststellen, dass Unternehmen oftmals mit dem operativen Geschäft so beschäftigt sind und deshalb kaum Zeit für Interviews finden. Dies erforderte von uns viel Überzeugungskraft.

Welches Feedback haben Sie von Ebnat AG erhalten?

Wir hatten während der Projektphase regen Kontakt mit dem Management der Ebnat AG. Dies ermöglichte einen offenen Dialog sowie zielführende Arbeitsprozesse. Die praktische Umsetzung unserer Empfehlungen wurde noch vor Projektabschluss ins Rollen gebracht. Am Ende des Projekts erhielten wir die Rückmeldung, dass wir uns dank unserer guten Auffassungsgabe in kurzer Zeit in das Unternehmen einfühlten konnten. Die erarbeiteten Ergebnisse können nun zielführend eingesetzt werden.

Ebnat AG, Ebnat-Kappel

Die Ebnat AG mit Sitz in Ebnat-Kappel beschäftigt rund 175 Mitarbeitende. Das Unternehmen gehört zur Trisa-Gruppe und ist deren Kompetenzzentrum im Bereich Interdental- und Raumpflege.

Das Siegerteam Marktforschung

Cedric Küenzi, Faulensee, Projektleiter
Gabriel Bischof, Mosnang
Antonyos Jakob, Lichtensteig
Claudio Merri, Bonau

Den eigenen Weg finden

Das Weiterbildungszentrum FHS St.Gallen vereint Master-, Diplom- und Zertifikatslehrgänge in Wirtschaft, Technik, Gesundheit und Sozialer Arbeit zu einem vielfältigen Angebot. Überzeugen Sie sich selbst davon: www.fhsg.ch/weiterbildung.

Neu: Weiterbildungen in Swiss Finance

www.fhsg.ch/swiss-finance

Interessiert? Mehr dazu erfahren Sie auch an unserer Fachveranstaltung **Konkret** vom **22. September, 17.30 Uhr**. Details und Anmeldung unter www.fhsg.ch/konkret-swiss-finance oder +41 71 226 12 50.

 **FHS St.Gallen**
Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

www.fhsg.ch
FHO Fachhochschule Ostschweiz

Infoanlass
19. November
fhsg.ch/infoanlass

Karin Riegger, Absolventin Executive MBA

WIR HABEN DIE BESTE AUSWAHL FÜR ALLE IHRE ZIELE



Greenline 33 hybrid solar



Bavaria Cruiser 37



Füllemann Petri



Jeanneau Sun Odyssey 469

 JEANNEAU

 BAVARIA

 Füllemann
sportfischer boote

 Greenline

 Campion

 Linder

 Windy

 PRESTIGE



Campion Chase 650i BR



Bavaria Sport 39



Linder 460 Arkip



Jeanneau NC14

Hier finden Sie nicht nur die führenden Segel- und Motorbootmarken. Hier finden Sie auch ein leidenschaftliches Team mit viel Erfahrung und Know-how. Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihren Besuch.

PRO NAUTIK

Die Werft am Bodensee, 8590 Romanshorn
Telefon 071 466 14 14, www.pro-nautik.ch

HAUSAMMANN

Caravans & Boote AG, 8592 Uttwil
Telefon 071 466 75 30, www.hausammann.ch

Erfolgsversprechende Resultate

Das Projekt für die Ebnat AG aus Ebnat Kappel ging als Sieger in der Kategorie «Marktforschung» hervor. Geschäftsleiter Pius Thoma spricht von einer Topleistung und einem unvergesslichen Erlebnis.



Ebnat-Geschäftsleiter
Pius Thoma

Pius Thoma, aus einer Vielzahl von Praxisprojekten setzte sich letztlich jenes für Ihr Unternehmen durch. Gab es für das FHS-Team Hürden zu bewältigen?

Ja. Die grösste Herausforderung war, den Auftrag richtig zu analysieren und für uns Kunden zu akquirieren, die vorher für «Ebnat» nicht bekannt waren.

Wie beurteilen Sie die Leistung des verantwortlichen Teams der FHS?

Es war eine absolute Topleistung. Besonders interessant war für uns zu sehen, dass sich ein junges Team fast besser als eigene Leute in eine unbekannte Materie einarbeiten und neutral für die Zukunft erfolgs-

versprechende Resultate liefern konnte. Herzliche Gratulation an dieses tolle Team.

Welchen konkreten Nutzen können Sie aus den Ergebnissen ziehen?

Wir haben bereits mit einigen Kunden Kontakt aufgenommen und für die entsprechenden Vertriebskanäle Sortimente offeriert. Die Rückmeldungen waren sehr positiv.

Werden allenfalls weitere Praxisprojekte mit der FHS realisiert?

Ja, die Zusammenarbeit mit der Fachhochschule, mit Peter Müller und der Studentengruppe war eindrücklich, unvergesslich und wirklich sehr positiv.

Hartnäckigkeit und Durchhaltevermögen waren gefragt

Dozentin Dr. Franziska Weis war als FHS-Projektleiterin verantwortlich für das Team «Ebnat AG».



Dozentin
Dr. Franziska Weis

Franziska Weis, Ihr Praxisprojekt schaffte es auf den obersten Podestplatz. Was hat die Arbeit ausgezeichnet?

Bei diesem Praxisprojekt ging es darum, das Erfolgspotenzial eines Markteintritts durch die Ebnat AG in Deutschland und Österreich zu beurteilen. Die Studierenden hatten zunächst die Aufgabe, das Marktpotenzial für Premium-Haushaltsbürsten zu schätzen. Anschliessend haben sie potenzielle Vertriebspartner identifiziert. Die grösste Herausforderung war, diese Partner zu einem persönlichen Gespräch zu motivieren, um die Ebnat-Produkte vorstellen und gleichzeitig die erfolgsversprechendsten Produkte für die Märkte aus Sicht der Vertriebspartner auswählen zu können.

Welchen konkreten Nutzen hat das Praxisprojekt?

Die Studenten haben unter anderem aufgrund der persönlichen Gespräche mit potenziellen Ver-

triebspartnern Vorschläge erarbeitet, welche Ebnat-Produkte aufgrund von für diese Märkte neuartigen Produkteigenschaften am ehesten von den Konsumenten nachgefragt werden würden. Die gelieferten Kontakte mit Vertriebspartnern wurden teilweise schon während der Projektphase durch die Ebnat AG genutzt.

Wie beurteilen Sie persönlich die Leistung des verantwortlichen Teams?

Die Studierenden haben eine herausragende Leistung vollbracht. Gerade bei der Akquise potenzieller Vertriebspartner haben sie Hartnäckigkeit und Durchhaltevermögen bewiesen. Sie haben grosses Engagement bei der Anbahnung von Geschäftsbeziehungen mit potenziellen Vertriebspartnern gezeigt und sich von Absagen nicht entmutigen lassen.



*Das Siegerteam Managementkonzeption
(von links): Rafael Klarer, Samuel Tekin,
Patrick Gerig und Michael Grob.*

Über den Tellerrand hinausschauen

Management-Cockpit für ein nachhaltiges Recycling-Business – so lässt sich das Thema der diesjährigen Gewinner in der Sparte «Managementkonzeption» zusammenfassen. Projektleiter Michael Grob hat sich mit seinem Team mit allen Aspekten des Recyclings beschäftigt.

Interview: Daniela Winkler Bild: Tiziana Secchi



Projektleiter
Michael Grob.

Michael Grob, wie viel Hintergrundwissen zum Thema Recycling war notwendig für Ihre Projektarbeit?

Das Recycling ist eine höchst komplexe Branche. Solenthaler hat uns dies von Anfang an klargemacht. Wir haben aus diesem Grund in Absprache den Bereich auf Elektro(nik)-Schrott eingegrenzt. Da zum Thema nicht viel Literatur vorhanden war, führten wir diverse Experteninterviews mit Stakeholdern durch und arbeiteten intensiv mit der Kundschaft zusammen.

Was beinhaltet die Aufgabenstellung «Management-Cockpit für ein nachhaltiges Recycling-Business» konkret?

Unsere Aufgabe war es, ein Management-Tool zu erstellen, das dem CEO des Unternehmens täglich eine Auswahl an aktuellen, operativen Kennzahlen präsentiert. Unter operativen Kennzahlen wurden Kennzahlen verstanden, die direkt mit dem Verarbeitungsprozess des Elektro(nik)-Schrottes in Verbindung stehen. Das Management-Cockpit soll mittels Ampelsystem oder Tachoanzeige die Einhaltung oder Abweichung vom Soll-Wert grafisch anzeigen.

Wie war dabei Ihr Vorgehen?

Als Erstes stand eine Situationsanalyse an. Hauptbestandteil dieser war die Prozessanalyse. Sie war notwendig, um festzustellen, wo die operativen Kennzahlen gesetzt werden müssen. Die Prozessanalyse zeigte uns die heiklen Schnittstellen und die Teilprozesse, bei denen die Mitarbeitenden involviert sind. Die Prozessanalyse diente uns für die spätere Arbeit als saubere Grundlage und war der Ausgangspunkt für die Definition der Kennzahlen.

Damit wir die Auswirkungen auch auf andere Bereiche des Unternehmens untersuchen konnten, bedurfte es einer Ursachen-/Wirkungsanalyse in Form

des vernetzten Denkens. Damit konnten wir belegen, wieso die Kennzahl für das Unternehmen von hoher Bedeutung ist. Die Kennzahlen wurden daraufhin definiert und mit der empfohlenen Berechnung und dem Hauptziel zur Verbesserung im Prozess versehen. Die Erstellung des Management-Cockpits in Excel-Form mit Ampelsystem und Tachoanzeige war dann die Krönung unseres Projektes. In diesem Tool wurden alle definierten Kennzahlen zusammengefasst und eine Hauptübersicht für die Auswertung durch den CEO sowie Detailansichten pro Kennzahl im Hintergrund erstellt.

Gab es Punkte, bei denen Sie angestanden sind?

Ja. Vor allem am Anfang der Projektphase sind wir an unsere Grenzen gestossen. Der Projektauftrag schien zu komplex zu sein, da wir das nötige Wissen noch nicht hatten und uns zu fest auf die erlernten Theorien aus dem Studium gestützt hatten. Nachdem uns klar wurde, dass wir über den Tellerrand hinausschauen und uns auf das Neue einlassen müssen, konnten wir der Kundschaft auch die ersten nützlichen Resultate liefern.

Solenthaler Recycling AG, Gossau

Das Leistungsspektrum der Solenthaler Recycling AG deckt mit modernsten Verfahren die komplette Prozesskette des Recyclings über Sammlung, Verwertung und Verkauf von Rohstoffen ab. Erklärtes Ziel des Unternehmens ist es, Rohstoffkreisläufe lückenlos zu schliessen.

Das Siegerteam Managementkonzeption

Michael Grob, Gossau, Projektleiter
Patrick Gerig, Waldstatt
Rafael Klarer, Engelburg
Samuel Tekin, St.Gallen

Umsetzungsorientiert

Die FHS St.Gallen hat als strategische Zielsetzung das praxisorientierte Studium. Ziel der Praxisprojekte ist, mit den Studierenden des Fachbereichs Wirtschaft im Rahmen von realen Aufträgen aus der Wirtschaft, der Wissenschaft und von öffentlichen Institutionen das im Rahmen der Lehre erworbene Wissen direkt praktisch anzuwenden.

Auf dieser Seite finden Sie Unternehmen, welche als Praxisprojekt-Partner bereits mit der FHS zusammengearbeitet haben.

ASA-Service AG
Abwasser- und Umwelttechnik

SPAR

Appenzeller Heilmittel wirken mit besonderer Kraft.

HERBAMED

Homöopathie Phytotherapie

SWISS QUALITY

Ein Bisschen Glück.
Während und nach dem Studium.

Kägi

Glück ist ein Kägi.

kaegifriends | www.kaegi-ag.ch

DAMIT STROM RICHTIG FLIESST

GIFAS
ELECTRIC

GIFAS-ELECTRIC GmbH
9424 Rheineck | 071 886 44 44
www.gifas.ch | shop.gifas.ch | info@gifas.ch

CHT
BEZEMA

BEZEMA AG
9462 Montlingen | www.bezema.com

Continental

Continental Automotive Switzerland AG
Industriestrasse 18 • 9464 Rüthi

+GF+

Georg Fischer Piping Systems Ltd
8201 Schaffhausen
Schweiz
info.ps@georgfischer.com
www.gfps.com

Lehren, lernen, fördern und fordern

Unsere Profession – wir begleiten Menschen

Lukashaus Stiftung
9472 Grabs
081 750 31 81
info@lukashaus.ch

Lukashaus ▶ www.lukashaus.ch

Sponsoren

| | | | | | | |
|-------------------------|--------------------------|--------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|------------------------|
| Blue Carpet Sponsor | Preissponsor 1. Rang | Preissponsor 1. Rang | Preissponsor 2./3. Rang | Preissponsor 2./3. Rang | Celebration Sponsor | Invitation Sponsor |
| Community Sponsor | Community Sponsor | Community Sponsor | Kategoriensponsor | Kategoriensponsor | Internationalisierungspartner | Technik Sponsor |
| Medienpartner | Medienpartner | Young Entrepreneur Sponsor | Patronatspartner | Patronatspartner | Patronatspartner | Patronatspartner |

Wettbewerbsfähigkeit gesteigert

Das Team «Solenthaler Recycling AG» wurde vom Lehrbeauftragten und FHS-Coach Lothar Natau betreut.



FHS-Coach
Lothar Natau

Lothar Natau, Ihr Team setzte sich im Wettbewerb durch. Worauf führen Sie das zurück?

Die gestellte Aufgabe hat den virtuoseren Umgang mit ingenieurwissenschaftlichen Methoden verlangt, kombiniert mit Ansätzen aus der Betriebswirtschaft.

Inwiefern profitiert nun der Kunde von der Arbeit?

Die Solenthaler Recycling AG hat mit dem entwickelten Recycling Cockpit ein Instrument erhalten, um eine optimale Nutzung der Anlagen zu erreichen. Stillstandzeiten und Produktionsausfälle können minimiert werden. In einem Umfeld mit starker nationaler und internationaler Konkurrenz wird so die Wettbewerbsfähigkeit gesteigert.

Wie beurteilen Sie persönlich die Leistung des verantwortlichen Teams der FHS?

Die Studierenden haben sich schnell und umfassend in ein hochkomplexes, technisches Umfeld bis tief ins Operative eingearbeitet. Normale Produktionsprozesse fügen Teile und Baugruppen zu einem Produkt zusammen. Recycling geht den umgekehrten Weg. Hier muss ein möglichst hoher Anteil an wieder verwertbaren Stoffen aus dem Produkt extrahiert werden.

Was bedeutet Ihnen der Sieg von Ihrem Team?

Es ist immer wieder ein Highlight, meine Erfahrung als Unternehmer und Dozent in der Betreuung von Studierenden einzubringen. Wenn diese dann zu Hochform auflaufen, ist das auch eine persönliche Befriedigung.

«Das ging an die Substanz»

In der Kategorie «Managementkonzeption» setzte sich die Arbeit für die Solenthaler Recycling AG aus Gossau durch. Inhaber Christoph Solenthaler erklärt, wie es nach einem «Restart» zu einer beachtlichen Leistungssteigerung kam.



CEO Christoph Solenthaler,
Solenthaler Recycling AG

Christoph Solenthaler, Ihr Praxisprojekt wurde mit dem WTT YOUNG LEADER AWARD ausgezeichnet. Was war Ihrer Meinung nach die grosse Herausforderung bei dieser Arbeit?

Die Studenten mussten sich im Bereich «Operations Management», einer Disziplin, die an der FHS nur am Rande vermittelt wird, die Sporen abverdienen. Das ging an die Substanz, war aber nach erfüllter Arbeit umso befriedigender.

Also kein Spaziergang für das verantwortliche FHS-Team?

Nein. Es hat etwas gedauert, bis das Team mich «gespürt» hat. Nachdem wir ein, zwei Felder zurückgerudert sind und einen «Restart» initiierten, folgte ein markante, bemerkenswerte Leistungssteigerung, die

mich tief beeindruckt hat. Der Wille zur Leistung war nun vorbildlich.

Was wird nun weiter geschehen? Wie setzen Sie die gewonnenen Erkenntnisse weiter um?

Die erarbeitete Cockpitarchitektur ist bereits im operativen Testeinsatz bei unseren Mitarbeitern. Die vorgeschlagenen Innovationen in der technischen Abklärung.

Und sind weitere Praxisprojekte mit der FHS geplant?

An Ideen mangelt es nicht. Es muss aber die Konstellation stimmen. Solche Projekte machen nur dann Sinn, wenn auch die notwendigen personellen Ressourcen beim Auftraggeber bereitgestellt werden können. Dann machen sie aber viel Sinn.

Die weiteren Nominierten

Marktforschung



2. Rang
express shopping in an express world (PPBB)
 Kundschaft: SPAR Gruppe Schweiz, St.Gallen; Bernhard Schwendinger, Sortimentsmanager; FHS-Projektteam: Sascha Gralak, St.Gallen, Projektleiter; Beda Bächler, St.Gallen; Philipp Van der Elst, St.Gallen; Dominic Zehnder, Arnegg; FHS-Coach: Dr. Markus Grutsch



3. Rang
Turning Data Into Insight (JMCFE)
 Kundschaft: Vectronix AG, Heerbrugg; M.A. Richard Flax, Marketing & Communication Manager; FHS-Projektteam: Emanuel Ledergerber, Arnegg, Projektleiter, Ardian Aliu, Degersheim, Kosovare Miftari, Bronschhofen; Babson Projektteam: Mustafa Ozkanli, Boston, Santiago Quinones, Boston, Anibha Singh, Boston; Coaches: Dr. Benjamin von Walter (FHS), Prof. Dwight Gertz (Babson)

Managementkonzeption



2. Rang
Systemunterstützte Expertenvermittlung (PPR3)
 Kundschaft: Swisscontact, Zürich; Elsbeth Horbaty, Projectmanager Senior Expert Corps; FHS-Projektteam: Fabian Buob, Untereggen, Projektleiter, Gezim Fetaj, Rorschach, Dominic Wanner, St.Gallen, Pascal Zürrer, Bronschhofen; FHS-Coach: Urs Sonderegger



3. Rang
Developing the Fragrance Business in China (CPCN)
 Kundschaft: Givaudan Fragrances (Shanghai) Ltd., Shanghai; Kaspar B. Probst, Director; FHS-Projektteam: Kristina Trajkovic, Flawil, Projektleiterin, Thomas Candrian, Sagogn, Reto Fausch, St.Gallen; Tongji Projektteam: Haiyan (Lois) Xu, Shanghai; Lina (Candy) Tan, Shanghai, Qian (Ivy) Li, Shanghai; Coaches: Prof. Andreas Löhner (FHS); Prof. Ming Yao (Tongji)



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.

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
Fax +41 71 844 03 45
info@schmid-fehr.ch
www.schmid-fehr.ch



Forschen, statt Kaffeesatz lesen

Als Hochschule für Angewandte Wissenschaften liefert die FHS St.Gallen solide Grundlagen für wichtige Entscheide. Sechs Institute und zahlreiche Kompetenzzentren arbeiten interdisziplinär, um komplexe Fragen aus Wirtschaft und Gesellschaft zu beantworten. Dabei hat sich die FHS St.Gallen auf praxisnahe Forschung und Dienstleistung spezialisiert in den Bereichen:

- Nachhaltige Unternehmensentwicklung
- Innovations- und Komplexitätsmanagement
- eSociety
- Generationen
- Soziale Räume
- Ethik und Nachhaltigkeit

Weitere Informationen: www.fhsg.ch/forschung oder +41 71 226 14 00.