



LEADER

DAS OSTSCHWEIZER UNTERNEHMEN

leaderdigital.ch

August 6 / 2024

Preis CHF 8.50

22. Jahrgang

FCSG-Aktionär Roland Gutjahr:

Wirtschaftlichkeit als höchstes Gebot.



Sauber bleiben!

pronto-ag.ch



Schwerpunkt Sport als Business

Bolzplatz und Börse im Doppelpass

Fokus Mobilität

ASTRA und SBB investieren Milliarden

Fokus Finanzierung

Wie geht es mit den Zinsen weiter?



säntis
der berg

*Ihr Weihnachtsessen hier oben?
Jetzt reservieren!*



Feiern?
Jetzt anfragen

Schon Pläne für Ihr Weihnachtsessen?

Erleben Sie bei uns eine einzigartige Atmosphäre, vom gemütlichen Arvenstübli bis zum Saal für über 200 Personen. Lassen Sie sich von unserer regionalen Küche mit exklusiven Weihnachtsmenüs, geselligem Fondueplausch oder individuellen Kreationen verwöhnen.

Wir freuen uns auf Sie!

Es wird wieder gebaut

Für rund 34'000 neue Mietwohnungen wurden im Jahresverlauf schweizweit Baugesuche eingereicht, ein deutliches Plus. Besonders in der Ostschweiz ist der Anstieg der Baugesuche mit 52 Prozent bemerkenswert.

Die Schweizer Bevölkerung wächst stetig, mit einem erwarteten Nettoanstieg von über 80'000 Personen nur schon in diesem Jahr. Gleichzeitig hat sich die Bautätigkeit seit 2018 spürbar verlangsamt, was zu knappen Wohnungen und steigenden Mieten führte: Die Angebotsmieten stiegen alleine 2024 bis dato um über sechs Prozent, wie Wüest Partner in ihrem neuesten Immo-Monitoring feststellt.

Doch nun könnte sich auf dem Mietwohnungsmarkt eine Wende abzeichnen: Erstmals seit Jahren ist die Zahl der Neubaugesuche wieder gestiegen. Dies ist einerseits auf die weiterhin hohe Nachfrage nach Wohnungen zurückzuführen; andererseits haben die jüngsten Zinsentscheide der Nationalbank die Angst vor weiteren Zinserhöhungen gemildert – und auch die Inflation scheint unter Kontrolle zu sein. Die Baupreise, die während der Coronapandemie stark anstiegen, verharren zwar auf hohem Niveau, steigen aber nicht weiter.

In der Ostschweiz, besonders im Thurgau, im Appenzellerland und in Werdenberg, nahmen die Baugesuche um über die Hälfte zu. Im Gegensatz zur Region Zürich oder der Zentralschweiz ist bei uns noch etwas mehr Bauland vorhanden. Diese neuen Projekte auf un bebauten Flächen machen jedoch das freie Bauland knapper – und damit teurer.

Obwohl der Anstieg der Baugesuche ein positives Signal ist, bleibt die Wohnungsknappheit eine Herausforderung. Es gilt abzuwarten, wie viele Gesuche bewilligt werden – bis dato war die schikanös-pedantische Behandlung von Baugesuchen auch eine der Erklärungen von Immobilieninvestoren für deren Zurückhaltung – und ob dies ausreicht, um die hohe Nachfrage zu decken.

Für die Ostschweiz hoffe ich auf investitionswillige Unternehmer, einfallsreiche Architekten und auf Staatsdiener, welche die Behandlung von Baugesuchen nicht als obrigkeitlichen Gnadenakt verstehen, sondern als Dienst am Kunden.

Natal Schnetzer, Verleger



Anzeige

Ich will
Flexibilität.
Ich will
Nachhaltigkeit.
Ich will
Leidenschaft.

Ich brauche
exponorm.ch



exponorm.

Mit diesem Rundumservice haben Sie
kurze Wege zu Ihrem Messestand:
Beratung, Idee, Umsetzung.

071 282 38 00 info@exponorm.ch



COFOX: Schlanke und effiziente Bürotechnik- Lösungen.

Wer unternehmerisch denkt, sorgt für Effizienz in allen Unternehmensprozessen. Um die Arbeitsumgebung zu optimieren, braucht es einen Berater, der weiss wovon er spricht und der genau jene Bürotechnik-Lösung kennt, die perfekt zu Ihren Bedürfnissen passt.

Mehr Effizienz am Arbeitsplatz von der IT bis zum Kopierer? Mit unserer Expertise rund um moderne Bürotechnik und mit unserem unternehmerischen Blick begleiten wir Sie auf Augenhöhe und machen Ihren Büroalltag nachhaltig leichter.

Voll fokussiert auf Ihre Anforderungen.
Anruf genügt:

St. Gallen	071 274 00 80
Zizers	081 307 30 30
Scuol	081 850 23 00

«Haus des Sports» in Ostschweizer Händen



Die Selectivbau AG aus St.Gallen hat das Haus des Sports in Ittigen übernommen. Damit liegt der Sitz von Swiss Olympic in den Händen der Ostschweizer Unternehmen Thoma Immobilien Treuhand AG (Amriswil) und Bereuter Architekturbüro AG (Rorschach).

Im Haus des Sports befindet sich nicht nur der Dachverband Swiss Olympic, sondern auch die Hauptsitze von rund 20 weiteren Schweizer Sportverbänden. Das Haus des Sports ist aber auch ein multifunktionales Veranstaltungszentrum: Es verfügt über rund 5000 Quadratmeter Büroflächen, ein Restaurant, Seminar- und Sitzungsräume sowie ein Fitnessstudio.

Bisherige Eigentümerin war die «Stiftung Haus des Sports». Diese hatte das Gebäude 2007 von der UBS übernommen. Weil im rund 33-jährigen Bau Sanierungsbedarf besteht, suchte die Stiftung eine Lösung, um die Sanierungen umzusetzen und zu finanzieren.

Diese Opportunität liessen sich Patrick Thoma, Hans Bereuter und Othmar Thoma nicht entgehen. Die drei sportbegeisterten Unternehmer übernahmen das Gebäude per 1. Januar 2024 im Rahmen ihrer gemeinsamen Firma Selectiv-

bau AG. Patrick Thoma: «Wir sehen unser Engagement nicht nur als Bekenntnis zum Schweizer Sport, sondern auch als Beitrag der Ostschweiz, über unseren angestammten Kulturraum hinaus auf sympathische Weise gehört und wahrgenommen zu werden.»

Rund zehn Millionen Franken investiert die Selectivbau AG in die Sanierungsarbeiten. Am 14. November 2024 wird das Haus des Sports mit einer feierlichen Schlüsselübergabe wieder an Swiss Olympic und die weiteren Sportverbände übergeben.

Text: Stephan Ziegler
Bild: zVg

Inhalt

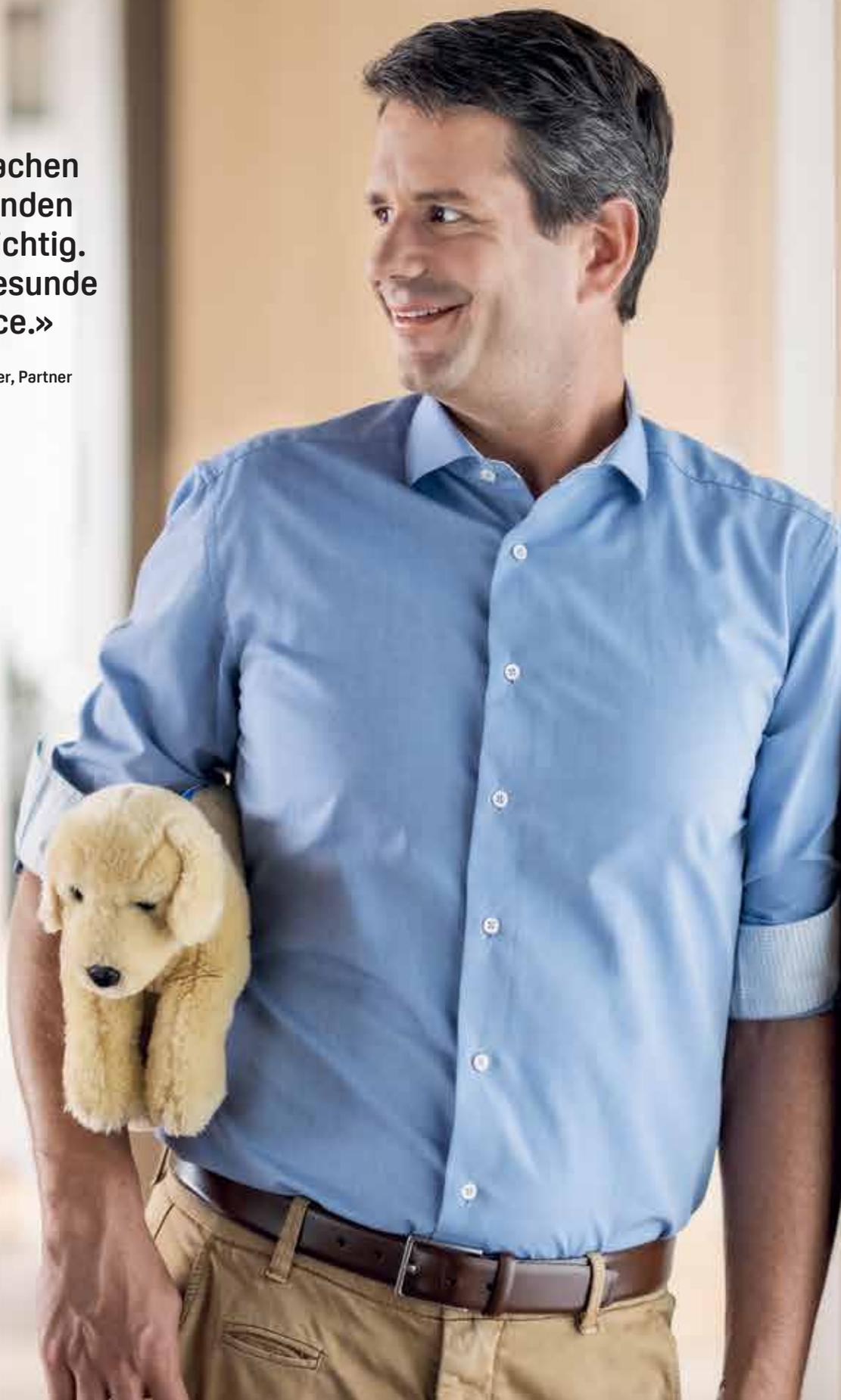
- 12 Spotlight**
Wichtiges in Kürze
- 14 Verbandelt**
Auf einen Kaffee mit Thomas Pfister
- 16 Vernetzt**
Im Chat mit Karin Bischoff
- 18 east#digital**
Die Ostschweiz 2.0
- 20 Schwerpunkt Sport als Business**
Bolzplatz und Börse im Doppelpass
- 42 Andrea Berlinger**
Die neue IHK-Präsidentin setzt auf Fakten und Brückenbau
- 44 Martin Huber**
Herisauer Holzhäuser als Hoffnungsträger
- 48 Peder Koch und Paul-Michael Bodler**
Der Roboter zieht in den OP ein
- 50 Marco Andermatt**
«Wir bauen zuerst virtuell, dann physisch»
- 52 Reto Leuch**
Bodenseefischer kämpfen ums Überleben
- 54 Christof Thiede**
Wertschätzung im Mittelpunkt
- 59 Fokus Mobilität**
ASTRA und SBB investieren Milliarden
- 92 Fokus Finanzierung**
Wie geht es mit den Zinsen weiter?
- 110 Fachkraft**
Marijana Pajovic, Mode Weber
- 112 Vorschauen**
WTT Young Leader Award
Digital Conference Ostschweiz
- 120 Rückblicke**
Leadership Lounge, Start Grill & Chill
- 122 Schlusspunkt**
Nul Points





**«Gute Arbeit zu machen
und zufriedene Kunden
zu haben, ist mir wichtig.
Genauso wie eine gesunde
Work-Life-Balance.»**

Marcel Eugster, dipl. Wirtschaftsprüfer, Partner
montags Vollzeit-Papi



Treuhand | Immobilien | Recht | Steuern | IT

altrimo
persönlich engagiert.



Die linke Seite:

Nein zum BVG-Bschiss

Eine überteuerte Reform der beruflichen Vorsorge wird uns als Fortschritt und Notwendigkeit verkauft. Gegen 2,5 Milliarden sollen das Gewerbe und die Arbeitnehmenden zusätzlich ins BVG pumpen, um die Rentenverluste auszugleichen.

Die Senkung des Umwandlungssatzes sei nötig, um die Umverteilung von jung zu alt zu stoppen. Doch dieses Problem existiert nicht mehr, ist seit 2022 sogar ins Gegenteil gekippt. Warum sollen da die Renten gesenkt und höhere Beiträge einbezahlt werden? Lohnbeiträge, die sowohl Gewerbe, Gastronomie und Baubranche als auch Arbeitnehmenden belasten.

Zudem werden die wahren Probleme des Bundesgesetzes über die berufliche Alters-, Hinterlassenen- und Invalidenvorsorge nicht angepackt: der massive Vermögensabfluss an die Finanzindustrie. Jedes Jahr fließen rund 8,1 Milliarden in die Verwaltungs- und Vermögensverwaltungskosten. Dazu kommen unzählige Immobilientransaktionskosten, die gar nie direkt ausgewiesen werden. Das ist gigantisch und nicht vertretbar. Milliarden werden hier Rentnerinnen und Rentnern entzogen.

Mit der BVG-Vorlage soll nun noch mehr Geld über Lohnbeiträge in die 2. Säule gepumpt werden. Zwar werden die Lohnbeiträge von älteren Arbeitnehmenden ab 55 etwas gesenkt, dafür müssen junge ab 25 Jahren höhere Lohnprozente entrichten. Weil gleichzeitig auch ein höherer Anteil des Lohnes versichert wird, gehen mehrere Hundert Franken pro Monat drauf und belasten die Kaufkraft.

Auch für die Frauen ist diese Reform kein angemessener Schritt, um die Rentenalterserhöhung zu kompensieren und sie im Alter besserzustellen. Selbst wenn ein Teil der Frauen neu in die berufliche Vorsorge kommt, so wird ihnen nach der Pensionierung trotzdem nicht mehr Geld zur Verfügung stehen, weil die Rentenzahlung zur Senkung oder Streichung der Ergänzungsleistungen führt. Für die Frauen braucht es Betreuungsgutschriften auch im BVG und ein Splitting, um die Pensionskassenlücke zu füllen. Darum gibt es nur eines: Dieser Pfusch muss abgelehnt werden.

Barbara Gysi, Nationalrätin (SP)



Die rechte Seite:

Verantwortung wahrnehmen

Im Gegensatz zur AHV spart in der beruflichen Vorsorge jeder für sich selbst: Die individuellen Beiträge finanzieren die spätere Rente. Das nennt sich Kapitaldeckungsverfahren. Dieses System ist aus dem Gleichgewicht geraten.

Jahr für Jahr werden Milliarden an Vorsorgegeldern von den Jungen zu den Alten umverteilt. Dazu kommen Rentenlücken bei der Teilzeitarbeit. Es besteht also Handlungsbedarf. Mit der BVG-Reform liegt ein vernünftiger Kompromiss auf dem Tisch. Dieser stabilisiert die berufliche Vorsorge, verbessert die Situation von Teilzeitbeschäftigten sowie die Arbeitsmarktfähigkeit von älteren Erwerbstätigen und gewährt den von der Senkung des Umwandlungssatzes betroffenen Jahrgängen einen bedarfsgerechten Rentenzuschlag.

Und trotzdem haben die Gewerkschaften das Referendum ergriffen. Einmal mehr versuchen diese, ihre rückläufigen Mitgliederzahlen und den ständig kleiner werdenden Rückhalt bei der arbeitenden Bevölkerung mit politischem Marketing zu kompensieren.

Dieses zweifelhafte Vorgehen ist als Konsequenz der direkten Demokratie zu akzeptieren. Inakzeptabel finde ich jedoch die Gelassenheit, mit der die Gewerkschaften ihre Verbandsinteressen auf dem Buckel der jüngeren Erwerbstätigen optimieren. Dass dabei zuvorderst Politiker mitmischen, die bei jeder anderen Gelegenheit das hohe Lied der Nachhaltigkeit anstimmen, macht die Sache nicht besser.

Als Mitglied der sicherheitspolitischen Kommission und der Finanzkommission des Nationalrats erfahre ich tagtäglich, vor welch grossen Herausforderungen unsere Politik steht. Vieles ist komplex; einfache Antworten gibt es nicht. Deshalb braucht es Leitlinien, die uns den Weg weisen. Die wichtigste ist für mich die Verantwortung gegenüber kommenden Generationen. An uns liegt es, dafür zu sorgen, dass auch sie in der Schweiz ein Leben in Freiheit, Sicherheit und Wohlstand führen können. Dazu gehören intakte Sozialwerke. Mit einem Ja zur BVG-Revision am 22. September nehmen wir diese Verantwortung wahr.

Michael Götte, Nationalrat SG (SVP)

Alles, was recht ist



**Keine Bestrafung,
sondern Schadenersatz**

Konventionalstrafen sind ein effektives Mittel, um die Vertragstreue zu sichern – vorausgesetzt, sie sind angemessen, klar formuliert und können nicht als unverhältnismässig betrachtet werden.

Gemäss Artikel 160 ff. OR können Parteien eines Vertrags vereinbaren, dass bei Verletzung bestimmter Verpflichtungen eine vorab festgelegte Geldsumme fällig wird, unabhängig vom tatsächlichen Schaden. Diese Konventionalstrafen dienen nicht als Bestrafung, sondern als pauschaler Schadenersatz.

Wichtig ist, dass Konventionalstrafen verhältnismässig sind. Das bedeutet, dass ihre Höhe vernünftig und angemessen sein muss, gemessen am potenziellen Schaden und den Umständen des Vertrags. Dies dient der Sicherstellung, dass die Sanktionen nicht zur unangemessenen Belastung oder Abschreckung werden, sondern effektiv die Vertragserfüllung fördern.

In der Praxis werden Konventionalstrafen häufig verwendet, um sicherzustellen, dass Vertragspartner ihre Verpflichtungen ernst nehmen. Sie dienen als Abschreckungsmittel und können auch die Verhandlungsposition stärken, indem sie klare finanzielle Konsequenzen für Vertragsverletzungen festlegen.

Es ist daher entscheidend, dass die Formulierung der Konventionalstrafen im Vertrag klar und eindeutig ist, um potenzielle Missverständnisse oder Streitigkeiten zu vermeiden.

Dr. Ramon Bühler, Rechtsanwalt und Notar,
Stach Rechtsanwälte AG, St.Gallen



Klartext von Beni: Rentenlücken schliessen

Wir leben immer länger. Das während unseres Berufslebens angesparte BVG-Kapital sollte somit länger reichen. Die Finanzierung unserer Renten ist jedoch nicht vollends gesichert; Erwerbstätige finanzieren heute die Renten von Bezüglern mit.

Die Altersvorsorge ist eine der zentralen Errungenschaften unseres Landes. Unser 3-Säulen-System steht durch den demografischen Wandel und die steigende Lebenserwartung allerdings vor grossen Herausforderungen. Es ist deshalb unerlässlich, dass wir unsere Altersvorsorge den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Realitäten anpassen. Mit der Reform der beruflichen Vorsorge, über die wir am 22. September 2024 abstimmen, haben wir die Chance, unser Rentensystem zu stärken.

Über eine Senkung des Mindestumwandlungssatzes soll bei der BVG-Reform die junge Generation entlastet und mehr Generationengerechtigkeit geschaffen werden. Heutige Rentner sowie ein Grossteil der Versicherten wären im Falle der Annahme der Vorlage von dieser Korrektur nicht betroffen. Denn Rentenausfälle der Übergangsgenerationen würden durch Zuschläge kompensiert.

Im derzeitigen System sind zudem zahlreiche Beschäftigte nicht ausreichend versichert, was zu Rentenlücken im Alter führt. Teilzeitbeschäftigte, Mehrfachbeschäftigte und Menschen mit tiefen Löhnen – darunter viele Frauen – sind davon betroffen. Die BVG-Reform würde diese Benachteiligungen beseitigen.

Durch die Senkung der Eintrittsschwelle und die Möglichkeit, Einkommen aus verschiedenen Tätigkeiten zusammenzufassen, erhielten Tausende von Arbeitnehmenden die Chance auf eine angemessene Rente im Alter. Ein Ja zur BVG-Reform bedeutet deshalb auch ein Ja zur Schliessung von Rentenlücken.

Die BVG-Reform sorgt nicht nur für mehr Fairness und Gerechtigkeit, sie stärkt auch unsere Altersvorsorge. Daher empfehle ich Ihnen, diese Reform am 22. September 2024 anzunehmen.

Benedikt Würth, Ständerat SG (Die Mitte)



Eicher geht zur LGT Michael Eicher, der ehemalige Leiter Ostschiweiz der Bank Julius Bär, schliesst sich mit einem Teil seines alten Teams der LGT-Bank aus Vaduz an. Nun plant die LGT, in St.Gallen einen neuen Standort für LGT Schweiz zu eröffnen.



Goldener will Weltmeisterin werden Im September wird Jana Goldener als erste Frau die Schweizer Plattenbranche an den WorldSkills vertreten und um den Weltmeistertitel kämpfen. Das Nachwuchstalent aus Lüdingen bereitet sich mit ihrem Experten Davide Donati auf die internationale Berufsmeisterschaft vor.



Güntzel wird HEV-Ehrenmitglied Karl Güntzel wurde an der Delegiertenversammlung des Hauseigentümer-Verbands Kanton St.Gallen nach über 40 Jahren Dienstzeit zum Ehrenmitglied ernannt. Seine Verdienste um die Mitgliederentwicklung und politischen Einfluss wurden mit Standing Ovationen gewürdigt.



Staber wird Marketingchefin Neu verstärkt Claudia Staber als Chief Marketing Officer das Marketing-Team des Frauenfelder Sonnenschirmherstellers Glatz AG. Als Mitglied der Geschäftsleitung werde Staber in dieser neuen, erweiterten Position für das Marketing und Produktmanagement verantwortlich sein.



Rüttsche wird PostFinance-Verwaltungsrat Per 1. Oktober 2024 wird Beat Rüttsche neuer Verwaltungsrat der PostFinance AG. Der St.Galler ersetzt Michaela Troyanov, die aufgrund der festgelegten Amtszeitbeschränkung nach zwölf Jahren aus dem Gremium austritt.

Kopf des Monats



Martin Simioni

Der langjährige SAK-CEO Stefano Garbin ging nach 15 Jahren per 30. Juni 2024 in die Frühpension. Mit dem ETH-Ingenieur Martin Simioni hat am 1. August eine in der Branche bestens vernetzte Persönlichkeit seine Nachfolge angetreten.

Martin Simioni (*1975) war die letzten fünf Jahre CEO des Elektrizitätswerks des Kantons Thurgau. Nach dem Berufseinstieg bei der Boston Consulting Group war er zehn Jahre bei den SBB tätig; 2013 wechselte er die Branche und beschäftigte sich fortan mit dem Thema Energie. Erst war er bei der Alpiq in Zürich als Verantwortlicher für Wasserkraftwerke und Beteiligungen in der Deutschschweiz sowie Graubünden tätig, ab 2014 leitete Simioni den Bereich Netze des Elektrizitätswerks in Davos. Simioni hat seine neue Funktion per Anfang August 2024 übernommen: «Ich freue mich ausserordentlich über diese neue Herausforderung. Die SAK ist als Unternehmen bestens positioniert und hat sich durch ihre Innovationskraft neue Geschäftsfelder, wie das Rechenzentrum Ostschiweiz, die Telekommunikation oder die Wasserstoffproduktion, erschlossen. Ich freue mich darauf, das Unternehmen gemeinsam mit der Geschäftsleitung und den Mitarbeitern erfolgreich weiterzuentwickeln. Dabei steht die sichere und nachhaltige Versorgung der Menschen und Unternehmen in den Kantonen St.Gallen und beider Appenzell im Zentrum».

Martin Simioni ist verheiratet und Vater zweier Kinder im Primarschulalter. Als ehemaliger Bergführer kennt er den Alpstein wie seine Westentasche und ist auch heute in der Freizeit noch häufig dort anzutreffen.

Martin Simioni, CEO SAK

Spotlight

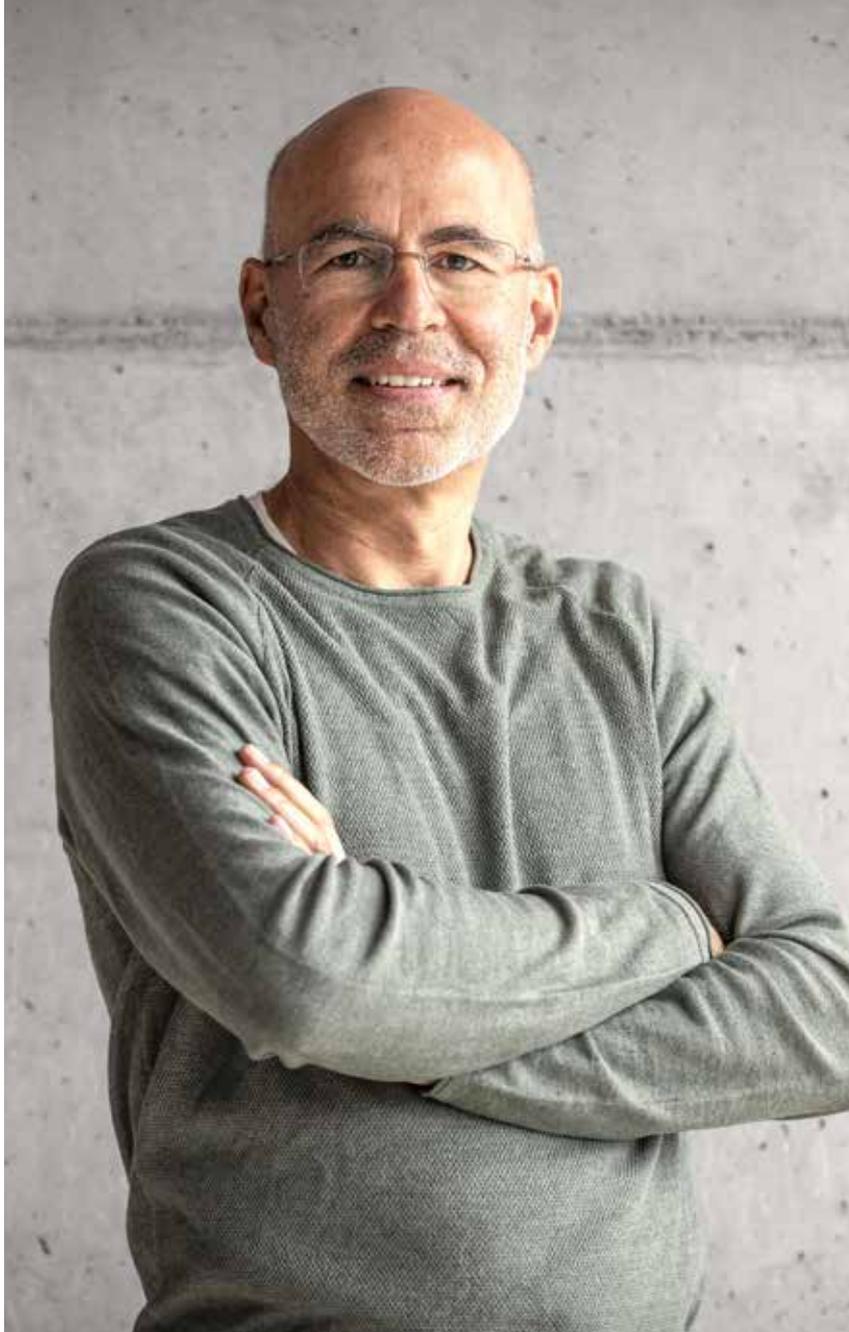
StarragTornos mit weniger Umsatz und Gewinn

Der Umsatz der auf Werkzeugmaschinen fokussierten Gruppe aus Rorschacherberg hat sich im Vergleich zu den Proforma-Zahlen 2023 um knapp 14 Prozent auf 254,9 Millionen Franken reduziert. Der Betriebsgewinn brach um knapp 60 Prozent auf 9,5 Millionen ein, die Marge auf 3,7 Prozent. Der Reingewinn lag mit 6,6 Millionen Franken um gut zwei Drittel unter dem vergleichbaren Vorjahreswert von knapp 20 Millionen. Der Auftragszugang blieb mit einem Minus von 2,9 Prozent auf 255,5 Millionen Franken vergleichsweise stabil. Der Auftragsbestand lag per Mitte Jahr mit 350 Millionen gar über dem Stand von Ende 2023.



Julius Bär St.Gallen hat einen neuen Leiter

Reto Calonder übernimmt als Nachfolger von Michael Eicher per 1. Dezember 2024 die Leitung der Niederlassung St.Gallen und der Region Ostschweiz der Bank Julius Bär. Calonder verfügt über mehr als 30 Jahre Erfahrung in der Finanzbranche: Von 1991 bis heute war er – mit einem Unterbruch von zwei Jahren – bei der UBS bzw. der Bankgesellschaft in der Ostschweiz in verschiedenen Fach- und Führungsfunktionen vorwiegend im Wealth Management tätig. Seit zehn Jahren ist Calonder Leiter Ultra High Networth, Executive & Entrepreneurs und Leiter Desk für Rechtsanwälte, Treuhänder und Notare sowie stv. Leiter Wealth Management Ostschweiz bei der UBS Schweiz in St.Gallen.



Startfeld gehört zu Europas führenden Start-up-Förderungen

Normalerweise bringt Startfeld Jungunternehmen «zum Fliegen». Nun hebt die Start-up-Förderung des «Switzerland Innovation Park Ost» und der Empa in St.Gallen aber selbst ab: Sie wurde mit dem renommierten «Financial Times Award» ausgezeichnet – und gehört somit zu den «Europe's Leading Start-up Hubs 2024».

Europaweit ist Startfeld mit dem 84. Rang unter den Top 100 platziert, in der Schweiz sogar auf dem 3. Rang. Dies würdigt nicht nur die herausragende Qualität und das enorme Potenzial der von Startfeld geförderten Start-ups, sondern auch das fördernde Umfeld, das von erstklassiger Infrastruktur über Zugang zu Kapital bis zu einem Netzwerk von Mentoren und Experten reicht.

«Diese Auszeichnung motiviert uns, bei unserer täglichen Arbeit nicht lockerzulassen – und weiterhin in der Start-up-Förderung der Ostschweiz Spitzenleistung zu erbringen, wie sie auch von unseren Gründern gefragt ist», sagt Peter Frischknecht, seit 2011 Leiter von Startfeld. Er hat die Start-up-Förderung der Empa in St.Gallen über Jahre hinweg als Teil des Technologietransfer-Teams begleitet und weiterentwickelt, bis sie 2022 in den damals neuen «Switzerland Innovation Park Ost» integriert wurde.



Nüssli baut Theater in Kassel

Der internationale Temporärbauer aus Hüttwilen darf eine Interimsspielstätte für das Staatstheater Kassel errichten. Der Multifunktionsbau soll die notwendig gewordene Restaurierungszeit für das Stammhaus des Theaters überbrücken. Der Startschuss für das Projekt erfolgte am 22. Juli; der Bau soll in 15 Monaten abgeschlossen sein.

Thurgauer Unternehmen bündeln Kompetenzen für Naturmedizin

Im Thurgau spannen acht Unternehmen als «PhytoValley Switzerland» zusammen. Dem in Arbon gegründeten Verein gehören an: Alpinamed AG (Freidorf), A. Vogel AG (Roggwil), Ceres Heilmittel AG (Kesswil), Hepar AG und Rausch AG (Kreuzlingen), Joga Med AG (Altnau), Max Zeller Söhne AG (Romanshorn) und Regena AG (Tägerwil). Die Unternehmen wollen die gebündelte Phyto-Kompetenz nutzen und enger zusammenarbeiten.

VAT macht mehr Umsatz und holt mehr Aufträge

Die Auftragseingänge der Vakuumventilspezialistin aus dem Rheintal von 271 Millionen Franken sind im zweiten Quartal 2024 um 15 Prozent gegenüber dem ersten Quartal 2024 und um 75 Prozent gegenüber dem zweiten Quartal 2023 gestiegen; der Umsatz stieg von 251 Millionen um 27 Prozent gegenüber dem ersten Quartal 2024 und um 14 Prozent gegenüber dem zweiten Quartal 2023..



Gasthaus Gupf AG und Dorfhuis Gupf AG haben einen neuen Verwaltungsratspräsidenten

Migg Eberle, der langjährige Verwaltungsrat, ist aus beiden Rehetobler Unternehmen ausgetreten, bleibt aber Besitzer der Liegenschaften. Neuer Verwaltungsratspräsident ist Christian Lienhard, Ex-Gastgeber des Hotels Hof Weissbad. Lienhard hat nach 30-jähriger Tätigkeit die Direktion im Hof Weissbad an Elias und Susanne Leu übergeben. Walter und Manuela Klose bilden weiterhin die Co-Geschäftsführung der Betriebsgesellschaft Gasthaus zum Gupf AG.

LEADER digital

Publizieren Sie Ihre Veranstaltung gratis auf leaderdigital.ch, der grössten Wirtschaftsnews-Plattform der Ostschweiz.

Sie können Ihre Veranstaltung selbst auf leaderdigital.ch/news/agenda eintragen. Damit wird die LEADER-Webseite zum One-Stop-Shop für News, Jobs und Events aus der wirtschaftlichen Ostschweiz. Voraussetzungen für einen Eintrag sind: Veranstaltungsort in der Ostschweiz (SG, AR, AI, TG, FL), öffentliche Veranstaltung mit noch freien Plätzen, wirtschaftsnahe Themen.



Erstes Duftmarketing-Symposium auf dem Säntis

«Jeder Ort und jede Marke vermittelt ein Geruchserlebnis – unbewusst oder bewusst. Dieser Duft sollte nicht dem Zufall überlassen werden», so Marcel Hetzel, CEO der GoodAir AG. Die Duftspezialisten aus Abtwil sind die Organisatoren des erstmalig durchgeführten Events auf dem Säntis – dem «Scentis Summit 2024». Am 9. Oktober 2024 tauschen sich Fachleute aus Architektur, Innenarchitektur und Marketing über Duft- und Neuromarketing aus.



«Ideologische Zwängereien haben keinen Platz»

In der Rubrik «Verbandelt» trifft sich der Leader mit den Geschäftsführern der kleinen und grossen Ostschweizer Wirtschaftsverbände auf einen Kaffee. Heute dabei: Thomas Pfister, Geschäftsführer der Sektion St.Gallen-Appenzell Innerrhoden des TCS.

Grüezi Herr Pfister! Wann mussten Sie zuletzt die Pannenhelfer des TCS anrufen?

In den vergangenen 27 Jahren kein einziges Mal! Ich hatte mit meinen Fahrzeugen – Töff und Auto – immer Glück. Dennoch ist eine TCS-Mitgliedschaft immer ein sicherer Wert.

Mit dem TCS assoziiert man zuerst Pannenhilfe und verwandte Dienstleistungen. Zu Recht?

Unsere Patrouilleure, auch «Gelbe Engel» genannt, sind ein Begriff. Sie sind täglich auf den Strassen sichtbar und helfen unseren Mitgliedern in Not. Auch viele weitere Dienstleistungen haben primär den Zweck, unseren Mitgliedern Hilfeleistungen zu bieten, etwa der ETI-Schutzbrief oder unsere Veloversicherungen. Zudem bieten wir Entscheidungsgrundlagen bei Produkten: Im Namen des TCS werden unter anderem Reifen, Kindersitze oder Fahrzeuge getestet. Auch bieten einige Sektionen, darunter wir, die amtliche Motorfahrzeugkontrolle an.

«79 Prozent der befragten Städter sind gegen flächendeckendes Tempo 30.»

Eigentlich sind Sie aber mit 62'000 Mitgliedern allein in Ihrer Sektion eine der mächtigsten Lobby-Organisationen im Land ...

Wir sind bestimmt eine gewichtige Stimme, eine Organisation, die in der Mobilitätspolitik eine grosse Kompetenz und eine entsprechende Reputation hat – aber als mächtig würden wir uns nicht bezeichnen. Wir versuchen als Mobilitätsclub, die Interessen unserer Sektionsmitglieder, aber auch die der national knapp 1,6 Millionen Mitglieder bestmöglich zu vertreten. Wir decken von Fussgängern über ÖV-Nutzer und Radfahrern bis zu Töfffahrern und Automobilisten alle Mobilitätsnutzer ab. Es geht uns darum, dass die selbstbestimmte Mobilität nicht eingeschränkt wird und jeder die für ihn passende Form der Fortbewegung wählen und benutzen kann. Wir sind Verboten und Einschränkungen gegenüber skeptisch.

Sie haben sicher den 22. September in der Agenda rot angestrichen ...

Der 22. September ist in meiner Agenda prominent eingetragen und ich hoffe, dass ich als FDP-Vertreter in das St.Galler Stadtparlament einziehen darf. Meine Mobilitätspolitik ist stark mit der des TCS verbunden und in vielen Belangen übereinstimmend. Die links-grüne Mehrheit im Stadtrat und das Gros des Stadtparlaments unternehmen alles, dass die St.Gallen an Attraktivität verliert. Es wird alles dafür getan, den motorisierten Individualverkehr aus dem Stadtbild zu verbannen. Es entstehen fast wöchentlich neue Tempo-30- oder Begegnungszonen. Der Stadtrat behauptet, dass dies ein Bedürfnis der Bevölkerung sei und er nur umsetze, was ihm aufgetragen wird. Eine repräsentative Umfrage im Auftrag des TCS widerspricht dieser Aussage, denn 79 Prozent der befragten Städter sind gegen flächendeckendes Tempo 30.

«Ein wirtschaftliches Zentrum, das zu einer Schneckenstadt verkommt, können wir uns nicht leisten.»

Die Wirtschaft der Region ist auf ein erreichbares Zentrum angewiesen, Links-Grün arbeitet aber konsequent auf einen Verkehrsinfarkt hin.

Wir stehen für eine selbstbestimmte Mobilität ohne Diktat, ohne Bevormundung und ohne Verbote ein. Mobilität zahlt sich aus. Ein belebtes Zentrum der Ostschweiz ist nur möglich, wenn man es erreicht. Um dieses Ziel zu erlangen, braucht es Infrastruktur. Engpässe müssen beseitigt werden und Hauptverkehrsachsen fahrzeuggerechte Temporegime aufweisen, auf verkehrsorientierten Strassen muss Tempo 50 gelten – und es braucht ausreichende Parkierungsmöglichkeiten. In der Stadt St.Gallen ist der ÖV grösstenteils strassengebunden; auch er erfährt durch die jetzige Politik Einschränkungen. Bei flächendeckendem Tempo 30 braucht es mehr Rollmaterial und mehr Personal. Ein wirtschaftliches Zentrum, das zu einer Schneckenstadt verkommt, können wir uns nicht leisten.



Thomas Pfister ist Geschäftsführer der Sektion St.Gallen-Appenzell Innerrhoden des TCS.

Stossen Sie in anderen Regionen in Ihrem Einzugsgebiet auf mehr Verständnis für eine intelligente Verkehrspolitik?

Intelligente Verkehrspolitik liegt immer im Auge des Betrachters. Links-grün regierte Städte und Gemeinden finden die Ihrige gut. Es wird oftmals verkannt, dass wir eine ländliche Region sind und nicht alles mit dem Velo, Postauto oder Bus zu jeder Tages- und Nachtzeit erreichbar ist. Wir befürworten ein Miteinander anstatt eines Gegeneinanders. Bahn, Bus, Velo, Auto, Töff und andere Verkehrsmittel haben ihre Berechtigung. Wir möchten niemandem vorschreiben, welches wann und wie benutzt werden soll. Wir wollen vorwärtskommen, dabei haben ideologische Zwängereien keinen Platz.

Die TCS-Sektion St.Gallen-Appenzell Die Sektion St.Gallen-Appenzell Innerrhoden des TCS zählt über 62'000 Mitglieder und ist in acht Regionalgruppen aufgeteilt: Appenzell Innerrhoden, sechs St.Galler Regionen – und der Camping Club.



Text: Philipp Landmark
Bilder: zVg, Pixabay

Wie weit sind Menschen manipulierbar?

Aldous Huxley (1894–1963) befasste sich als Philosoph mit der Zukunft der Menschheit. In seinem berühmtesten Werk «Brave New World» (Schöne neue Welt) kommt er zu einer negativen Vision, die der heutigen Realität gefährlich nahe ist.



Er sagt eine weitgehende Manipulierbarkeit von Mehrheiten voraus, deren Fähigkeit zur Kritik durch einen immer stärkeren Hang zur Anpassung verkümmere. So stellt er schon in den 1950er-Jahren Folgendes fest: «Noch nie wurden so viele so sehr von so wenigen manipuliert» und prophezeit eine Verstärkung dieses Trends durch eine Verknüpfung von politischer Macht mit den elektronischen Mitteln der Massenkommunikation.

Seine Dystopie wird oft mit jener von George Orwell verglichen, die dieser in seinem 1948 verfassten Zukunftsroman «1984» prognostizierte. Der Medienwissenschaftler Neil Postman hat die beiden pessimistischen Voraussagen gegenübergestellt: «Orwell befürchtete, dass autoritäre Regime gewisse Bücher wirksam verbieten könnten. Huxley hingegen befürchtete, dass es keine Gründe mehr geben würde, ein Buch zu verbieten, weil es ohnehin niemand mehr lesen wolle. Orwell warnte vor jenen, die freie Meinungsäusserung verbieten, Huxley vor einem generellen Verlust des Interesses an Wahrheit».

Was ist gefährlicher? Dass uns Wahrheiten durch Verbote vorenthalten werden, findet Postman weniger bedrohlich, als dass sie in einem Meer von Banalitäten und Pseudokämpfen untertauchen und sich niemand mehr dafür interessiert. Zwischen diesen beiden pessimistischen Szenarien gibt es allerdings auch Hoffnung: Kein Regime, keine Technologie und keine Zwangspädagogik können persönliche Begegnungen und interpersonellen Meinungs- und Erfahrungsaustausch vollständig unterbinden, und bei der elektronischen Vernetzung von Mensch zu Mensch wird es hoffentlich immer einen offenen Wettbewerb zwischen Kontrolltechnologien und deren Umgehung geben.

Auch kollektiv vermittelte und elektronisch verbreitete Lügen können sich nicht ewig halten.

Robert Nef, Publizist, St.Gallen



«Ich habe Freude daran, Einzigartiges zu schaffen»



Im Chat mit Karin Bischoff, Mitinhaberin und Geschäftsführerin der Schneiderei «Die Manufaktur» aus St.Gallen.

Karin Bischoff, für das 200. Kinderfest beteiligte sich «Die Manufaktur» an einer speziellen Aktion: Wer seine Kinderfesterinnerung einsandte, wurde mit Stickerei belohnt. Wie kam die Aktion bei den St.Gallern an?

Sehr positiv! Es wurden über 100 Kinderfestgeschichten eingereicht – im Tausch gegen Stickereien aus dem Outlet-Store der Forster-Group. Mit diesen konnten die Teilnehmer ihre liebste Kinderfest-Erinnerung in Form eines neuen Stickerei-Outfits festhalten. Es war schön zu sehen, wie diese Tradition lebendig gehalten wird.

Und haben Sie am Fest viele Outfits mit den Stickereien gesichtet?

Ja, tatsächlich! Viele Teilnehmer haben ihre Stickereien stolz getragen. Das hat das Fest noch bunter und persönlicher gemacht und gezeigt, wie sehr die St.Galler das lokale Stickerei-Handwerk schätzen.

Was ist denn Ihre liebste Kinderfest-Erinnerung?

Ich erinnere mich besonders gerne daran, wie ich in der Lehre mein selbst genähtes Kleid am Kinderfest getragen habe. Es war ein besonderer Moment für mich, weil ich so stolz auf meine eigene Kreation war. Dieses Erlebnis hat meine Leidenschaft für das Schneiderhandwerk noch verstärkt.

Diese Leidenschaft wurde Ihnen quasi in die Wiege gelegt – Ihr Grossvater Otto Bischoff hat den Grundstein für die Bischoff Textil AG gelegt. Wann haben Sie Ihr erstes Kleid geschneidert?

Wenn ich mich recht erinnere, habe ich in der fünften Klasse begonnen, Kleider für mich zu nähen. Meine Mutter hat selber viel genäht und ich durfte mit den Schnittmustern aus Burda-Heften meine eigenen Outfits schneiden.

Was gefällt Ihnen besonders am Textilhandwerk?

Textil ist mein Material! Ich arbeite gerne damit, fühle mich wohl dabei. Und ich habe Freude daran,

etwas Einzigartiges und Individuelles zu schaffen, die Wünsche der Kunden umzusetzen und auf die verschiedenen Körperformen einzugehen.

Sie sind Geschäftsleiterin bei der Manufaktur und bei Kienerkissen, haben zahlreiche Nebenmandate und Ehrenämter. Finden Sie noch die Zeit fürs kreative Arbeiten?

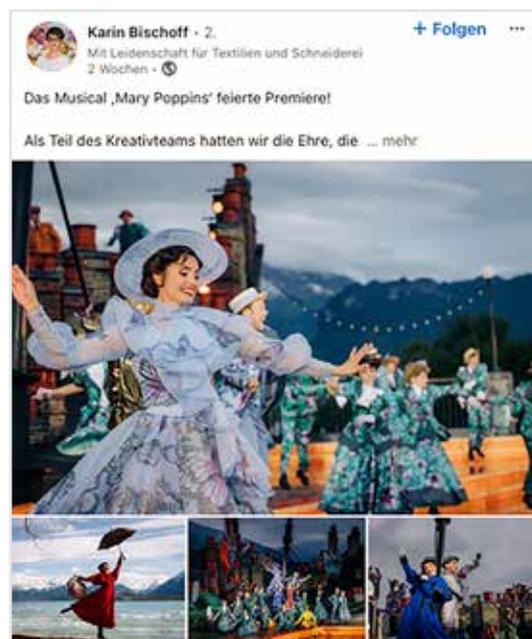
Ja – obwohl mein Terminkalender gut gefüllt ist. Es ist wichtig für mich, einen Ausgleich zu den geschäftlichen Verpflichtungen zu haben und meiner Leidenschaft für das Handwerk nachzugehen. Diese Momente sind sehr wertvoll und inspirierend.

Apropos Inspiration: Wo finden Sie diese für neue Kreationen?

In meiner Arbeit ist die grösste Inspiration der Mensch, der zu uns kommt und einen Wunsch erfüllt haben möchte. Bei der Umsetzung fließen dann die aktuellen Materialien und Formen ein. Bei der Herrenbekleidung arbeiten wir mit anderen Firmen zusammen, die eigene Kollektionen entwickeln und visualisieren.

Die Manufaktur verkauft seit 2006 stationär Kleider auf Mass – und steht damit diametral zu den Branchentrends Fast-Fashion und Online-Shopping. Geht das finanziell auf?

Ja, das Geschäftsmodell funktioniert – auch weil die Nachfrage nach nachhaltiger und massgeschneiderter Mode, die sich von der Massenproduktion abhebt, wächst. Wir haben eine treue Kundschaft, die unsere Werte teilt und Qualität, Individualität und persönlichen Service schätzt. Mit wenigen Ausnahmen produzieren wir unsere Einzelstücke erst dann, wenn wir für das Kleidungsstück einen Träger gefunden haben. Für den Umsatz wichtig ist auch unser Änderungsservice, beispielsweise bei Brautkleidern. In diesen Monaten zählen viele Bräute auf unsere professionelle Arbeit.





Karin Bischoff

Leidenschaft für Textilien und Schneiderei

Vernetzen



Sehen Sie die Nachfrage nach nachhaltiger Mode als grösseren Gegentrend zu Fast-Fashion oder bloss als Randerscheinung?

Auch wenn die Nachfrage danach zunimmt: Nachhaltige Mode ist leider immer noch ein Nischenprodukt. Aber womöglich ändert sich das ja. So werden Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft in der Textil- und Bekleidungsindustrie zunehmend wichtiger.

Die Manufaktur hat einen firmeneigenen Fanclub. Weshalb?

«The Perfect Cut» soll eine Gemeinschaft von Textilliehabern und Kunden schaffen, die unsere Leidenschaft fürs Schneiderhandwerk teilen. Ihnen bieten wir neben Vergünstigungen exklusive Einblicke in unsere Arbeit. Der Fanclub entstand aber aus einer finanziellen Not heraus: Seit der Gründung haben wir immer Lehrlinge ausgebildet und Talente gefördert, die auch erfolgreich an den SwissSkills und WorldSkills teilgenommen haben. Nach der Corona-Pandemie stand diese Nachwuchsförderung auf der Kippe. Die Unterstützung der Clubmitglieder hat uns geholfen, die Ausbildung und Förderung von Lehrlingen weiterzuführen.

Neben Ihrer Liebe fürs Textilhandwerk: Gibt es noch andere Dinge, die Ihr Herz höherschlagen lassen?

Ja, die Besuche von Konzerten und kulturellen Veranstaltungen, die Zeit mit Freunden und Familie sowie Aktivitäten in der Natur. Das sind wunderbare Möglichkeiten, den Kopf freizubekommen und Energie zu tanken.

Stationen

Mitglied der Geschäftsleitung
 Kienerkissen® GmbH
 Jan. 2024–Heute · 7 Monate
 Sankt Gallen, Schweiz
www.kienerkissen.ch

Mitinhaberin / Geschäftsleiterin
 Die Manufaktur GmbH - deine Schneiderei
 Jan. 2006–Heute · 18 Jahre 7 Monate
 Sankt Gallen und Umgebung, Schweiz
www.diemanufakturgmbh.ch

Verwaltungsrätin
 Bischoff Holding AG
 2011–Heute · 13 Jahre 7 Monate
 Sankt Gallen und Umgebung, Schweiz

Bischoff Interior AG
 6 Jahre 10 Monate

- CEO**
 Jan. 2020–Apr. 2024 · 4 Jahre 4 Monate
 St. Gallen, Kanton St. Gallen, Schweiz
- Verwaltungsrätin**
 Juli 2017–Apr. 2024 · 6 Jahre 10 Monate
 St.Gallen
www.bischoff-interior.com

Präsidentin
 SWISSMODE Verband Bekleidung Schweiz
 2014–2020 · 6 Jahre
 Schweiz
www.swissmode.org

Verwaltungsrätin
 Ruckstuhl AG
 2011–2015 · 4 Jahre
 Langenthal
www.ruckstuhl.com

Ausbildung

STF Schweizerische Textilfachschule
 Technikerin TS Textillogistik, Textiltechnik
 1998–2000

Universität St.Gallen (HSG)
 Intensivstudium Marketing/Verkauf
 2004–2004

Text: Tobias Hänni
Bilder: zVg

east#digital

ALLE DIGITALNEWS DER OST-SCHWEIZ AUF EASTDIGITAL.CH

Der Hub «east#digital» der LEADER-Herausgeberin MetroComm AG begleitet den digitalen Wandel der Ostschweiz – dreimal pro Jahr mit einem Sonderteil im LEADER und mit der Newsplattform www.eastdigital.ch

Wählen Sie Ihren Digital Shaper Ostschweiz 2024

In den vergangenen Wochen konnten die Leser von eastdigital.ch aus 55 Ostschweizer Persönlichkeiten und Teams ihre drei Favoriten für die Auszeichnung «Digital Shaper Ostschweiz 2024» wählen. Die zehn Personen, die bis Ende Juni am meisten Stimmen erhalten haben, sind nun auf der Shortlist. Bis Ende August können Sie abstimmen, wer von diesen zehn Personen/Teams «Digital Shaper Ostschweiz 2024» werden soll. Die Auszeichnung erfolgt im Rahmen der Digital Conference Ostschweiz 2024, die am 19. September 2024 im Einstein Congress in St.Gallen stattfinden wird.



RZO und MTF werden Partner

Das Rechenzentrum Ostschweiz in Gais und die Berner MTF Solutions AG wollen gemeinsam die digitale Transformation und die Cloud-Strategien ihrer Kunden auf ein neues Niveau heben. Die hohen Qualitätsanforderungen und der Fokus auf Nachhaltigkeit waren ausschlaggebend dafür, dass das Tier-IV-zertifizierte RZO die MTF von Beginn an überzeugte. Dank Photovoltaik, indirekter freier Kühlung und sinnvoller Nutzung der Abwärme ist das RZO eines der grünsten Rechenzentren der Schweiz.



Reech erhält Fördermittel für alpinen digitalen Zwilling

Die Bündner Arbeitsgemeinschaft Zendra AG (Reech AG und X Statik AG) und ihr Partner Infradigital AG haben für das Projekt «Alpin Quattro Digital-Twin» einen Beitragszuschuss von maximal 122'000 Franken vom Kanton Graubünden erhalten. Das «Konsortium für alpine Photovoltaikanlagen» will Methoden, Werkzeuge und Softwarelösungen entwickeln, welche die Planung, Beschaffung, Produktion, Montage, Bau, Inbetriebnahme und den Betrieb von alpinen Photovoltaik-Freiflächenanlagen unterstützen.

Storable und Calcumate kooperieren

Europas am schnellsten wachsender Self-Storage-Aggregator Storable schliesst eine Partnerschaft mit der australischen Calcumate Pty Ltd. Damit wird die Lagerraum-Vergleichsplattform aus St.Gallen der erste Aggregator überhaupt, der Calcumate, den weltweit führenden Grössenrechner, integriert. Storable wird Calcumate auch für die 1350 Self-Storage-Standorte verfügbar machen, die auf der Plattform inseriert sind.



<IT>rockt! und Kollektiv fördern regionale Vernetzung

<IT>rockt! und Kollektiv arbeiten künftig zusammen, um den Austausch vor Ort zu fördern und die Präsenz der beiden Organisationen in der Region zu verstärken. Der Co-Working-Space Kollektiv im Herzen von St.Gallen wird so zum Treffpunkt für Menschen aus verschiedenen Branchen. Im Rahmen dieser Kooperation bezieht <IT>rockt! ein Satellitenbüro in diesem inspirierenden Umfeld.



SAK erweitert digitale Dienstleistungen im Toggenburg

Seit Juli profitieren Kunden, die an das Glasfasernetz der RWT Regionalwerk Toggenburg AG, der Dorfkorporation Lütisburg, der Dorfkorporation Bazenhaid, der Dorfkorporation Moshang sowie der GAU angeschlossen sind, von den umfassenden digitalen Angeboten der St.Gallisch-Appenzellische Kraftwerke AG und der iWay AG.

Matriq sammelt zusätzliche Million für Kommerzialisierung

Das St.Galler Start-up Matriq hat in einem Second Closing seiner letzten Finanzierungsrunde nochmals eine Million Franken eingesammelt. Frisches Kapital für die Kommerzialisierung seiner Polymer-Markierungstechnologie kommt von bestehenden Investoren sowie von den zwei neuen Investoren Cadfem und Kickfund.

UEFA und Sportradar verlängern Partnerschaft

Die Sportradar Group AG aus St.Gallen und der europäische Fussballverband UEFA haben ihre exklusive Vereinbarung über Wettspielergebnisse für mehrere Jahre verlängert und erweitert. Jetzt umfasst die Partnerschaft auch das nicht-exklusive Recht, Daten an Nicht-Wettmedien zu verteilen.



Bolzplatz und Börse im Doppelpass

Rund um kleine und grosse Sportereignisse wird geworben und gesponsert, was das Zeug hält: Sport ist ein Wirtschaftszweig, der auch in der Ostschweiz eine bedeutende Rolle spielt.





Die Olympischen Spiele in Paris haben Tausende von eindrücklichen Bildern in die Welt geschickt. Frankreich verstand es, ikonische Momente zu kreieren. Aus Schweizer Sicht bleibt sicher die Beachvolleyball-Show vor dem funkelnden Eiffelturm in Erinnerung – und so nebenbei ein Stadion ohne Werbebanden, gebaut vom Thurgauer Unternehmen Nüssli. Werbebotschaften gab es in den Fernsehübertragungen dennoch zuhauf. Zum einen sind auch die fünf olympischen Ringe ein gut gepflegter Brand, und zum anderen warben unsere barfuss spielenden Bronzemedailengewinnerinnen Tanja Hüberli und Nina Brunner spätestens dann für den Schweizer Laufsuh-Hersteller On, als sie sich zur Medailleneremonie und auf den Medienmarathon aufmachten. Denn On stattet die ganze Schweizer Delegation mit den offiziellen Kleidern und Schuhen aus.

Sportausrüster gibt es aber nicht erst seit gestern. Schon seit über 130 Jahren liefert Alder + Eisenhut aus Ebnat-Kappel Sportgeräte. Es dürfte kaum eine Turnhalle im Lande geben, die nicht mit Schaukelringen, Sprossenwänden und Seilen aus dem Toggenburg eingerichtet sind und in denen nicht die typischen Geräte eingesetzt werden: der blau-weiss gestreifte Schwedenkasten, der Sprungbock, der Barren, die Langbank und natürlich die Turnmatten. Mit diesen Evergreens aus dem Turnhallenmobiliar ist das Portefeuille von Alder + Eisenhut längst nicht erschöpft: Die Firma bietet über 2000 Sportartikel an.

Bei heutigen Sportanlässen sind Sportartikelhersteller und Sponsoren Teil der Übertragung selbst.

Beim Sport sind Marken sichtbar

Manche Sportartikel wurden längst zu Lifestyle-Statements, schon Reggae-König Bob Marley chillte gerne mit einer Adidas-Trainerjacke, und spätestens Nike sorgte dafür, dass der Einsatz von «Turnschuhen» nicht auf den Sportplatz begrenzt ist.

Bei heutigen Sportanlässen sind Sportartikelhersteller und Sponsoren nicht nur in den Werbeblöcken zwischen einer TV-Übertragung präsent, in den eigens dafür erfundenen «Powerbreaks» im Eishockey beispielsweise, sondern sie sind Teil der Übertragung selbst: Auf den Trikots, auf den Banden, auf den Sportgeräten prangen Logos. Und wenn das nicht reicht, balancieren Ski-Stars beim Interview auch noch eine bedruckte Trinkflasche ins Bild. Bei dieser Entwicklung ist es eigentlich erstaunlich, dass Formel-1-Boliden noch nicht grössere Karosserien haben und langsamer fahren, damit man die Logos besser sieht.

«Werbung wird weggezappt, beim Sport ist die Marke sichtbar im Bild», sagt Hans-Willy Brockes, der seit 30 Jahren in St.Gallen die ESB Marketing Netzwerk AG führt. Zu Brockes Kunden gehört auch das wichtigste sportliche Aushängeschild der Ostschweiz, der FC St.Gallen 1879. Der Thurgauer Unternehmer Roland Gutjahr ist seit einem Turnaround in diesem Klub Aktionär mit einem Gespür für betriebswirtschaftliche Aspekte: «Im Sport läuft es gleich wie in der Wirtschaft.»

Auch der Handballklub TSV St. Otmar hat gerade eine Zäsur erlebt und die Führungsetage ausgetauscht. Mit an Bord sind neue Sponsoren, darunter der Immobilienentwickler Fortimo, der sich bei verschiedenen Sport-Sponsorings engagiert. Von Fortimo unterstützt werden Athleten und Vereine, «die ähnliche Werte wie wir haben», wie Mitbesitzer Philipp Bienz sagt.



Pioniere aus der Ostschweiz

Würde man versuchen, die weltweiten Umsätze mit Sportlern als Werbeträgern, Sportevents als Markenplattformen, Sportwetten, Fernsehrechten und vielem mehr irgendwie vernünftig zusammenzuzählen, dann müsste man Anleihen im Vokabular von Dagobert Duck machen und von Fantastilliarden sprechen.

An dieser Entwicklung hatte früh auch ein Ostschweizer einen wesentlichen Anteil: 1972 gründete César W. Lüthi in Kreuzlingen die Sportrechteagentur CWL. Mit diesem Business sollte er es auf die Liste der 300 reichsten Schweizer schaffen. Noch im Gründungsjahr erhielt er sein erstes Mandat, die Vermarktung der Olympiahalle in München.

MAXIMIEREN SIE POTENZIALE

«Wir haben's schon immer so gemacht.»

Machen Sie es besser. Mit Software von ABACUS. Und mit Beratung, Service und Support unseres Fachteams. Wir optimieren Ihre Abläufe und sparen damit ganz schön Geld für Sie.

hartmann.treuhand

M. Hartmann Treuhand AG . 9444 Diepoldsau . abacus@hartmann-treuhand.ch . hartmann-treuhand.ch

ostschweizer
20. personaltag



Die Generationenfrage – Mitarbeitende im Wandel

Jetzt
anmelden
personaltag.ch



Patronat



Hauptsponsoren



Medienpartner



Donnerstag, 26. September 2024
Olma Halle 9.1B, St. Gallen,
13.30 Uhr



Dr. Ronald Ivancic

Ivo Riedi

Michèle Mégroz

Hans Rupli

Michèle Bongetta

Anastasia Kurer

Tristan Horx



«Wir möchten Sportler und Klubs unterstützen, die ähnliche Werte wie wir haben.»

1980 kaufte er die Werberechte des Deutschen Fußball-Bundes, was als sein Durchbruch gilt; 1984 gewann er den grossen deutschen Fussballer Günter Netzer als Mitarbeiter. Lange, bevor in den Stadien die Banden zu LED-Bildschirmen mutierten, erfand Lüthi die Drehbande, um mehr Logos zeigen zu können. 1999, drei Jahre vor seinem Tod, verkaufte Lüthi seine Sportrechteagentur an die Kirch-Gruppe. Später ging daraus die global agierende Agentur Infront Sports & Media hervor.

Nicht nur Werberechte lassen sich im Sport vergolden, auch Daten sind ein riesiger Schatz.

Globale Daten aus St.Gallen

Nicht nur Werberechte lassen sich im Sport vergolden, auch Daten sind ein riesiger Schatz, wenn man ihr Potenzial erkennt. Das global führende Sportdaten-Unternehmen heisst Sportradar, hat über 4000 Mitarbeiter in weltweit 30 Büros – und den Hauptsitz in St.Gallen. Das Unternehmen geht auf zwei norwegische Studenten zurück, die im Jahr 2000 einen Daten-Crawler entwickelten, um Daten für Sportwetten bereitzustellen. Daraus wurde Betradar.com. 2007 stieg Carsten Koerl ein, die Eigentümer gründeten die Sportradar AG. Koerl ist heute Mehrheitsaktionär.

Schon 1997 hatte Carsten Koerl 1997 im Vorarlberg den Internet-Wettanbieter Betandwin gegründet und drei Jahre später an die Börse gebracht. «Bwin» ist heute ein Teil des zum Glücksspielkonzerns Entain von der Isle of Man.

Das an der amerikanischen Technologie-Börse Nasdaq gelistete Unternehmen Sportradar erzielte 2023 einen Umsatz von 878 Millionen Euro. 2019 hielt Carsten Koerl das Keynote-Referat am ersten Leader Digital Award im Einstein Congress. 2022 wurde Koerl von EY als «Entrepreneur Of The Year» ausgezeichnet.

Sportradar analysiert immer detaillierte Daten während eines Sportevents und liefert sie fast in Echtzeit an Wettanbieter, Medien und Sportvereine. Die intelligente Verknüpfung von Daten hilft zudem, Versuche von Wettbetrug und Wettmanipulation zu entdecken. Das St. Galler Unternehmen ist unter anderem der von der Uefa autorisierte exklusive Sammler und Verteiler von Daten für Wettzwecke.

Schub für den Frauenfussball

2025 kann Carsten Koerl der Uefa und den rund 900 angeschlossenen Wettanbietern spannende Daten direkt aus St.Gallen liefern. Die Fussball-Europameisterschaft der Frauen, oder eben die Uefa Women's Euro 2025, gastiert in der Schweiz, drei Gruppenspiele werden in St.Gallen angedreht.

Im Sport gilt es, Chancen zu nutzen: Céline Bradke, selbst Fussballerin, will als Chefin des Organisationskomitees der Host-City St.Gallen im nächsten Juli ein Fussballfest erleben, das St.Gallen von seiner besten Seite zeigt. Die Frauen-EM soll aber auch ein Anlass sein, der lange nachwirkt und dem Frauenfussball in der Ostschweiz nachhaltig Schub verleiht.

Text: Philipp Landmark
Bilder: Adrian Ehrbar, Pixabay

Ein Fussballfest mit einem Vermächtnis

Drei Spiele der Frauenfussball-Europameisterschaft werden in einem Jahr in St.Gallen ausgetragen. Das Grossereignis soll nachhaltige Spuren hinterlassen und insbesondere dem Frauenfussball in der Ostschweiz einen Schub geben. Dafür engagiert sich ein OK unter der Leitung von Céline Bradke.

Innert kürzester Zeit hat Céline Bradke in der Ostschweiz Prominenten-Status erreicht – «dabei will ich das gar nicht», sagt sie und lenkt das Gespräch sofort wieder auf den Kern ihrer Mission: «Ich möchte, dass der Frauenfussball präsent ist und den Leuten bewusst wird, dass nächstes Jahr die Frauenfussball-EM in St.Gallen stattfindet.»

Dass Céline Bradke als Chefin das regionale Organisationskomitee des Grossanlasses St.Gallen leiten und damit das Gesicht der Host-City wird, war nicht geplant. Aber es passt. Denn die Frau, die gerade ihr Masterstudium in internationalen Beziehungen abgeschlossen hat, spielt von Kindesbeinen an Fussball – vom Kicken mit dem Vater im Garten brachte sie es bis in die Women's Super League.

An das Projekt der Host-City St.Gallen wurde sie langsam herangeführt; sie stieg ein als rechte Hand des ursprünglichen Projektleiters Roger Hegi. Mit der Zeit wurden ihr mehr Aufgaben übertragen, ihre Verantwortung wuchs. Als Hegi gesundheitlich bedingt von seinem Posten zurücktrat, war sie die logische Nachfolgerin. «Ich habe gemerkt, dass mir die Aufgabe grossen Spass macht und es auch gut läuft, sowohl die Zusammenarbeit im Team in St.Gallen wie auch mit den anderen Host-Cities.» In ihrer neuen Rolle wurde die junge Frau von Anfang an respektiert, was nicht selbstverständlich sei, wie sie sagt. Als Fussballerin betont sie aber auch: «Die Host-City bin nicht nur ich, da steht ein zwölfköpfiges Team hinter mir.»

«Wir wollen Mädchen früher in Kontakt mit Fussball bringen.»

Nachhaltige Wirkung

Um die Fussballerinnen, die im Juli 2025 um Titelehren kämpfen werden, muss sich Céline Bradke freilich nicht kümmern – die Turnierorganisation ist Sache der Uefa. Céline Bradkes Job ist es, dafür zu sorgen, dass sich die Host-City St.Gallen von ihrer besten Seite präsentiert und der Event ein nachhaltiges Vermächtnis hinterlässt.

«Legacy» nennt sich deshalb die nationale Mission, welche die EM nutzen will, um dem Frauenfussball Schub zu verleihen. Die Ziele des Projekts stehen in einer langen Liste von Formulierungen mit «mehr»: Die Legacy will auf allen Ebenen mehr Spielerinnen im Breitenfussball, soll die Zahl der lizenzierten Mädchen und Frauen verdoppelt werden, deshalb braucht es auch mehr Trainerinnen und Schiedsrichterinnen. Auf Eliteebene soll der Frauenfussball deutlich mehr Aufmerksamkeit erhalten und die Frauen-Nationalmannschaften sollen sich regelmässig für die grossen Turniere qualifizieren. Frauen sollen auch mehr Schlüsselpositionen in den Strukturen des Schweizer Fussballs besetzen.

Mädchen zum Fussball bringen

«Die Legacy ist sowohl ein schweizweites als auch ein regionales Programm», sagt Céline Bradke. Der wichtigste Hebel, um den Frauenfussball nachhaltig zu fördern, ist klar: «Wir wollen Mädchen früher in Kontakt mit Fussball bringen.»



Bei Buben scheint es selbstverständlich zu sein, dass sie auf dem Schulhof tschütten, doch die Mädchen sind meistens nicht dabei. Mit einem freiwilligen Angebot in den Schulen über Mittag oder am schulfreien Mittwochnachmittag könnten auch die Mädchen erreicht werden. Im Projekt drehen sich die Gedanken momentan nicht ausschliesslich um Fussball: «Wir wollen auch insgesamt Bewegungsförderung machen», sagt Céline Bradke. Deshalb sollen auch andere Sportarten Einzug in die Planungen halten. Nach einem ersten Kontakt sollen sich interessierte Mädchen nicht gleich für den Sport verpflichten müssen. Wer in einem Verein Fussball spielen möchte, muss einen Mitgliederbeitrag zahlen und sich eine Ausrüstung zulegen, was abschreckend wirken kann. Deshalb will das Projekt Mädchen niederschwellige Angebote machen, über die sie Fussball besser kennenlernen können. Wenn es einem Mädchen gefällt und es regelmässig kommt, kann man es an einen Klub vermitteln.

An die Frauen-EM 2025 steuern Stadt und Kanton St.Gallen 2,8 Millionen Franken bei. 150'000 Franken aus diesem Kredit sind für die Legacy-Massnahmen der Host-City St.Gallen vorgesehen. Die Legacy ist bis 2027 angelegt und reicht über den Kanton hinaus. «Nach der Women's Euro übergeben wir das Projekt dem Ostschweizer Fussballverband», erklärt Céline Bradke. Der OFV bekommt dafür weitere

Gelder: Der Bund hat für die Frauenfussball-EM und für Projekte rundherum 15 Millionen Franken gesprochen; fünf Millionen davon gehen via Schweizer Fussballverband, der seinerseits noch einen Beitrag leisten wird, an die Legacy. Ein Anteil dieses Geldes kommt in die Ostschweiz. Auch Céline Bradke hat beobachtet, dass bereits in den vergangenen Jahren die Wahrnehmung von Frauenfussball massiv gestiegen ist. «Aber es ist nicht nur die Wahrnehmung, auch der Frauenfussball insgesamt hat sich in den vergangenen Jahren sehr stark entwickelt.» Der Fussball, den die Frauen spielen, sei besser geworden: «Das Produkt Frauenfussball ist besser und generiert auch deshalb mehr Aufmerksamkeit.» Besser wurden insbesondere die Strukturen: «Weil Frauenfussball inzwischen gefördert wird, schon bei den Kleinen im Nachwuchs», sagt Céline Bradke. «Wer es heute in die Women's Super League schaffen möchte, sollte schon in sehr jungen Jahren mit dem Fussballtraining loslegen.»

UNTERNEHMERTAG

12. September 2024, Vaduz

Wege zum Erfolg

Jetzt Ticket sichern!
unternehmertag.li



Marcel Fratzscher
Ökonom und Präsident DIW



Michael Hilti
VR-Ehrenpräsident Hilti AG



Suzanne Thoma
CEO und VRP Sulzer AG



Marco Weishaupt
VRP b_smart selection



Mikael Krogerus & Roman Tschäppeler
Sachbuchautoren & Kolumnisten



Christian Bredemeier
Chief Sales Officer Jedsy

OSTSCHWEIZ DRUCK

**Gedruckt
in der Schweiz**

ostschweizdruck.ch



Céline Bradke verfolgt Matches von U15-Mädchenteams am Helvetia-Cup im Gründenmoos. Ihre Mission: Die EM-Spiele in der benachbarten Arena sollen dem Frauenfussball in der Ostschweiz Schub verleihen.

Ausverkauftes Stadion

Den Schub der EM nachhaltig für den Frauenfussball in der Ostschweiz nutzen, ist eine Aufgabe von Céline Bradke. Die andere ist, dafür zu sorgen, dass die Host-City St.Gallen sich von ihrer Schokoladenseite zeigt. Das fängt damit an, dass an den drei Spieltagen am 4., 9. und 13. Juli 2025 das Stadion, das im Rahmen der Women's Euro als «Arena St.Gallen» bezeichnet wird, dreimal ausverkauft sein soll.

Ein ambitioniertes Ziel, weiss die OK-Chefin, zumal die Daten in den Ferien liegen. Die Spiele einer Europameisterschaft vor der Haustüre in St.Gallen mitzuerleben, sei jedoch eine einmalige Gelegenheit: «Es wird wohl nie wieder ein Fussballturnier in dieser Grössenordnung geben, das allein von der Schweiz ausgetragen wird. Also muss man einfach da dabei sein!» Mit Preisen von 25 oder 40 Franken, je nach Kategorie, sind die Tickets an den Gruppenspielen in St.Gallen sehr günstig. Von den Sitzplätzen fallen einige für Funktionäre und Medien weg, etwa 17'300 Plätze dürften in den Verkauf gelangen.

«Es wird wohl nie wieder ein Fussballturnier in dieser Grössenordnung geben, das allein von der Schweiz ausgetragen wird.»

Grosses Interesse in England

Noch ist nicht klar, wer an diesen drei Tagen in St.Gallen auf- laufen wird, es wird aber nicht die Schweizer Nati sein, die in Basel, Genf und Bern spielt. Insgesamt werden sich 16 Teams für die Women's Euro qualifizieren. Sicher dabei sind nach heutigem Stand neben den Gastgeberinnen die Teams aus Dänemark, England (Titelverteidigerinnen), Frankreich, Deutschland, Island, Italien, Niederlande und Spanien (aktuelle Weltmeisterinnen). Fünf oder sechs Teams werden sich in St.Gallen gegenüberstehen, es werden also mit Sicherheit einige hochkarätige Partien anstehen. Die Auslosung der Paarungen findet am 16. Dezember statt.

Eine Chance auf eine Qualifikation haben unter anderem die Teams aus Belarus und der Ukraine, was eine Herausforderung für die Sicherheit darstellen könnte. «Die Sicherheitslage kann sich bis in einem Jahr jederzeit ändern; wir müssen auf

alle Eventualitäten reagieren können», betont Céline Bradke. Die Sicherheitsfragen werden auch national diskutiert; es gibt dann Empfehlungen für die jeweilige Host-City.

Schon heute ist klar: Besonders viele Fans wird England in die Schweiz bringen. «Man kann sich jetzt schon für Tickets registrieren, aus dem Vereinigten Königreich zählen wir aktuell mehr als doppelt so viele Registrierungen als aus der Schweiz – dann kommt lange niemand mehr», sagt Céline Bradke. Sie würde sich über ein Gastspiel Englands in der Ostschweiz freuen: «In England haben der Fussball und eben auch der Frauenfussball einen ganz anderen Stellenwert.»

Mehrwert für die Region

Als Host-City will St.Gallen allen Besuchern auch im touristischen Sinn ein tolles Erlebnis bieten. Wer am Bahnhof ankommt, soll eine festlich beflaggte Stadt entdecken, die Fussballfans sollen rechtzeitig auf touristische Leckerbissen des Austragungsorts aufmerksam gemacht werden, sodass sie vielleicht ein paar Stunden früher anreisen und die Stadt oder die Region erkunden. Geplant ist auch, vom Bahnhof Winkeln zur Arena St.Gallen einen Fanmarsch zu organisieren: «An der EM in Deutschland hat sich das sehr bewährt», sagt Céline Bradke. Unklar ist hingegen, ob von der Host-City aus im Stadtzentrum ein Public Viewing initiiert werden soll. «Einerseits wollen wir den Gastro-Betrieben die Chance geben, dass sie ein solches Angebot bieten, und andererseits möchten wir natürlich nicht, dass Leute im Public Viewing feiern, wenn es noch leere Plätze im Stadion hätte», beschreibt Céline Bradke den Stand der Überlegungen.

Ob das Engagement der Host-City St.Gallen und der Legacy ein Strohfeuer war oder nachhaltig ist, wird sich erst mit der Zeit weisen. In einem Jahr wird klar, ob der vordergründige Wunsch von Céline Bradke in Erfüllung gehen wird: «Ein Fussballfest in der Stadt!» Die OK-Chefin gibt sich sehr zuversichtlich: «Das schaffen wir; St.Gallen ist sehr begeisterungsfähig für Sport und Fussball.»



Text: Philipp Landmark

Bilder: Rebekka Grossglauser

Wirtschaftlichkeit als höchstes Gebot

Unternehmer Roland Gutjahr hat das Stadion des FC St.Gallen 1879 mitgebaut und ist heute einer der Aktionäre der FC St.Gallen Event AG. Im Gespräch mit Natal Schnetzer und Philipp Landmark erläutert der Thurgauer die Gemeinsamkeiten eines Fussballklubs mit Unternehmen.

Roland Gutjahr, haben Sie eine Ahnung vom Fussballgeschäft?

Ich dachte immer, dieses Fussballgeschäft sei sehr komplex und geheimnisvoll. Doch geheimnisvoll ist es höchstens, wenn man nur auf das Geschehen auf dem Platz schaut und nicht auf die betriebswirtschaftlichen Aspekte. Sonst würde man merken, dass es hier eigentlich gleich läuft wie in der Wirtschaft.

Von Wirtschaft haben Sie definitiv eine Ahnung.

Ich würde mich als einen industriellen Handwerker bezeichnen. Aber es ist wohl so, dass wir als Unternehmerfamilie wie viele Tausende andere auch in den vergangenen Jahrzehnten dank harter Arbeit, Schweiß und Tränen einiges richtig gemacht haben. Hier im FC St.Gallen betrachte ich die Dinge ganz klar aus der Perspektive eines Unternehmers.

Welche Erkenntnis bringt diese Perspektive?

Ich habe die Eignerstrategien von einigen herausragenden Klubs wie Manchester United, Bayern München, Juventus Turin oder Ajax Amsterdam studiert. Diese Klubs florieren, weil sie wirtschaftlich wie sportlich erfolgreich sind. Das ist in der Wirtschaft genau gleich: Wenn eine Firma wirtschaftlich nicht funktioniert, dann kann sie noch so gut sein, höchstes Know-how haben und beste Qualität produzieren – ohne Geld ist der Ofen aus. In Schönheit sterben ist keine gute Idee in der Wirtschaft, und es darf auch kein Konzept für einen Fussballklub sein.

Beste Qualität zu produzieren, ist kein Erfolgsrezept?

Nur wenn auch die Rechnung aufgeht. Ich habe schon öfter Firmen für etwas bewundert, das sie spitzenmässig machen – und eines Tages gab es sie aus wirtschaftlichen Gründen nicht mehr. Ich wüsste durchaus, wie wir unsere Firma wirklich perfekt aufs Letzte organisieren könnten. Nur gäbe es uns dann vermutlich nicht mehr, weil diese Kosten meist nicht erwirtschaftet werden können. Es ist die Kunst, einen guten Mix zu finden. Sonst wäre ja jeder Theoretiker auch ein gewiefter Unternehmer.

Im Fussball gelten oft andere Gesetzmässigkeiten.

Noch gibt es Klubs, in denen der Präsident Geld einschießt und seine Fantasien finanziert. Das sind oft Leute, die einen Kult um sich machen, die über ihr Geld Macht ausüben wollen. Wenn einer Geld bringt, dann will er meistens auch bestimmen. Das kommt vielfach verkehrt raus. Bei uns kann das nicht passieren, weil wir keine solche Figur haben: Wir sind eine Reihe von gleichgestellten Eignern ohne spezifische Interessen, mit Aktienpaketen in ähnlichen Grössenordnungen. Wir alle sehen eine gute sportliche und eine gesunde wirtschaftliche Entwicklung im Zentrum.

Wenn man sich die Posse in Luzern anschaut, stellt man fest, dass es nach wie vor Mäzene mit ausgewachsenem Ego gibt.

Dieses in der Schweiz tatsächlich noch verbreitete Mäzenatentum wird aussterben. Es muss aussterben.

Wieso?

Weil der Sinn und Zweck von Profi-Fussball ein anderer ist. Es kann doch nicht sein, dass wir mit dem FC St.Gallen 1879 100'000 Menschen in der Region Freude bereiten, das aber kein Geschäft sein darf. Wenn 150'000 Menschen nach Frauenfeld pilgern, wo ein paar Branchengrössen singen und rappen, zahlen sie 250 Franken nur für den Eintritt. An einem Wochenende generieren diese Gäste etwa 32 Millionen Franken Umsatz. Wir beim FC St.Gallen mit all den hoch engagierten Mitarbeitern rennen ein ganzes Jahr lang herum, um auch 32 Millionen zu erwirtschaften.

Die Begeisterung eines Mäzens muss wirtschaftlichem Denken weichen?

Man darf Freude an einer Unternehmung haben, genau so darf man Freude an seinem Fussballklub haben. Aber beides muss in sich rentieren.

Wie sieht es denn mit Ihrer Fussball-Begeisterung aus?**Stimmt die Beobachtung, dass Sie erst mit dem neuen FCSG-Stadion, dem heutigen Kybunpark, aufgetaucht sind?**

Das ist richtig. Vorher hatte mich Fussball überhaupt nicht interessiert. Ich konnte nicht begreifen, wenn Kollegen einen Termin nicht wahrnehmen konnten – mit der Begründung «es ist dann ein Match in St.Gallen».

Im Espenmoos waren Sie nie?

Doch, ein Mal. Ich wurde zu einer Veranstaltung eingeladen.

Das neue Stadion aber haben Sie mit Ihrer Stahlbau-Firma mitgebaut.

Als das Stadion vor der Realisierung stand, haben wir gerade ein Projekt auf der anderen Strassenseite umgesetzt, für die BP und den TCS. Das war seinerzeit das erste Puzzleteil, dass überhaupt der Platz für die Stadion-Überbauung frei wurde – der TCS hatte seine Anlage vorher auf dem heutigen Stadion-Areal.





Philipp Landmark

Ein logischer Folgeauftrag also?

Nein. Als die Ausschreibungen für die Stadion-Überbauung kamen, haben wir nicht offeriert. Unser Betrieb musste in 50 Jahren nie Kurzarbeit beantragen; wir hatten immer genug Aufträge, darauf sind wir sehr stolz. Aber als erfahrener Unternehmer weiss man: Das kann sich morgen schon wieder ändern; das Geschäft ist wie der Fussball sehr, sehr fragil. Hier dachte ich zuerst, das ist eine Nummer zu gross für uns. Wir hatten damals auch schon den Auftrag für den Ikea-Teil.

Aber Sie haben sich umentschieden.

Die Bauherrschaft bat mich, auch zu offerieren. Darum habe ich unsere Belegschaft gefragt: Würde es euch gefallen, an diesem Stadion mitzubauen? Die Antwort war ein einhelliges Ja. Also haben wir offeriert und nach den üblichen Nachdiskussionen den Auftrag bekommen. Mit dem Bau des Stadions bin ich wie viele andere Unternehmer auch Aktionär der Stadion-AG geworden; das war Teil des Deals. Gleichzeitig übernahm ich auch ein Paket Aktien vom FC St.Gallen.

Sie haben auch Aktien der Event-AG. War das auch Teil des Deals?

Nein, die Stadion-AG und die Event-AG sind zwei komplett getrennte Unternehmungen. Der damalige Präsident Dölf Früh war zufälligerweise Nachbar meines Schwiegersohns; mit ihm hatte ich einen guten Kontakt. Ich hatte ihm gegenüber zwischen Tür und Angel erwähnt, dass ich an einem kleinen Teil seiner Aktien interessiert wäre, wenn er einmal verkaufen möchte. Zu diesem Zeitpunkt war der FC St.Gallen im Thurgau kaum präsent. Als Dölf tatsächlich seine Event-AG-Aktien verkaufte, hat er seine Käufer handverlesen ausgesucht. Er hat die Aktien nicht meistbietend, sondern zu realen Preisen an uns neue Eigner verkauft. Die Event-AG hält 49,8 Prozent der FC St.Gallen AG. Es wurde darauf geachtet, dass der Anteil unter 50 Prozent bleibt, damit Entscheidungen immer demokratisch offen bleiben.

Entscheidend ist aber, dass Sie sich in der Event-AG einig sind. Kannten Sie denn die neuen Mitbesitzer vorher schon?

Am Tag der Generalversammlung 2017 erhielt und bezahlte ich die Aktien. Damals sah ich meine Aktionärskollegen zum ersten Mal; ich kannte sie vorher nicht. Aber ich habe sofort gespürt: Das wird hinhauen.

An dieser Generalversammlung wurde dann ein Verlust von zweieinhalb Millionen Franken präsentiert.

Da bin ich schon etwas erschrocken und habe zu meinen Mitaktionären gesagt: «Wir müssen sofort etwas unternehmen, das kann so nicht weitergehen.»

Und was haben Sie unternommen?

Als Erstes haben wir zusammen eine einfache Eignerstrategie formuliert: Was wollen wir eigentlich erreichen? Und wie soll das geschehen? In Absprache mit den anderen Aktionären gingen Martin Jäger und ich zum damaligen Verwaltungsratspräsidenten Stefan Hernandez. Wir haben mit ihm in aller Ruhe die Situation und Zukunft gemäss Ideen und Vorgaben der Mitaktionäre des FCSG besprochen.

Die Vorstellungen vom Verwaltungsrat und den neuen Besitzern deckten sich nicht.

Uns wurde schnell klar, dass vieles nicht mehr richtig zusammenpasste. Es gab viele kleine Königreiche, was eine fruchtbare Zusammenarbeit störte. Wir Aktionäre haben in einigen Nachteileinsätzen definiert, über welche Fähigkeiten die einzelnen Verwaltungsräte verfügen müssen. Dann haben wir innerhalb eines Monats dank des grossen Netzwerkes einzelner Aktionäre einen neuen Verwaltungsrat zusammengestellt. Im Oktober haben wir uns an der GV zum ersten Mal gesehen; im November hatten wir die Leute, die unseren hohen Vorgaben entsprachen, glücklicherweise gefunden: Jeder ist in seinem Ressort ein ausgewiesener Spezialist. Wenn beispielsweise jemand einen Sportchef rekrutieren soll, dann muss er ja selbst viel über diesen Sport und die dazu notwendigen Fähigkeiten wissen.

«Darum habe ich unsere Belegschaft gefragt: Würde es euch gefallen, dieses Stadion zu bauen?»

Für das Präsidium haben Sie Fernseh-Mann Matthias Hüppi gewonnen – ahnten Sie, wie sehr er in seiner grün-weissen Mission aufgehen wird?

Es war uns bewusst, dass wir an der Spitze einen gewieften PR-Mann benötigen. Einen, den man kennt und der grosse Ausstrahlung besitzt. Matthias füllt diesen Job prima aus. Und hinter ihm braucht es ein erstklassiges Team, das managt, nachfasst und entwickelt.

Das Einsetzen des neuen Verwaltungsrats lief nicht ohne Nebengeräusche ab.

Im Dezember lud der alte Verwaltungsrat, der schon einige Abgänge zu verzeichnen hatte, uns Besitzer ein, um seine möglichen Strategien vorzustellen – im Hotel One66 gleich neben dem Stadion. Zu jenem Zeitpunkt wussten wir aber schon, dass wir den Verwaltungsrat für den neuen Kurs mit einer neuen Crew besetzen werden.

Sie hatten einen ziemlich turbulenten Einstand als Mitbesitzer eines Fussballklubs.

Am Anfang, als wir diese Umstellung machten, bin ich wie auf Nadeln gesessen; das war ein unglaublich hektischer Monat.

Aber wir Aktionäre hielten von der ersten Minute an zusammen, weil wir wussten: Wenn wir das Steuer nicht herumreissen, gehen wir alle unter.

Wusste Dölf Früh, dass seine Nachfolger Tabula rasa machen werden?

Dölf lag der FCSG am Herzen, er hatte klare Ideen, wie es mit dem FCSG weitergehen müsse. Das ist sicher auch der Grund, weshalb er die neuen Aktionäre handverlesen aussuchte. Nur dank ihm konnten wir einsteigen und zusammen den Umschwung bewirken.

Ohne Dölf Früh wäre der Verein vermutlich Konkurs gegangen.

Dölf müsste man vor dem Stadion eine Statue errichten!

Wie haben Mitarbeiter und Mannschaft reagiert?

Am selben Tag, als wir den alten Verwaltungsrat verabschiedeten, fand auch die Weihnachtsfeier der Mitarbeiter und der Mannschaft statt. Wir stellten dort den neuen Verwaltungsrat vor, und entgegen der düsteren Prognose der alten Crew hatten alle Anwesenden – ausser einzelnen Mitarbeitern im Staff – grosse Freude.

Zwei prominente Mitarbeiter waren es; die blieben dann auch nicht mehr lange beim FCSG. Alle anderen haben Sie für sich gewonnen?

Als wir übernahmen, gab es keinen Sportchef im Klub. Im Januar wurde Alain Sutter als Sportchef auserkoren, da war die Mannschaft im Trainingslager. Wir Aktionäre flogen zusammen mit Alain hin, und er stellte sich der Mannschaft vor. Am selben Abend hat er vor Mannschaft und Trainer-Staff etwa zwei Stunden lang referiert. Es war eine eindrückliche, für alle Teilnehmer sehr motivierende Vorstellung.

Der Verwaltungsrat rekrutierte einen Sportchef – und die Eigner? Haben Sie ein sportliches Ziel vorgegeben?

Ich bin kein Fussballexperte. Aber uns allen war klar: Für den wirtschaftlichen Erfolg ist es auch wichtig, dass auf dem Platz keine Tristesse herrscht.



Die Struktur des FC St.Gallen 1879

- ▶ In der **FC St.Gallen AG** sind alle Bereiche des Profi-Fussballs vereint; hier sind auch die erste Mannschaft und der Staff angesiedelt, ebenso das Frauenteam und die Nachwuchsorganisation Future Champs Ostschweiz. Diese entwickelt rund 800 Fussballtalente an neun Stützpunkten in der Ostschweiz.
- ▶ Die **FC St.Gallen Event AG** ist Mieterin des Stadions; sie organisiert Fussballspiele und weitere Events. Die FC St.Gallen Event AG hält über 49 Prozent der Aktien an der FC St.Gallen AG und vermarktet auch den FC St.Gallen 1879.
- ▶ Die **Stadion St.Gallen AG** ist Besitzerin des 2008 eröffneten Fussballstadions mit gegen 20'000 Plätzen, das zuerst AFG Arena hiess und heute Kybunpark heisst.



Natal Schnetzer

Wären Sie gerne einmal an einer grün-weissen Meisterfeier?

Selbstverständlich! Dafür braucht es Glück, dann kann der FCSG auch Meister werden. Aber ich bin eher einer der, der sagt: Realistisch bleiben! Darum lieber Saison für Saison als Dritter oder Vierter und europäisch spielen – und der Klub hat eine vernünftige Bilanz. Das ist meine ganz persönliche Meinung. Wenn wir die nötigen Mittel und Rücklagen haben, könnten wir bei einem drohenden Abstieg das Glück auch etwas zwingen.

Also keine Meister-Ambitionen.

Wenn's chunnt, denn chunnt's. Aber wir wollen keinen wirtschaftlich unvernünftig erkauften Meistertitel. Oft sieht man, dass nach Meisterehren schwierige Zeiten folgen; deren Ursachen sind allerdings vielfältig.

Gerade der FC St.Gallen lebt von der Begeisterung.

Mich freut es, wenn ich abends durch Amriswil fahre und Kinder auf dem Fussballplatz sehe – und Trainer, die ihnen die wesentlichen Dinge beibringen. Diesen Breitenfussball gibt es so nur, wenn es eine Spitze gibt. Vor zehn Jahren trugen diese Kinder Messi- oder Ronaldo-Shirts. Heute rennen sie mit einem Görtler-Trikot herum. Die neu geschaffene grün-weisse Bewegung hat in der Ostschweiz auch eine wichtige soziale Funktion. Am Schluss funktioniert aber auch das nur, wenn die Wirtschaftlichkeit gegeben ist.

Hat denn der FCSG eine soziale Verantwortung?

Ja, und auch das ist eigentlich gleich wie in der Wirtschaft, auch ein Unternehmen trägt eine sehr hohe soziale Verantwortung. Leider wird dies in der Bevölkerung bewusst oder unbewusst viel zu wenig wahrgenommen. Das wurmt mich manchmal schon etwas.

Gehört die Nachwuchsförderung zur sozialen Verantwortung?

Wir setzen im Jahr ungefähr dreieinhalb Millionen Franken für den Nachwuchs ein; diese Investition müssten wir eigentlich kostendeckend refinanzieren können. Also sollten wir jedes Jahr Spieler in der Grössenordnung dieser Investition verkaufen können – das ist heute noch nicht der Fall, selbst wenn wir noch einen grösseren Betrag als soziales Engagement abbuchen.

Wenn Sie die Wirtschaftlichkeit so betonen, dann müsste die Strategie des Klubs eigentlich sein, junge Spieler zu entwickeln und mit Gewinn zu verkaufen.



Roland Gutjahr:

Soziale Verantwortung.

Das ist ein Geschäft, darum liebäugeln amerikanische oder chinesische Investoren zunehmend mit Fussballklubs in der Schweiz. Sie sind an Farmteams interessiert, um junge Talente zu fördern und mit einer strategischen Karriereplanung zu halten, damit sie in eigenen Top-Teams eingesetzt oder gewinnbringend verkauft werden können. Hier hat der Fussball übrigens bessere Möglichkeiten als ein Unternehmen: Ich wünschte mir manchmal, ein anderer Betrieb würde eine Ablöse für junge Leute bezahlen, die wir in unserem Betrieb ausgebildet haben ... Beim FC SG gilt: Die Wirtschaftlichkeit ist das höchste Gebot. Andere Aspekte dürfen auch mal kurzfristig darunter leiden.

«Dölf müsste man vor dem Stadion eine Statue errichten!»

Auch der sportliche Erfolg? Ein Trainer wird an Punkten gemessen, darum setzt er ungern junge, unfertige Spieler ein.

Sport und Kommerzielles dürfen nicht getrennt betrachtet werden. Wenn ein Unternehmensführer einem Bereichsleiter nicht sagen darf, wie er mit dem Personal umgehen und es fördern soll, dann stimmt etwas nicht. Man muss dem Fachmann nicht vorschreiben, wie er einen Bohrer oder einen Hammer führen muss. Aber woran er an sich arbeiten soll, die Strategie und die zu verfolgende Ziele, dazu muss die Unternehmensleitung selbstverständlich etwas sagen dürfen.

Auch in sportlichen Fragen?

Wollen wir einen Trainer, der sich nichts sagen lassen will? Die Unternehmer oder in diesem Falle die Führungsriege sollten selbstverständlich Einfluss nehmen dürfen. Die Besitzer und der Verwaltungsrat haben das Recht zu wünschen: «Wir wollen, dass dieser junge Spieler spielt. Und das nicht erst in der 85. Minute.» Nur so entwickelt man Werte. Die Aktionäre müssen aber eine Risikoabwägung machen und die Verantwortung für solche Entscheide übernehmen.

Die Interessen verlagern sich somit mehr in den wirtschaftlichen Bereich.

Bis 2030 wird sich Fussball noch einmal stark in diese Richtung verändern. Grundsätzlich funktionieren Unternehmen und Fussballklubs aber schon heute genau gleich. Bei Spielern wollen wir die technischen Fähigkeiten am Ball verbessern, genauso bilden wir Mitarbeiter im Unternehmen aus und weiter. Der Klub hat ein Scouting, um Talente zu entdecken; im Unternehmen hat eine gute HR-Abteilung mögliche neue Mitarbeiter auf dem Radar. Die Unterschiede sind gar keine Unterschiede, manche Dinge haben nur einen anderen Namen.

Der FC St.Gallen soll also genau wie ein Unternehmen geführt werden?

Der FC St.Gallen 1879 ist ein Unternehmen. Sogar ein für die Ostschweiz wichtiges Unternehmen. Daher war es entschei-

dend, das Führungsgremium mit allen Facetten auf seine Aufgaben auszurichten. Gemeinsam müssen wir uns auch Gedanken machen, wie die Führung in drei, vier Jahren aussehen soll. In den Unternehmungen rechnet man mit einer Ablöseprozesszeit von rund fünf Jahren. Wie im Unternehmen ist auch eine gestaffelte Neubesetzung der Führung und des Verwaltungsrats enorm wichtig, um einen reibungslosen, verzahnten Übergang und Kontinuität zu erreichen. So können wir gleichzeitig Bestehendes erhalten und für Innovation Platz schaffen.

Sie sind als Unternehmer zum FCSG gekommen und mussten als Miteigentümer sofort handeln. Jetzt sitzen Sie während der Matches auch auf der Tribüne. Geht Ihr Puls hoch?

Ich verstehe auch heute noch nicht so viel vom Tschutzen, aber selbstverständlich bin ich Fan! Wenn wir am Sonntag auswärts spielen und verlieren, weiss ich, dass am Montag im Betrieb alle darüber sprechen. Und wenn wir gewinnen, ist die Freude natürlich nicht nur bei mir gross. Wenn ich geschäftlich in die Westschweiz fahre, reden die Leute zuerst über Fussball mit mir, weil jeder weiss: Der ist mit dem FC St.Gallen verbandelt. Das Leben hat sich für mich stark geändert – zum Positiven. Ich würde dieses Abenteuer sofort wieder wagen. Wir sind ein tolles Aktionärskollektiv, jeder bringt spezifisches Wissen ein. Es ist meinen Kollegen zu verdanken, dass wir 2017 entschieden und mit gezielten Massnahmen eine Wende zum Guten herbeiführen konnten.



Der 2017 eingesetzte Verwaltungsrat

Ende 2017 setzten die neuen Aktionäre der FC St.Gallen Event AG einen neuen Verwaltungsrat ein. Als Präsident (mit Amtsantritt 2018) wurde mit dem Sportmoderator **Matthias Hüppi** eine national bekannte Grösse gewonnen; er leitet das Ressort Sport, Kommunikation und Marketing. Der St.Galler Jurist **Patrick Gründler** ist für rechtliche Belange zuständig. Der frühere FCSG-Spieler **Peter Germann** ist für die Bereiche Sport und Unternehmensführung zuständig; der Thurgauer ist Mitgründer der Variosystems AG. Der damalige SBB-Finanzchef und heutige Berater **Christoph Hammer** hat die Finanzen des Klubs im Auge. **Stefan Wolf**, ein früherer Captain des FC St.Gallen und Nati-Spieler, war primär für Future Champs Ostschweiz zuständig. Wolf trat 2020 aus persönlichen Gründen zurück und wurde durch den St.Galler Ständerat **Beni Würth** (Die Mitte) ersetzt.

Text: Philipp Landmark

Bilder: Rebekka Grossglauser, zVg

Anzeige

LO Stretch: Flexibilität neu definiert

LO



Der Tisch LO Stretch bietet innovative Details wie eine Schiebepplattenfunktion und einen integrierten Kabelkanal. Sein robuster Stahlunterbau sorgt für aussergewöhnliche Stabilität. Mit einer Vielzahl an Tischplattengrössen und Zubehör können Sie ihn vielseitig gestalten. Der stromlose Tisch ist stufenlos höhenverstellbar und passt sich perfekt an Ihre Bedürfnisse im Sitzen oder Stehen an. LO Stretch fördert ergonomische und dynamische Arbeitsbedingungen und unterstützt Ihre Gesundheit.

Besuchen Sie uns im Showroom LO Ostschweiz und überzeugen Sie sich selbst. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!



LO Ostschweiz
Zürcherstrasse, Geschäftshaus Neuhof
9015 St. Gallen-Winkeln
www.lista-office.com/ostschweiz

LO Ostschweiz

«Sponsoring ist keine milde Gabe, sondern ein Gegengeschäft»

Wenn sich im deutschsprachigen Raum Manager bedeutender Sportvereine und Marketingchefs grosser Unternehmen treffen, hat oft die St.Galler Firma ESB Marketing Netzwerk AG von Hans-Willy Brockes die Finger im Spiel.

Mit der ESB Marketing Netzwerk AG vermittelt Hans-Willy Brockes seit 30 Jahren Sponsoring-Know-how im deutschsprachigen Raum.

Es gibt kaum eine einigermaßen bekannte Firma, die nicht regelmässig Sponsoring-Anfragen erhält: Unzählige kulturelle Anlässe und sportliche Wettkämpfe benötigen finanzielle Unterstützung und buhlen deshalb um die Gunst potenzieller Sponsoren. Die meisten erhalten eine Absage.

Wer die Sponsoren verstehen will, muss sich in die möglichen Sponsoren hineindenken können: Welche Interessen und Ziele haben die eigentlich? «Sponsoring ist keine milde Gabe, sondern ein Gegengeschäft», betont Hans-Willy Brockes, der seit 30 Jahren aus St.Gallen Sponsoring-Know-how im deutschsprachigen Raum vermittelt.

Das Tagesseminar «So findet man Sponsoren» ist der Klassiker im Programm von ESB Marketing Netzwerk AG. «Früher waren wir die Einzigen überhaupt, die solche Inhalte anboten», sagt Hans-Willy Brockes, «inzwischen hat jede Uni und jede Fachhochschule Sponsoring-Themen im Lehrplan.» Die Zahl der Seminare ist deshalb etwas kleiner geworden, die ESB Academy ist aber nach wie vor der einzige professionelle Anbieter in diesem Bereich. Das Seminar kann auch individuell angepasst für einen Verband oder einen einzelnen Athleten gebucht werden.

Kunden solcher Seminare sind naheliegenderweise Leute, die in Sponsoring-Abteilungen grosser Sportvereine arbeiten, darunter Fussballklubs aus der deutschen Bundesliga oder der Schweizer Super League. Interessiert an diesem spezifischen Know-how sind aber auch Veranstalter und Agenturen, und wenn es um Vertiefungen wie «Sponsoring aktiviert Marke und Vertrieb» geht, natürlich auch die Sponsoren selbst. Wenn ein Verband oder ein Klub seine Marketing- oder Sponsoringstrategie überarbeiten möchte, bietet die ESB zielgerichtete ein- oder zweitägige Workshops dafür an.

«Kultur funktioniert grundsätzlich gleich, aber die Bereitschaft zu professionellem Sponsoring ist nicht vorhanden.»

Bettelbriefe statt Konzepte

Der Mönchengladbacher Hans-Willy Brockes entschied sich nach einem Jahr in der Bundeswehr für ein Studium an der HSG und damit gegen eine mögliche Profi-Karriere als Radrennfahrer. Nach dem BWL-Studium arbeitete er als Doktorand in einer Unternehmensberatung, die für die seinerzeitige Schweizerische Kreditanstalt eine Frage klären sollte: Was bringt es, Kunden zu einem Event einzuladen? Die Studie war so fundiert und die Ergebnisse so klar, dass die SKA umgehend systematisch schweizweit Kunden zu Hospitality einladen wollte. Hans-Willy Brockes untersuchte, wo es geeignete Veranstaltungen gab, zu denen die SKA als Sponsor Kunden einladen könnte. «Das war eine Riesen-Recherche», erinnert sich Hans-Willy Brockes, «deshalb sagten wir uns: Wir müssen den Spieß umdrehen, wir müssen eine Art Sponsoring-Börse machen.» Alle Veranstalter, Vereine, Sportler oder Künstler, die Sponsoren suchen, sollten sich bei der Unternehmensberatung melden. «Die Firma hiess Team Informations Center AG, das war eine sehr datengetriebene Geschichte.» Der Aufbau der Sponsoring-Börse zeigte dann aber rasch ein anderes

Manko auf: «Statt dass uns die Veranstalter gescheitete Angebote schickten, waren das mehr oder weniger Bettelbriefe», sagt Hans-Willy Brockes. «Also haben wir angefangen mit Aus- und Weiterbildung: Wie macht man ein ordentliches Sponsoring-Konzept? Wie macht man auf der Unternehmensseite eine strategische Selektion?»

Zur Selbstständigkeit gezwungen

Die Unternehmensberatung löste sich dann allerdings auf, die Partner gingen verschiedener Wege: «Da war ich mehr oder weniger zur Selbstständigkeit gezwungen», sagt Hans-Willy Brockes. Seine Dissertation blieb ungeschrieben, dafür gründete er die «Europäische Sponsoring-Börse», aus der die heutige Firma ESB Marketing Netzwerk AG wurde. Aus- und Weiterbildung für Sport- und Entertainment waren die ersten Tätigkeitsfelder.

Der Fokus lag zu Beginn also nicht nur auf dem Sport, sondern auch auf der Kultur. Doch: «Kultur funktioniert grundsätzlich gleich, aber die Bereitschaft zu professionellem Sponsoring ist nicht vorhanden», musste Hans-Willy Brockes lernen. «Die Entwicklung im klassischen Kultursektor ist sehr limitiert, da läuft man immer noch gegen die gleichen Wände wie vor 30 Jahren.» Brockes erkennt auch ein Muster, warum das so ist: «Die ganzen öffentlichen Förderungen sorgen dafür, dass da kein Druck ist, Drittmittel zu akquirieren.» Er schlägt vor, dass Kulturbetriebe von öffentlichen Zuwendungen zwangsweise mindestens 20 Prozent ins Marketing stecken sollten, «Besuchermarketing ist ein vernachlässigtes Thema. Welche Kulturstätte macht denn Performance-Marketing übers Handy, über Social Media? Heute sterben die Besucher vom Opernhaus einfach aus. Wenn sogar die Premiere in Bayreuth nicht ausverkauft ist, dann brennt der Busch.»

Andere Kulturbereiche hätten die Lektion längst gelernt: «Wenn wir jetzt über die Taylor Swifts dieser Welt reden: Der Markt funktioniert genau wie im Sport», erklärt Hans-Willy Brockes, «auch bei allen grossen Open Airs gibt es Sponsoring.» Während im klassischen Kulturbereich Sponsoring eher dahindümpelt, gibt es im Sport-Sponsoring jedes Jahr ein zweistelliges Wachstum. Das Volumen im DACH-Raum beläuft sich auf einige Milliarden Franken im Jahr, «die Abgrenzung ist allerdings extrem schwierig» sagt Hans-Willy Brockes und nennt als Beispiel den Hauptsponsor Lidl bei der Fussball-Euro 2024 in Deutschland: «Wie viel von diesem Engagement ist für Deutschland, wie viel für die Schweiz, wie viel für Österreich? Es ist nicht möglich, diese Zahlen sinnvoll zu erheben.»

«Wir bringen Themen auf die Bühne, die spannend sind.»

Arbeitgeber präsentieren sich

«Es geht im Sponsoring immer um fünf, sechs Themen, die man abarbeiten kann. Oft sind es dieselben Ziele, die man auch mit normalem Marketing erreichen möchte: Bekanntheit erreichen, dann ein Image aufbauen. Firmen, die noch niemand kennt, haben mit dem Sport-Sponsoring ein sehr gutes Instrument mit grossen Reichweiten. «Werbung wird wegge-

zappt, beim Sport ist die Marke sichtbar im Bild.» Darauf aufbauend wird Verkaufsförderung, auch für direkte Absätze, gemacht.

Tatsächlich werden manche Produkte schon unmittelbar beim Kontakt mit Kunden verkauft. Hans-Willy Brockes nennt das Beispiel einer Online-Apotheke: Mit Einblendungen während eines Bundesliga-Spiels generiert sie bis zu 3000 neue Leads, also Kunden, die sich erstmals anmelden. «Der Kranke sitzt vor dem Fernseher, sieht fünfmal einen Einblender der Versandapotheke, klickt auf dem Handy und bestellt sein Medikament online.»

Vermeehrt tauchen inzwischen aber auch Unternehmen auf, deren Produkte einzelne Zuschauer gar nicht erwerben können. «Borussia Dortmund hat die heisse Kartoffel angenommen: Rheinmetall. Das ist ein Panzer-Hersteller, der nicht unbedingt Absatzförderung auf diesem Kanal betreiben will», sagt Hans-Willy Brockes. Das Unternehmen hat ein anderes Interesse: «Rheinmetall macht Employer Branding. Die suchen händeringend Mitarbeiter – in einer Zeit, in der Fachkräfte Mangelware sind.» Employer Branding soll einerseits das Recruiting unterstützen, aber bestehende Mitarbeiter stolz machen. «Wir merken, dass dieses Thema inzwischen bei mehr als 50 Prozent der Sponsoren eine wichtige Rolle spielt.»

Sport-Sponsoring ist ein Chamäleon

Vor 30 Jahren war Hospitality das grosse Thema im Sponsoring, also wurde dieser Bereich schnell vergrössert; Sportanlässe wurden zu Kunden-Events der Sponsoren. «Sponsoring ist ein Chamäleon. Die Leistung wird an das angepasst, was von den Unternehmungen gefragt ist», sagt Hans-Willy Brockes. Das Thema heute sei Performance-Marketing, «ganz viele Leistungen sind digital.»

Der deutsche Branchen-Primus Bayern München bespielt 40 digitale Kanäle, «darunter Social-Media-Kanäle aus China, die wir hier gar nicht kennen», erklärt Hans-Willy Brockes. «Da gibt es dann auch chinesische Sponsoringpartner, die nur dort digital ausgespielt werden.»

Die Möglichkeiten und die Themen im Sponsoring verändern sich laufend; «auch wir müssen ständig rennen, um auf dem aktuellen Stand zu sein», sagt Hans-Willy Brockes, «wir als ESB haben uns innerhalb dieses Feldes schon sehr spezialisiert.» Insbesondere der technische Fortschritt eröffnet neue, virtuelle Möglichkeiten, um einen Sponsor zu präsentieren. Schon angewandt wird die Overlay-Technik: An der Fussball-Europameisterschaft in diesem Jahr sah man je nach Land in der Fernseh-Übertragung Bandenwerbung, die digital über die im Stadion sichtbare Bandenwerbung gelegt wird. Eine Entwicklung, die nicht Halt machen wird, wie Hans-Willy Brockes prognostiziert: «Bald kann man die Werbung nicht nur für einzelne Länder ausspielen, sondern auf einzelne Rechner individuell anpassen.»

«Werbung wird weggezappt, beim Sport ist die Marke sichtbar im Bild.»

Gewachsen mit Kongressen

Um ihr Know-how zu vermitteln, begann die ESB Marketing Netzwerk AG schon früh, Kongresse und Seminare zu organisieren. Das Sport-Forum Schweiz war der erste dieser Kongresse. Es findet dieses Jahr zum 30. Mal statt; erwartet werden wieder gegen 700 Teilnehmer. Im Laufe der Zeit kamen etliche weitere jährliche Events in Deutschland, Österreich und der Schweiz dazu.

«Wir waren und sind der führende Aus- und Weiterbildner für Sponsoring, doch dieses Thema allein wurde uns langsam zu eng», sagt Hans-Willy Brockes. Deshalb deckten die Anlässe des Unternehmens sukzessive verwandte Themen ab; in Deutschland wurde der breiter angelegte Sportkongress ins Leben gerufen, in Österreich der Event Sport und Marke. «So sind wir gewachsen», sagt der ausgebildete Marketing-Experte und fast Profi-Sportler. In allen drei Ländern etablierte die ESB Marketing Netzwerk AG Marketing-Kongresse, die alle Markenthemen und nicht nur speziell Sponsoring abdecken, das Markenfestival in Düsseldorf, den Schweizer Marken-Kongress in Zürich, Sport & Marke in Wien. Nicht nur für den Sport interessant ist das Fan-Commerce-Forum in Hamburg, wo es unter anderem um Merchandising geht. Arena Summit in Frankfurt a. M. oder 360° Entertainment in Ander-



matt sind Kongresse, die sich primär an die Veranstalterbranche richten. Seit einiger Zeit bietet die ESB Marketing Netzwerk AG auch Know-how für die Tourismusbranche an; aktuell wird Gamification im Tourismus heiss debattiert.

«Wir bringen Themen auf die Bühne, die spannend sind», betont Hans-Willy Brockes, «Inhalte mit einem Mehrwert für unsere Partner, keine Werbebotschaften.» All diese gut eingeführten Kongresse haben sich zu Branchentreffs entwickelt, auch das Netzwerken zwischen den Referaten der Top-Speaker hat einen grossen Stellenwert.

Netzwerk mit 570 Partnern

Der heutige Name des Unternehmens, ESB Marketing Netzwerk AG, ist ein Hinweis darauf, dass die Community von Sportmanagern, Sponsoring-Verantwortlichen, Marketing-Spezialisten, Programm-Planern von Medien oder Verbandsfunktionären das zentrale Asset ist. Zum ESB-Partnernetzwerk zählen rund 570 Unternehmen, Sportvereine, Verbände oder Agenturen, deren Vertreter dann an den einzelnen Kongressen oder Webinaren zu speziellen Themen teilnehmen können. Dafür zahlen sie eine Mitgliedergebühr von 3600 Franken oder mehr, abhängig von der Anzahl Kongress-Tickets. Die Mitglieder des Netzwerks steuern so über zwei Millionen Franken zum Umsatz bei.

Die richtigen Leute zusammenzubringen hat sich zum Kern-Business entwickelt, «wir pflegen das wie wild», sagt Hans-Willy Brockes. Das Unternehmen hat einen Stock von

80'000 Adressen relevanter Personen, davon werden gut 30'000 Adressen im Jahr aktualisiert.

Die ESB Marketing Netzwerk AG besteht aus 15 Mitarbeitern in St.Gallen sowie einem Dutzend Freelancer, die in Deutschland, Österreich und der Schweiz für das Unternehmen arbeiten. Der wöchentliche Newsletter erreicht etwa 15'000 Empfänger und hat eine bemerkenswerte Öffnungsrate von 30 Prozent.

In der Region kennt man ESB Marketing Netzwerk AG wohl nur, wenn man selbst mit Sport und Marketing zu tun hat. Dazu zählen etwa Raiffeisen oder der FC St.Gallen – die sind auch Mitglieder im Netzwerk. Hier treffen sie unter anderem auf Migros, Porsche, den Deutschen Fussballbund, UBS, Volkswagen, Eurosport oder Bayer 04 Leverkusen. «Wer uns kennen muss, kennt uns», sagt Hans Willy Brockes, der sich in St.Gallen wohlfühlt. «Ich liebe St.Gallen, ich liebe das Unaufgeregte hier.»

Text: Philipp Landmark

Bilder: Marlies Beeler-Thurnheer

Anzeige



**23. Ostschweizer
Technologiesymposium**
St. Gallen, OLMA Halle 2.1

**Advanced
Manufacturing**
Innovativ sein
und bleiben

**11 Fachreferate | Liveshows
Networking | Marktplatz**

Fr, 20. Sept. 2024

**Jetzt Tickets
sichern:**
technologiesymposium.ch



Sponsor für Sportler mit gleichen Werten

Der Handballklub TSV St.Otmar möchte an glorreiche Zeiten anknüpfen: Mit komplett neuer Führung – und ehemaligen Sponsoren, die sich durch den Turnaround des Vereins zurückgewinnen liessen.



Präsentation des neuen Trikots: Sponsor Philipp Bienz (Mitte) mit Geschäftsführer Noah Haas (links) und Spieler Simon Locher

Das St.Galler Unternehmen Fortimo macht Immobilienentwicklung aus der Ostschweiz für die Ostschweiz. Und Fortimo ist wieder einer der wichtigen Sponsoren des TSV St.Otmar. «Wir wollten ein passendes Aushängeschild für uns gewinnen, das für uns Werbung macht», sagt Philipp Bienz, der zusammen mit seinem Bruder Remo Bienz Gründer und Inhaber des Unternehmens ist.

Das Unternehmen, das in der Region auch an verschiedenen Start-ups beteiligt ist, hat vielfältige Bezüge zum Ostschweizer Sport. Seit 2020 ist Fortimo Aktionär der FC St.Gallen Event AG, die Firma der Gebrüder Bienz unterstützt auch eine ganze Reihe von Einzelsportlern aus der Ostschweiz wie Skifahrerin Stefanie Grob, Zehnkämpfer Andrin Huber, Mountainbiker Raul Schneider, Triathlet Florin Parfuss und Tennisspielerin Karolina Kozakova. Der prominenteste Sportler mit Fortimo-Unterstützung ist derzeit sicher Mittel-Distanz-Läufer Dominic Lobalu: Der in Abtwil wohnhafte Flüchtling aus dem Südsudan wurde gerade unter der Schweizer Flagge Europameister über 10'000 Meter, nun startete er an den Olympischen Spielen in Paris Olympia für das Flüchtlingsteam.



Identifikation stimmte nicht mehr

Philipp und Remo Bienz sind «grundsätzlich sportbegeistert» und haben selbst eine Handball-Vergangenheit. Deshalb ist es naheliegend, dass Fortimo beim St.Galler Spitzenklub TSV St.Otmar zusammen mit drei weiteren Unternehmen als Co-Hauptsponsor eingestiegen ist. Oder präziser: Wieder eingestiegen ist. Fortimo war früher bereits einmal Sponsor des TSV St.Otmar, doch unter der vormaligen Führung stimmte die Identifikation mit dem Verein nicht mehr.

In den vergangenen Jahren war die Stimmung im und um den Verein belastet; inzwischen wurde ein Schnitt gemacht, alle wichtigen Funktionen im Verein wurden neu besetzt. Ein wenig ähnelt diese Geschichte derjenigen des FC St.Gallens, der vor einigen Jahren ebenfalls die Führungsetage austauschte.

Die strategische Führung ist unter Präsident Alex Hüttenmoser professioneller geworden, unter anderem wurde mit Noah Haas ein neuer Leiter der Geschäftsstelle eingesetzt, der sich auch um die Bedürfnisse der Sponsoren kümmert. Die sportliche Führung wurde mit der langfristigen Verpflichtung des früheren Nationalmannschaftstrainers Michael Suter gestärkt, der Verein zeigt damit, dass er Ambition hegt, von den Junioren bis zur ersten Mannschaft konkurrenzfähige Strukturen aufzubauen. «Wir schätzen und unterstützen diese Bestrebungen», sagt Philipp Bienz, «insbesondere, weil der TSV St.Otmar mit dem Wechsel in der Führung und dem neuen Trainer wirklich einen Aufschwung herbeiführen will.»

Support für Ostschweizer Tugenden

Beim TSV St.Otmar legen die Fortimo-Besitzer den gleichen Massstab an wie bei den anderen Sport-Engagements: «Wir möchten Sportler und Klubs unterstützen, die ähnliche Werte wie wir haben, und die für typische Ostschweizer Tugenden stehen: Fleiss, Leistungsbereitschaft, aber eher bescheidenes Auftreten.»

Fortimo braucht das Sponsoring nicht, um ein Konsumprodukt zu verkaufen, sondern um das Image des Unternehmens zu pflegen. «Wir sind nicht in der Situation, dass wir Kunden

oder Aufträge suchen müssten, weil wir nur Arbeiten für eigene Projekte machen und das eigene Portfolio entwickeln», sagt Philipp Bienz. Darum müssen sich die Sponsoren erst recht mit dem Image der Gesponserten identifizieren können. Das Unternehmen möchte durch diese Präsenz nicht zuletzt als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen werden, und als eine Firma, die sich in ihrer Region engagiert.

Geteiltes Hauptsponsoring

Als der TSV St.Otmar sich neu sortierte und auch nach neuen Sponsoren Ausschau hielt, zeigte sich, dass es vermutlich keinen Hauptsponsor gibt, der allein einen ansehnlichen Betrag hinblättern kann und dafür exklusiv auf dem Trikot der ersten Mannschaft prangt. Deshalb kam die Idee auf, dass eine Gruppe von vier oder fünf Co-Hauptsponsoren ein solches Engagement stemmen könnten, wie Geschäftsstellenleiter Noah Haas sagt. «Das hat nun auch den Vorteil, dass nicht gleich alles infrage gestellt wird, wenn ein Co-Hauptsponsor wegfallen sollte.

Aktuell treten jetzt vier Unternehmen als ebenbürtige Co-Hauptsponsoren auf: Rolf Schubiger Küchen, Kybun Joya Schuhe, D+D Immobilien und Fortimo. «Es hätte noch Platz für einen fünften Co-Hauptsponsor», hält Noah Haas fest. Unter den vier Co-Hauptsponsoren hat es zwei Immobilienfirmen; «D+D Immobilien von Colin Denk ist ein Mitbewerber, aber wir haben da keine Berührungspunkte», meint Philipp Bienz, und schiebt mit einem Schmunzeln nach: «Beim FC St.Gallen hat es noch viel mehr Immobilienfirmen.»

Hier zeigt sich ein ziemlich entspannter Umgang unter Konkurrenten, was wohl auch eine Ostschweizer Eigenschaft ist. «Das Co-Haupt-Sponsoring kam auch zustande, weil wir uns vorher schon kannten und einer den anderen mitgezogen hat.»

«Wir möchten Sportler und Klubs unterstützen, die ähnliche Werte wie wir haben.»

Freude am Sport

Wie viel Geld die Co-Hauptsponsoren dem Verein zukommen lassen, verraten der Sponsoringverantwortliche und der Sponsor nicht. Bekannt ist aber, dass sich das Jahresbudget des gesamten Vereins auf gut 1,7 Millionen Franken beläuft und der Grossteil davon auf die erste Mannschaft entfällt. Der Rest entfällt auf Junioren im Breitensport wie im Spitzensport und die Ostschweizer Handball Academy, der gemeinsamen Nachwuchsarbeit von St.Otmar, SV Fides und HC Goldach-Rorschach. Bekannt ist auch, dass der TSV St.Otmar mit dem Club 2000 eine potente Gönnervereinigung im Rücken hat, die für etwa die Hälfte des Budgets aufkommt – der Club 2000 mit seinen 500 Mitgliedern gilt als der einflussreichste Businessklub der Ostschweiz.

Die Brüder Philipp und Remo Bienz sind nicht Mitglied des Clubs 2000, «das ist eine separate Geschichte», sagt Sponsor



Die erste Mannschaft des TSV St. Otmar wird von einer ganzen Reihe von Sponsoren unterstützt.

Philipp Bienz. «Bei uns spielt die Freude am Sport mit, die Begeisterung, ein kleiner Teil davon zu sein. Wir möchten mithelfen, dass TSV St. Otmar wieder an alte Zeiten anknüpfen kann.» Zeiten, als St. Otmar in der Handball-Hochburg St. Gallen 2000 oder mehr Zuschauer zu den Matches lockte.

Aktuell schauen sich 800 bis 1000 Zuschauer die Spiele von St. Otmar an. «Das ist eigentlich beeindruckend, denn sportlich waren wir schon länger nicht gut», sagt Noah Haas. Wenn es mal besser lief, kamen auch gegen 1400 Zuschauer in die Kreuzbleiche-Halle. «In der Region St. Gallen gibt es eine grosse Dichte an Handballklubs und an Handball interessierten Leuten. In unserem Publikum hat es Leute aus Arbon oder Appenzell und auch Mitglieder von Brühl oder Fides.»

Das Potenzial der handballbegeisterten Region wurde schon länger nicht mehr ausgeschöpft; Noah Haas spricht von «20 Jahren Eiszeit». Nun, mit dem komplett erneuerten Vorstand in seinem Verein, sieht er eine Chance für einen Neuanfang. Im Männerhandball soll der Austausch mit dem 1.-Liga-Klub TSV Fortitudo Gossau und dem NLB-Klub HC Arbon gestärkt werden. Im Frauenhandball gibt der LC Brühl Handball, der erfolgreichste Frauenverein der Schweiz, den Ton an; der TSV St. Otmar hat seit gut zehn Jahren keine Frauenabteilung mehr. Mädchen, die als Kinder zusammen mit den Buben im Verein spielen, werden mit etwa elf Jahren zu Brühl transferiert, wie Noah Haas sagt: «Alles andere wäre unsinnig.»

Mehr Show am Match

Der neue Geschäftsführer formuliert ein übergeordnetes Ziel seines Vereins: «Das Wichtigste ist, dass es St. Otmar in 15 Jahren noch gibt und die erste Mannschaft sich an der Spitze der Liga halten kann. Dafür müssen wir kontinuierlich in allen Bereichen hart arbeiten.»

Hart arbeiten will der Verein auch an der Attraktivität. «Handball ist noch sehr Turnhallengroove verhaftet», sagt Noah Haas, «Matches in einer Turnhalle mit Sprossenwand,



auf einem Boden mit bunten Linien für 17 verschiedene Sportarten.» Fussball- und Eishockeyklubs hätten schon lange erkannt, dass sie über den Sport hinaus eine Show bieten müssen. «Dort kommen inzwischen mehr Leute als nur diejenigen mit Sportbackground.» Handball müsse sich auch in diese Richtung entwickeln, darum macht der Schweizerische Handballverband Vorgaben, um die Vereine zu einer Professionalisierung zu drängen, von einheitlichen blauen Böden über LED-Banden bis zum VIP-Bereich.

«Auch beim Rahmenprogramm hat Handball gerade in St. Gallen Potenzial, um mehr Leute in die Halle zu bringen», glaubt Philipp Bienz. Im Buhlen um Aufmerksamkeit stünde der TSV St. Otmar nicht nur in Konkurrenz mit dem FC St. Gallen, sondern auch mit Freizeitangeboten wie Kino. Am wichtigsten bleibt aber die Show auf dem Spielfeld, «Die Art und Weise, wie wir spielen, ist wichtig, Erfolg spielt eine Rolle», weiss Noah Haas, «Es macht mehr Spass, Siegern zuzuschauen.» Wächst dadurch die St. Otmar-Community, dann ist das auch für die Sponsoren wieder interessant.

Unterschiedliche Sponsoring-Pakete

Der Gegenwert eines Sponsorings ist nicht abschliessend zu beziffern, auch wenn es etwa Tools gibt, die genau registrieren können, wie oft der Livestream eines Spiels angeschaut wurde. Auch Artikel in Zeitungen und Online-Portalen mit Bildern, auf denen das Logo der Sponsoren zu sehen ist, können ausgezählt werden. Mindestens so wichtig sind für Sponsoren positive Rückmeldungen und die Art, wie die Leute über einen Verein sprechen. «Natürlich sind wir froh, wenn St. Otmar oft in den Medien erwähnt und auf Social Media geteilt wird», sagt Philipp Bienz, «aber wir werden das Sponsoring sicher nicht in der Buchhaltung mit einem Gegenwert aktivieren.»

Die verschiedenen Sponsoren des TSV St. Otmar erhalten unterschiedliche Pakete, darunter kann die Sichtbarkeit des Logos auf dem Trikot oder weiteren Kleidungsstücken sein, die Sichtbarkeit auf dem Mannschaftsbus, auf den LED-Banden

oder auf weiteren Flächen in der Halle, auch auf dem Boden. Hier lässt es die Technik zu, dass es auch virtuelle Bodenwerbung nur im Livestream angeboten wird. Möglich ist auch, als Presenter das Patronat für einen Spieler zu übernehmen oder in bezahlten Social-Media-Post zu erscheinen.

Im Paket als Co-Hauptsponsor hat Fortimo das Recht, einmal im Jahr Cheftrainer Michael Suter für ein Referat oder einen Workshop zu buchen. Fortimo bekommt zudem zwölf Saisonkarten, «die werden wir mehrheitlich unseren Mitarbeitenden zur Verfügung stellen, so haben sie auch etwas vom Sponsoring ihrer Firma», sagt Philipp Bienz, «wir gehen eher selten mit Kunden an solche Events.» Die Hospitality-Möglichkeiten in der 40 Jahre alten Kreuzbleiche-Halle sind allerdings auch eher beschränkt.

Kommen da vielleicht die Immobilienentwickler unter den Sponsoren zum Zuge? «Die Entwicklung einer Halle steht bei uns nicht im Fokus», winkt Philipp Bienz ab. Er verweist auf die Idee des Netzwerkes Sport, für die fünf Sportarten Fussball, Handball, Unihockey, Reiten und Tennis im Gründenmoos einen grossen Komplex zu erstellen, «da wäre auch eine Halle geplant, ob das zustande kommt, ist aber noch offen.» Eine solche Halle könnte für den TSV St.Otmar allerdings zu gross und zu teuer werden. «Ich vermute, dass wir noch die nächsten 20 oder 30 Jahre in der Kreuzbleiche Handball spielen.» Die Halle hat bei Matches vom St.Otmar ein Fassungsvermögen von gut 2500 Zuschauern. «Wenn 1500 kommen, sieht sie schon schön gefüllt aus», sagt Noah Haas. Die Stimmung sei sicher besser als etwa in der ähnlich grossen Zürcher Saal-sporthalle, wo sich jeweils 200 Zuschauer verlieren.

«Wir werden das Sponsoring sicher nicht in der Buchhaltung aktivieren.»

Blick nach vorne

Ein Ziel wird also sein, die Zuschauerkapazität in der alten Halle wieder einmal auszureizen. «Wenn man sieht, woher St.Otmar kommt, ist jetzt das Wichtigste, dass wir uns auffangen und ein Fundament bauen», betont Noah Haas. St.Otmar soll attraktiv spielen, das Publikum begeistern, und der Verein soll eigene Junioren und Talente aus der Region in die erste Mannschaft bringen. Der Blick ist dann durchaus auf die erweiterte Liga-Spitze hinter Liga-Krösus Kadetten Schaffhausen gerichtet: «Wir haben den neuen Trainer für sechs Jahre verpflichtet mit dem Ziel, mittelfristig wieder ganz vorn anzugreifen.»

Mittelfristig denkt auch Co-Hauptsponsor Philipp Bienz. «Beim Sponsoring haben wir einen Drei-Jahres-Vertrag. Aber die Idee ist schon, dass wir einen Horizont wie bei der Verpflichtung des Trainers haben und eine Weile dabeibleiben.»

Sozialisten: Fertig lustig

Die SP will Schweizer mittels Erbschaftssteuer enteignen. Mit dem abgegrabenen Geld soll ein «Umbau der Wirtschaft» finanziert werden. Ähnlich wollten die DDR-Kommunisten weiland in der Welt und in der Wirtschaft wursteln.



Die Sozialisten-Erbschaftssteuer will, dass der Staat den Menschen bei grösseren Erbgängen (fast wie ein Räuber mit vorgehaltener Pistole) die Hälfte stiehlt und in seinen Sack steckt. Dies gemäss dem Motto: «Wenn wir die dringlichste Krise unserer Zeit angemessen bekämpfen wollen, müssen wir die grössten Profiteure dieses zerstörerischen Wirtschaftssystems angehen.»

Diese Enteignungsinitiative ist nicht das Werk von ein paar wahnsinnig gewordenen Jusos. Es ist schlimmer, denn hinter dem Projekt stecken sämtliche aktuellen «Koryphäen» der SP. Also genau die Leute, die es sich dank des verhassten «kapitalistischen Systems» gut gehen lassen. Eine Annahme der Initiative würde nicht nur den Schweizer Wirtschaftsstandort demolieren, sondern auch internationales Recht auf allen Ebenen brechen. Ich bin erstaunt, wie locker die Internationalisten der SP damit klarkommen.

Schauen wir uns die Charta der Grundrechte der Europäischen Union einmal etwas genauer an. Sie hält unmissverständlich fest: «Jede Person hat das Recht, ihr rechtmässig erworbenes Eigentum zu besitzen, zu nutzen, darüber zu verfügen und es zu vererben.» Und in der Europäischen Menschenrechtskonvention (EMRK) heisst es wörtlich: «Jede natürliche und juristische Person hat das Recht auf Achtung ihres Eigentums.»

Aber nicht nur die EU und der Europarat schützen das Eigentum. Auch die UNO stellt in der Erklärung der Menschenrechte in wenigen Worten klar: «Jeder hat das Recht, sowohl allein als auch in Gemeinschaft mit anderen, Eigentum innezuhaben. Niemand darf willkürlich seines Eigentums beraubt werden.»

Man könnte ja erstaunt sein, dass die SP derart aggressiv gegen international gültiges Recht agiert. Aber, ganz ehrlich, bei unseren Sozialisten erstaunt mich gar nichts mehr.

Roland Rino Büchel, Nationalrat SG (SVP)

Text: Philipp Landmark

Bilder: zVg, Adrian Ehrbar, Stefan Risi



Neue IHK-Präsidentin setzt auf Fakten und Brückenbau

Im Juni wurde Andrea Berlinger als erste Frau zur Präsidentin der Industrie- und Handelskammer St.Gallen-Appenzell gewählt. Im Interview spricht die Ganterschwiler Unternehmerin (Berlinger Group; Healthcare/Antidoping) über ihre Visionen, Herausforderungen und Prioritäten für die IHK und die wirtschaftliche Entwicklung der Region.

Herzlichen Glückwunsch zu Ihrer Wahl zur Präsidentin der IHK St.Gallen-Appenzell! Was bedeutet diese Position für Sie persönlich und beruflich?

Ich freue mich sehr auf dieses Amt, weil es wunderbar mein Interesse an der Gesellschaft, der Wirtschaft und Politik zusammenfügt. In meiner aktuellen Lebenssituation und Lebensphase habe ich nun auch den notwendigen Spielraum, mich für ein solches Amt zu engagieren. Das war nicht immer der Fall.

Woran lag das?

Als Mutter und Geschäftsfrau war ich es gewohnt, die Prioritäten konsequent auf diese zwei Säulen zu setzen. Nun sind meine Kinder erwachsen und machen erfolgreich ihren eigenen Weg. Beruflich bin ich neben meiner eigenen Firma vor allem in verschiedenen spannenden Verwaltungsratsmandaten involviert. Das gibt mir ein breites Spektrum und ich denke, damit bin ich auch sehr nahe am Puls der Unternehmer in unserer Region – und generell in der Schweiz.

Welche Prioritäten haben Sie sich für Ihre Amtszeit als Präsidentin gesetzt?

Nach vier Jahren im Vorstand der IHK St.Gallen-Appenzell will ich als Präsidentin die erfolgreiche Arbeit der IHK fortsetzen und für Kontinuität sorgen. Die IHK soll weiterhin eine starke und glaubwürdige Stimme der Ostschweizer Unternehmenslandschaft sein, die sich für eine wettbewerbsfähige und umweltverträgliche Marktwirtschaft sowie für den freien Aussenhandel einsetzt. Wichtig ist mir auch, dass die IHK eine sachliche, faktenbezogene Beurteilung der relevanten wirtschaftspolitischen Themen für die Ostschweizer Unternehmen bietet.

Gibt es dabei spezifische Projekte, die Ihnen besonders am Herzen liegen?

Wir wollen und werden die grenzübergreifende Zusammenarbeit in Infrastrukturfragen wie Verkehr und Energie weiter vorantreiben, insbesondere den Zugang der Ostschweiz zu Wasserstoff. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der kantons-

übergreifenden Zusammenarbeit im Gesundheits- und Bildungswesen. Ausserdem wollen wir SwissSkills als gemeinschaftliches Projekt der Ostschweiz nach St.Gallen holen.

Wie sehen Sie die aktuelle wirtschaftliche Lage in der Ostschweiz wie ordnen Sie die kommenden Jahre ein?

Die wirtschaftliche Lage in der Ostschweiz ist aktuell getrübt, hauptsächlich wegen schwacher Auslandsnachfrage in der exportorientierten Industrie. Positiv sind jedoch einige Signale in Subbranchen wie Maschinen- und Fahrzeugbau. Die Binnenwirtschaft, insbesondere der Detailhandel und die Baubranche, zeigt sich stabil. Die Inflation liegt im Zielband der SNB, doch der starke Franken belastet exportorientierte Unternehmen. Zukünftige Herausforderungen umfassen die Sicherung der Energieversorgung und den Fachkräftemangel, da die Erwerbsbevölkerung schrumpft. Chancen liegen in der Stärkung der wertschöpfungsintensiven Exportwirtschaft, Innovation durch den Switzerland Innovation Park Ost, Zusammenarbeit zwischen Gesellschaft, Wirtschaft und Bildungsinstitutionen sowie der Diversifizierung des Energieportfolios durch Wasserstoff, Wind und Solar.

«Zuhören und nach gemeinsamen Lösungen suchen ist unserer polarisierten Gesellschaft entscheidend.»

In welchen Bereichen sehen Sie das grösste Potenzial für Wachstum in der Region St.Gallen-Appenzell?

Grosse Chancen sehe ich in den Bereichen Health Innovation, Sensor Innovation und Business Innovation. Diese Bereiche lassen sich aus den Forschungsinstitutionen und Unternehmen ableiten, die in der Kernregion St.Gallen-Appenzell angesiedelt sind. Dazu gehören etwa die Empa, das Kantonsspital St.Gallen, die OST – Ostschweizer Fachhochschule, Rhysearch oder die Universität St.Gallen. Der Switzerland Innovation Park Ost bietet zudem eine hervorragende Plattform, damit sich die Region in diesen Schlüsselbereichen weiterentwickeln und wachsen kann.

Und mit welchen Massnahmen will die IHK die regionale Wirtschaft stärken und auf globale Veränderungen reagieren?

Um die Versorgungssicherheit auch in Zukunft zu gewährleisten und die Klimaziele zu erreichen, müssen neue Energiequellen erschlossen werden. Wasserstoff ist ein wichtiger Baustein im Energieportfolio. Die Ostschweiz als Werkplatz der Schweiz muss in der aktuell vom Bund erarbeiteten Wasserstoffstrategie Eingang finden. Rechtssichere Beziehungen und der hürdenfreie Zugang zum europäischen Markt sind für die Ostschweizer Exportindustrie entscheidend. Unsere Unternehmen müssen digital und im individuellen und öffentlichen Verkehr noch besser angebunden sein: Wir setzen uns deshalb für zahlreiche Mobilitäts- und Infrastrukturprojekte ein, wie die Engpassbeseitigung St.Gallen oder den Zubringer Appenzellerland. Ein weiteres wichtiges Anliegen ist es, keine sozialpolitischen Experimente auf Kosten der kommenden Generationen zuzulassen, wie etwa die 13. AHV-Rente.

Sie sind erfolgreiche Unternehmerin. Welche Erfahrungen aus Ihrer beruflichen Laufbahn möchten Sie in Ihre neue Rolle als Präsidentin einbringen?

Ich bringe meine Erfahrungen aus der Zusammenarbeit mit vielen interessanten und erfahrenen Persönlichkeiten ein sowie meine natürliche Neugierde und die Fähigkeit, gut zuzuhören. Zuhören und nach gemeinsamen Lösungen suchen ist unserer polarisierten Gesellschaft entscheidend. Faktenbasierte Entscheidungen sind mir besonders wichtig, um die IHK als aufklärende Brückenbauerin zu führen, die klar ihre Werte vertritt.

«Wir wollen die SwissSkills als gemeinschaftliches Projekt der Ostschweiz nach St.Gallen holen.»

Apropos wichtig: Wie wichtig ist Ihnen die Förderung von KMU in der Region?

Kleine und mittlere Unternehmen prägen die Ostschweizer Wirtschaftslandschaft und bilden das Fundament der weitverzweigten industriellen Lieferkette unserer Industrieregion. Die Anforderungen an die Mitarbeiter von KMU verändern sich rasch, weshalb eine zielgerichtete Aus- und Weiterbildung der Belegschaft immer wichtiger wird. Darum haben wir das Ausbildungsangebot über die etablierten und stets ausgebauten Exportseminare stark erweitert.

Das heisst konkret?

Die IHK bietet neu eine auf KMU zugeschnittene Seminarpalette in den Bereichen Unternehmenskommunikation, Medienauftritte, Arbeits- und Vertragsrecht, Anwendung von künstlicher Intelligenz im Arbeitsalltag und vor allem Führung an. Unabhängbare Kompetenzen für eine erfolgreiche Zukunft im KMU.

Zum Schluss: Welche Vision haben Sie für die Zukunft der IHK St.Gallen-Appenzell und die wirtschaftliche Entwicklung unserer Region?

Ich engagiere mich dafür, dass die IHK St.Gallen-Appenzell als führender Wirtschaftsverband der Ostschweiz eine kritisch-konstruktive Stimme bleibt und durch einen maximal diversifizierten Vorstand bezüglich Branchen, Regionen und Unternehmensgrössen nach aussen auftritt. Die IHK soll als Brückenbauerin Unternehmen, Institutionen, Kantone und Gesellschaft verbinden. Wir wollen durch unsere fundierte Aufbereitung von Zahlen und Fakten sowie den daraus resultierenden Vorschlägen einen Mehrwert für die regionalen Unternehmen schaffen. Dadurch wollen wir unterstützen, dass Unternehmen die richtigen Schlüsse für eine erfolgreiche Zukunft möglichst am Standort Schweiz – insbesondere der Ostschweiz – ziehen können.

Text: Patrick Stämpfli
Bild: Thomas Hary

Herisauer Holzhäuser als Hoffnungsträger



Im Frühjahr 2022 zog sich die russische Armee aus dem Norden der Ukraine zurück. Zurück blieben zerstörte Häuser und verzweifelte Menschen. Der Appenzeller Unternehmer Martin Huber konnte diese Zerstörung hautnah miterleben – und handelte.

Martin Huber ist ehemaliger Inhaber und Geschäftsführer der Firma Huber Fenster in Herisau. Vor einigen Jahren hat er das Unternehmen seinen Söhnen übergeben und führt seitdem die Firma «Divario Ukraine», die seit 20 Jahren Eichen-Fensterkanteln herstellt. Als er im April 2022 die riesige Zerstörung in der Ukraine sah, wurde ihm klar, dass dringend Hilfe benötigt wurde. «Mein erster Gedanke war: Wo sollen die Menschen, deren Häuser zerstört wurden, im Winter leben? Wir müssen ihnen helfen!», erinnert sich Huber.

Vom Fensterbauer zum Lebensretter

Um den Betroffenen zu helfen, entschied sich Huber, seine Fähigkeiten im Holzbau einzusetzen. Er nahm Kontakt mit Enrico Uffer von der Firma Uffer Holzbau in Savognin auf, die für ihre hochwertigen Holzmodulhäuser bekannt ist. Uffer war von der Idee, mit Holzwohnmodulen zu helfen, begeistert und entwarf ein erstes einfaches Haus für eine Familie. Nach der Überprüfung der Materialverfügbarkeit in der Ukraine wurde ein Musterhaus in Savognin gebaut.



«Nachhaltigkeit, Energieeffizienz und modernste Haustechnik zeichnen diese langlebigen Wohnmodule in Holz aus», erklärt Huber. Die Häuser werden bezugsbereit übergeben, komplett ausgestattet mit Möbeln, Betten, Matratzen, Waschmaschine und Boiler.

Für die Planung und Herstellung der Wohnmodule benötigten Huber und sein Team Unterstützung von einem erfahrenen Holzbauer. Enrico Uffer kannte Huber von vielen gemeinsamen Projekten im Engadin, wo sie oft Hubers Fenster in Uffers Holzkonstruktionen einbauten. «Die Materialien für die Häuser stammen überwiegend aus der Ukraine», erklärt Huber. «Die OSB-Platten liefert Swisskrono, eine Schweizer Firma, die 250 km von der Produktionsstätte entfernt ist. Sanitärsysteme werden von Geberit geliefert, die 160 km entfernt ist. Das Holz für die Ständerkonstruktionen stammt aus den umliegenden Wäldern, und auch die verzinkten Schraubfundamente sowie die Fenster sind ukrainischer Herkunft.»

Zur Finanzierung gründete Huber den Verein Ukraine-Hilfe, der im Handelsregister eingetragen ist und ehrenamtlich verwaltet wird. «Jeder Spendenfranken fliesst voll in den Bau der Module in der Ukraine», betont Huber. Die ersten hundert Häuser wurden im Norden der Ukraine aufgebaut; aktuell werden die ersten Module für die Region Cherson gebaut, die noch immer stark unter der Kakhova-Dammbruch-Tragödie leidet.

Die Ausbildung von vier ukrainischen Mitarbeitern, die sich zu dieser Zeit in der Schweiz aufhielten, war ein zentraler Bestandteil des Projekts. Sie lernten in Savognin von Grund auf, wie Materiallisten erstellt, Wohnmodule produziert und aufgebaut werden. Dieses erste und einzige in der Schweiz hergestellte Musterhaus wurde im Hauptbahnhof Zürich ausgestellt und zog grosse Aufmerksamkeit auf sich; auch die SRF-Sendung «10 vor 10» berichtete.

Nach drei Tagen wurde das Haus abgebaut, auf einen LKW geladen und in die Ukraine transportiert. Nur dreieinhalb Monate nach der Idee konnte eine Mutter mit ihren Kindern in das neue Haus einziehen. Kostenpunkt für ein solches Haus: rund 23'500 Franken.

Ein neues Zuhause auf 35 Quadratmetern

Die erste Version der Wohnmodule in Holzkonstruktion bietet auf 35 m² Platz für eine Familie. Es gibt einen Eingangsbereich mit Garderobe, einen Küchen- und Wohnbereich, ein Schlafzimmer und ein Badezimmer mit Dusche, Lavabo und WC.

«Mein erster Gedanke war: Wo sollen diese Menschen im Winter leben?»

Logistische Herausforderungen meistern

Die Herstellung der Häuser in der Ukraine ist effizient organisiert: Ein kleines Haus wird komplett in der Produktion fertiggestellt und kann je nach Entfernung in sechs bis acht Tagen zum Standort transportiert werden. Huber erklärt: «Es wurde nur das erste Haus in der Schweiz bei Uffer Holzbau AG in Savognin gebaut. Die anderen 104 bis jetzt gebauten Häuser wurden in der Ukraine hergestellt.»



Möchten auch Sie das **Projekt von Martin Huber** unterstützen?
Weitere Informationen finden Sie unter verein-ukraine-hilfe.ch.

Die persönlichen Kontakte sind entscheidend für den Erfolg des Projekts. Viele Menschen, die Huber getroffen hat, beeindruckten ihn tief. «Etwa die Gemeindepräsidentin, die während der russischen Besetzung jeden Abend in einem anderen Haus versteckt war und heute grosse Anstrengungen unternimmt, um gestohlene Fahrzeuge zu ersetzen.»

«Jeder Spendenfranken fließt voll in den Bau der Module in der Ukraine.»

Und das war teilweise ziemlich anspruchsvoll, wie Martin Huber sich erinnert: «Im ersten Winter fielen die Temperaturen unter 20°Celsius. Wir hatten noch keine Halle und mussten deshalb die Arbeiten an den Wohnmodulen unterbrechen. Noch schlimmer waren die Stromunterbrüche: Um Mitternacht hatten wir drei bis vier Stunden lang Strom, am Morgen und Nachmittag jeweils eine bis anderthalb Stunden. Die Mitarbeiter waren aber sehr flexibel. Sie erschienen sofort zur Arbeit, wenn es Strom gab.»

Hilfe dort, wo sie am meisten gebraucht wird

Der Bedarf an Wohnraum ist eines der Hauptkriterien für die Auswahl der Gebiete, in denen neue Häuser gebaut werden sollen. Cherson beispielsweise benötigt dringend über 1000 Wohnmodule. Huber beschreibt die Zusammenarbeit mit lokalen Behörden als äusserst positiv: «Wir können über die Zusammenarbeit auf Gemeindeebene nur Gutes berichten. Alle sind sehr dankbar über diese Häuser.»

Visionen für die Zukunft

Bis dato wurden in der Ukraine 100 solcher Holzhäuser errichtet. Hubers langfristiges Ziel ist es, das Projekt auf andere kriegsversehrte Regionen auszudehnen. «Natürlich möchten wir unser Engagement auf dem Gebiet im Süden bei Cherson langfristig planen. Die Möglichkeiten werden durch unsere Finanzen gesetzt. Versiegen einmal die wertvollen Spenden aus der Schweiz, werden wir keine Module mehr bauen können», erklärt der Herisauer. Er schliesst mit einem hoffnungsvollen Ausblick: «Unsere Hilfe vor Ort leistet auch einen Beitrag gegen die Auswanderung. So können die Menschen in ihrer Heimat bleiben und ein neues Zuhause finden.»

Text: Patrick Stämpfli

Bilder: Marlies Beeler-Thurnheer, zVg

M. Hartmann Treuhand AG etabliert sich als Abacus-Partner und führender Anbieter von Treuhanddienstleistungen

Das renommierte Treuhandunternehmen M. Hartmann Treuhand AG ist offizieller Abacus-Vertriebspartner. Sämtliche damit zusammenhängenden Dienstleistungen werden seit kurzem in einem eigenständigen Geschäftsbereich konzentriert.

Dank diesem umfassenden Angebot begleitet die M. Hartmann Treuhand AG ihre Kundschaft mit einem breiten Spektrum an Dienstleistungen, von der Erstberatung bis zur Installation und Einführung der Software. Darüber hinaus werden betreute Kundinnen und Kunden in der täglichen Arbeit eng begleitet. Geleitet von der erfahrenen Sarina Sieber, betreut eine Supportabteilung die Kundschaft und gewährleistet einen reibungslosen Betrieb. Kundinnen und Kunden arbeiten dabei im firmeneigenen Rechenzentrum in Diepoldsau.

Die Erfahrung macht's aus

Die M. Hartmann Treuhand AG verfügt über langjährige Produkterfahrung und umfangreiches IT-Fachwissen, was sich auch in der Implementierung von ERP-Systemen manifestiert. Das Unternehmen geht jedoch weit über die rein technische Beratung hinaus, indem es Kundinnen und Kunden nach der Installation aktiv begleitet und betriebswirtschaftliche Prozessoptimierungen anstrebt, um Abläufe zu rationalisieren und zu digitalisieren.

Abacus ist der neuste Geschäftsbereich

Besonders stolz ist die M. Hartmann Treuhand AG auf den neu geschaffenen Geschäftsbereich Abacus, der sich unter der Leitung von Sarina Sieber auf die Entwicklung und Implementierung von Abacus-Software spezialisiert. Diese Softwarelösungen unterstützen Unternehmen in allen zentralen betriebswirtschaftlichen Bereichen.

M. Hartmann Treuhand AG expandiert weiter

Mit Hauptsitz in Diepoldsau und einer Niederlassung in Buchs SG ist die M. Hartmann Treuhand AG ein bekanntes Treuhandunternehmen im St.Galler Rheintal. Neben den Kernbereichen Treuhand, Revision, Steuern, Immobilien und Unternehmensnachfolge hat sich das Unternehmen dank seiner umfassenden Dienstleistungen und der Einführung des neuen Abacus-Geschäftsbereichs als führender Anbieter weit über die Region hinaus etabliert.

Sarina Sieber leitet den Geschäftsbereich Abacus und ist damit die direkte Ansprechpartnerin.



M. Hartmann Treuhand AG

Daniel Hartmann
+41 79 233 33 51 oder +41 71 737 99 00
daniel.hartmann@hartmann-treuhand.ch

A photograph of two men in teal surgical scrubs and hairnets. The man on the right is holding a smartphone. The background is a bright, clinical setting.

Der Roboter zieht in den OP ein

Ende April 2024 wurde in der Berit-Klinik Speicher die erste Operation mit der «Velys Robotic-Assisted Solution» erfolgreich durchgeführt. Dabei unterstützt der Roboter den Operateur, haargenaue Schnitte zu setzen und die Implantate noch genauer an die individuelle Anatomie anzupassen. Berit-CEO Peder Koch und Gelenkersatz-Spezialist Dr. med. Paul-Michael Bodler blicken für den LEADER in die Zukunft der Roboterchirurgie in der Orthopädie.

Peder Koch und
Dr. med. Paul-Michael Bodler.

Peder Koch, wenn Sie sich am Knie verletzt hätten: Würden Sie lieber von einem Chirurgen mit oder ohne Velys-Roboter-Hilfe behandelt werden?

PK: Ich würde mich vor allem von einem Operateur operieren lassen, der viel Erfahrung hat und eine bewährte Prothese verwendet. Wenn er dabei mit dem Velys-Solutions-System operiert – umso besser!

Paul-Michael Bodler, können Sie die Hauptvorteile des Velys-Robotersystems für die Patienten und die Operateure erläutern?

PMB: Das Velys-System ermöglicht dem Operateur, das künstliche Gelenk entsprechend der individuellen Anatomie des Patienten optimal zu platzieren. Als einziges System auf dem Markt kombiniert es dazu ein intraoperativ erstelltes anatomisches 3D-Modell des Kniegelenkes unter Einbeziehung der Weichteilspannung mit einem Roboterarm, der dem Operateur eine hochgradig genaue Präparation des Knochens erlaubt. Der Operateur kann jeden Schritt individuell beeinflussen. Aufwendige und zum Teil belastende bildgebende Verfahren – wie ein MRI oder ein CT – sind dazu präoperativ nicht notwendig.

Bei welchen Operationen wird das System in der Berit-Klinik eingesetzt?

PK: Aktuell bei der Implantation von primären Knie-totalprothesen. Mit der Industrie sind wir immer in Kontakt und prüfen selbstverständlich laufend alle Möglichkeiten, die eine Qualitäts- und Sicherheitsoptimierung zur Folge haben könnten.

Und welche Funktionen übernimmt dabei der Roboter?

PMB: Am Roboterarm ist eine Säge befestigt. Die zuvor am 3D-Modell geplanten Sägeschnitte werden von diesem exakt auf dem Knochen übertragen. Die Säge wird vom Operateur aktiviert; der Roboter bestimmt die genaue Schnitfführung.

Welche Erfahrungen haben Sie bisher mit dem Velys-Robotersystem gemacht?

PMB: Durchwegs positive, sowohl bezüglich der intraoperativen Abläufe als auch der postoperativen Ergebnisse. Vor allem bei schwierigen anatomischen Verhältnissen wie starkem X- oder O-Bein erleichtert das System dem Operateur, die Prothese optimal zu platzieren.

Welche Rolle spielt die Digitalisierung und Automatisierung in der modernen Orthopädie bei der Berit-Klinik?

PK: Alle wesentlichen Prozesse sind inzwischen digitalisiert – beginnend bei der Erfassung der Patientendaten über die gesamte Bildgebung bis hin zur Datenverarbeitung. Neben der Implantation von Kniegelenken wird auch bei wirbelsäulenchirurgischen Eingriffen ein Navigationssystem eingesetzt. Zukünftig werden ähnliche Systeme wahrscheinlich auch noch bei der Implantation anderer Kunstgelenke verwendet werden. Abgesehen von der Unterstützung des Operateurs beim Sägen durch den Roboterarm wird der Patient bei uns ansonsten «von Hand» behandelt.

Wie haben sich die Operationsmethoden in der Orthopädie durch den Einsatz neuer Technologien in den letzten Jahren in der Berit-Klinik verändert?

PMB: Die Operationsmethoden sind technischer, der Aufwand grösser geworden, die Ergebnisse dadurch genauer und reproduzierbarer.

Gibt es besondere Schulungsprogramme für Chirurgen, um den Umgang mit Robotersystemen und anderen neuen Technologien zu erlernen?

PK: Ja. Bevor ein Operateur mit diesen Systemen operiert, durchläuft er ein ausführliches Schulungsprogramm und schliesst dieses mit einer Zertifizierung ab. Ebenso wird das Operationspersonal speziell geschult. In einer ersten Phase setzt nur ein Teil der Chirurgen das Verfahren ein. Sobald die Abläufe standardisiert und optimiert sind, werden nach und nach auch weitere Operateure mit diesem System operieren.



Das Velys-Robotersystem im Einsatz.

Wie nehmen die Patienten die Einführung solcher hochmodernen Technologien in der orthopädischen Chirurgie wahr – eher als Bereicherung oder eher als Bedrohung?

PMB: Definitiv als Bereicherung. Sie erhoffen sich dadurch noch bessere Operationsergebnisse. An erster Stelle steht jedoch die individuelle Arzt-Patienten-Beziehung. Unsere Patienten können sich darauf verlassen, dass sie nur von sehr erfahrenen Operateuren operiert werden. Dies ist mindestens so wichtig wie der Einsatz moderner Techniken. Anders gesagt: Die modernste Technik bringt nichts in den Händen eines schlechten Operateurs.

Zum Schluss: Welche weiteren technologischen Innovationen sehen Sie am Horizont, die das Feld der Orthopädie in den nächsten Jahren revolutionieren könnten?

PK: Eine eigentliche Revolution wird es wohl nicht geben. Aber die Integration von moderner Navigationstechnik in Verbindung mit Robotik und unter Einbeziehung von künstlicher Intelligenz werden hoffentlich zu einer weiteren Verbesserung der Operationsresultate und damit der Patientenzufriedenheit führen. Man darf dabei aber nicht vergessen, dass die meisten orthopädischen Operationen bereits heute sehr gute mittel- und langfristige Ergebnisse haben.

Text: Stephan Ziegler
Bilder: Daniel Ammann



«Wir bauen zuerst virtuell, dann physisch»

Die Methabau feierte im Juni 2024 ihr 20-jähriges Bestehen. Das digitale Bauen hat von Beginn an in den Köpfen der Gründer Patrick Manser, Michael Scheiwiller und Marco Andermatt stattgefunden. Lange Zeit war die Wohn- und Gewerbebauten-Spezialistin aus Amriswil eine Pionierin in der Open-BIM-Anwendung. Heute beherrscht die Totalunternehmerin die Open-BIM-Anwendung perfekt und setzt sie vollumfänglich auf Werkplanungstiefe ein. Was aber ist BIM genau und welche Vorteile bringt die Planung mit der Bauwerksdatenmodellierung? Marco Andermatt, Methabau-BIM-Experte und Leiter Ausführungsplanung, kennt die Antworten.

**Marco Andermatt, zuerst etwas Grundlegendes:
Wofür steht «BIM»?**

Für «Building Information Modeling» und damit für die Idee eines digitalen Modells, das alle Bauteilattribute transparent und jederzeit nachvollziehbar macht. Kurz: Wir bauen zuerst virtuell, dann physisch. Mit einer dreidimensionalen BIM-Bauplanungs-Software vernetzen und koordinieren wir softwareübergreifend alle am Bau beteiligten Planer und Unternehmer.

Und wo liegt dabei der Nutzen für die Bauherrschaft?

Sie erhält mehr Sicherheit hinsichtlich der Betriebsplanung und der Baukosten. Diese sind realistisch, transparent und besser kontrollierbar. Durch das BIM-Modell erhält der Bauherr jederzeit in Echtzeit Informationen über den jeweiligen Planungsstand und welche nächsten Schritte anstehen.

Aber der Bauherr braucht dafür auch Software-Kenntnisse, oder?

Nein, das Programm ist einfach zu bedienen. Auf einem virtuellen 3D-Gang durch das Gebäude kann sich der Bauherr sein Endprodukt besser vorstellen. Er erkennt zum Beispiel, wie sich kurzfristige Änderungen auswirken könnten – und er kann sich während der Planungs- und Bauphase besser einbringen. So erhält er ein genau auf seinen Verwendungszweck zugeschnittenes Gebäude.

Wenn Sie es herunterbrechen müssten: Was sind die drei, vier grössten Vorteile eines BIM-3D-Modells?

Zuerst möchte ich das vorgängige Lösen allfälliger Schnittstellenprobleme beim Konstruieren zwischen den einzelnen Gewerken nennen. Mögliche Fehlerquellen werden schon am digitalen Modell erkannt und Probleme müssen nicht im letzten Moment auf der Baustelle gelöst werden. Dann verläuft auch die Bauablaufplanung viel koordinierter und effizienter – und die Bauphase wird kürzer, da viele übliche Rituale wie das Messen am Bau oder Korrepläne während der Ausführungsphase entfallen. Und last, but not least bietet BIM ein wesentlich nachhaltigeres Dokumenten-Management für die Ausführung und als Grundlage für das Facility-Management.

«Mit BIM erhält der Bauherr Informationen über den Planungsstand in Echtzeit.»

Die Kosten haben Sie nicht erwähnt. Kann man durch die Planung mit BIM günstiger bauen?

Der hohe Detaillierungsgrad auf Werkplanungstiefe und die fertige Lösung sind die eigentlichen Gewinne. Aber wie erwähnt wird die Bauphase kürzer. Diese Zeitersparnis schlägt sich positiv auf die Kosten nieder. Und: Dadurch, dass mehrere Planungsspezialisten verschiedener Branchen an das jeweilige 3D-Modell angekoppelt sind und jedes Detail von der Schraube bis zum Handtrockner schon auf Werkplanungstiefe eingeplant wird, können sämtliche Kollisionen während der Bauphase verhindert werden. Wenn böse Überraschungen ausbleiben, hat dies ebenfalls positiven Einfluss auf die Kosten.

Wie erfolgt die Umsetzung auf der Baustelle ganz ohne physische Pläne?

Unsere Planer erstellen das gesamte Gebäude am Computer zuerst virtuell. Alles aus dem 3D-Modell, mit gewerks- und baubereichsspezifischen Einzelmodellen, wird mittels BIM-to-Field direkt über die Messgeräte auf die Baustelle gesteuert und vermessen. Auch wichtige Nebendaten wie Elektroschemas und Montageinstruktionen von einzelnen Bauteilen sind im BIM-Modell hinterlegt. Die Baustellenverantwortlichen ziehen ihre Daten direkt aus dem Computer der BIM-Boxen, die auf den Baustellen stehen, sowie aus ihren iPads. Mittels Robotik-Stationen wird alles eingemessen. So erreichen wir ein hohes Mass an «planlosem» Bauen.

«Mögliche Fehlerquellen werden schon am digitalen Modell erkannt.»

Und wie erfolgt die Zusammenarbeit der einzelnen Fachplaner – diese müssen ja auch «BIM-kompatibel» arbeiten?

Bei der Open-BIM-Anwendung konstruiert jeder seine Bauteile und fügt diese über den koordinierten Referenzpunkt ins Gesamtmodell ein. Die Qualitätssicherung übernehmen der projektverantwortliche Hauptkonstrukteur und der Projektleiter im Sinne des BIM-Managers. Durch Einbezug der verschiedenen Planungsspezialisten sind alle Beteiligten, vom Sanitär über den Elektriker bis zum Lüftungsmonteur, jederzeit bestens informiert. Aber Sie haben natürlich recht, das geht nur, wenn alle Beteiligten BIM-fit sind. Bei uns ist BIM Standard; BIM gehört die Zukunft.»

Auch die «Methabauer» müssen BIM-fit sein, wie Sie es ausdrücken. Muss der Bauarbeiter also zum IT-Spezialisten werden?

Nein, das Handwerk spielt weiterhin eine grosse Rolle. Und weil die Applikationen sehr benutzerfreundlich sind, kann jeder damit umgehen. Selbstverständlich schulen wir unsere Leute regelmässig – und das nicht erst seit Kurzem; wir sind eigentliche BIM-Pioniere.

Zum Schluss: Sie haben bei den Vorteilen auch das Facility-Management genannt. Was bringt BIM denn bei Instandhaltung und Unterhalt eines Gebäudes für Vorteile?

Ein Dokument für alle Gewerke, top-aktuelle und wahrheitsgetreue Daten. Das Bauwerk ist lückenlos beschrieben. Durch BIM können Betriebsabläufe über den gesamten Lebenszyklus simuliert werden. Dies bedeutet eine Effizienzsteigerung für die Bewirtschaftung und Erhaltung einer Immobilie über die gesamte Nutzungsdauer unter Einbezug von Ressourcen und Umwelt.

Text: Stephan Ziegler

Bild: Rebekka Grossglauser



Bodenseefischer kämpfen ums Überleben

War es das? Die Berufsfischer am Bodensee können ihre Netze wieder einholen. Doch was sie dieses Mal an Land ziehen, sind nicht etwa Speisefische, sondern eine ungewisse Zukunft. Denn jetzt ist nicht nur der Fischbestand gefährdet, sondern auch derjenige der Fischer selbst.

Einer, der das Problem aus erster Hand kennt, ist Reto Leuch aus Landschlacht, Präsident des Schweizerischen Berufsfischerverbands (auf dem Bild mit Sohn Roman). Die Probleme sind zahlreich, eine nachhaltige Lösung nicht in Sicht. Die Lage der Fischer wird immer schlimmer; bereits jetzt kann keiner mehr allein von der Fischerei leben.

Leuch ist da keine Ausnahme: «Ich habe ein zweites Standbein als Obstbauer. Damit verdiene ich hauptsächlich mein Geld. Die Fischerei nimmt nur noch 30 Prozent meiner Zeit ein.» Einen 8,5-Stunden-Tag kennt er nicht. Und damit ist er kein Einzelfall. Doch woran liegt es, dass der Berufsstand der Fischer dermassen brotlos geworden ist?

Fische bekommen zu wenig Futter

«Die Ursache ist ganz klar», sagt der Fischer. «Wir haben keinen Nachwuchs mehr. Die Jugend interessiert sich nicht mehr für unser Handwerk und will nicht mehr beim ersten Licht des Tages knietief im Wasser stehen.» Das allein habe schon einen grossen Einfluss, doch es sei letztlich nur die Spitze des Eisbergs. «Seit 15 Jahren machen wir auf die Missstände und Probleme aufmerksam. Menschengemachte Probleme!»

Konkret: «Die Rheinverbauung hat einen grossen Einfluss auf die Nährstoffzufuhr für die Fische – sie bekommen zu wenig Futter. Der Klimawandel hat ausserdem zur Folge, dass der See nicht mehr genügend umgewälzt wird.» Vor wenigen Jahren machte ausserdem die Quagga-Muschel Schlagzeilen. «Diese durch den Menschen eingeschleppte Muschel nimmt den Fischen die Nahrung weg.» Der Schädling verbreitet sich munter weiter, die Bodensee-Anrainerstaaten schieben sich gegenseitig die Verantwortung zu.

Dazu kommt die Überpopulation der Kormorane, gegen die ebenso wenig unternommen wird. Kormorane sind Vögel, die sich von Fischen ernähren «und jährlich rund 600 Tonnen an Felchen aus dem Bodensee fischen». Felchen sind der beliebteste Speisefisch der Ostschweizer und waren lange Zeit die Haupteinnahmequelle der Bodenseefischer.

«Fehlende Nährstoffe sind in der Politik ein Tabuthema.»

«Geschickte Dezimierung»

Diese Probleme ziehen seit Jahren immer weiter an. Die Fangerträge sind immer stärker rückläufig; laufend werden Negativ-Rekorde aufgestellt. «Schon seit Jahren haben wir keine Felchen mehr gefangen.» Jetzt würden zudem auch die Beifänge fehlen. «Derzeit sind wir an einem historischen Tiefpunkt angelangt. Zwar wird der Beruf nicht aussterben, aber bereits jetzt kann niemand mehr von der Fischerei leben. Wir alle brauchen ein Nebeneinkommen.» Im Herbst ist es gar noch schlimmer: «Die Politik schreibt uns vor, dass wir jeweils erst bei Sonnenaufgang arbeiten dürfen. Dadurch werde ich aber in der späteren Jahreshälfte stark in meinem Geschäft eingeschränkt», sagt Reto Leuch.

Die Politik wiederum schreitet zwar ein, doch die Fischer sind damit nicht zufrieden, weil zu zögerlich. «Die Politik könnte einen schnellen Entscheid fällen – wie sie es auch beim Wolf tut. Mit einem raschen Dekret könnten wir sofort handeln und in die Brut der Kormorane eingreifen. Denn es gibt schlicht und

einfach eine Überpopulation.» Durch eine gezielte Dezimierung würden die Vögel weniger Fische wegnehmen und den Bestand nicht zusätzlich verkleinern. Auch wäre es gemäss Leuch begrüssenswert, wenn die Politik in der Thematik «fehlende Nährstoffe im See» handeln würde. «Doch das ist ein Tabuthema.» Warum, fragt man sich da, geniesst das Thema «Bodenseefischerei» bei den Ostschweizer Politikern ein Schattendasein?

«Nicht alle wollen einen Aufpreis bezahlen.»

Kundschaft muss sich umgewöhnen

Die derzeitigen Probleme am Bodensee ziehen einen Rattenschwanz nach sich: Nicht nur haben sie Auswirkungen auf den Berufsstand, sondern auch auf das lokale Gewerbe. Unter anderem Restaurants am See, Supermärkte und Grossverteiler. Sie alle waren zwar auch schon zuvor auf Importe aus dem Ausland angewiesen, doch das Problem verschärft sich zunehmend. «Natürlich möchte jeder regionale Lebensmittel. Fische aus dem Bodensee sind nach wie vor das Aushängeschild eines jeden Restaurants. Nur will eben nicht jeder auch den entsprechenden Aufpreis bezahlen», weiss Leuch.

Eine günstige(re) Alternative gibt es: «Wir holen nach wie vor Fische aus dem Bodensee. Nur sind es eben nicht die bei den Leuten beliebten Felchen, sondern Welse, Schleien, Alete oder Karpfen. Die Kunden müssten sich an dieses neue Angebot gewöhnen.» Das ist allerdings leichter gesagt als getan. Gleichzeitig wird der Druck durch importierte Waren immer grösser. Denn die Grossverteiler und Restaurants arbeiten bereits jetzt mit ausländischen Fischen. «Wildfang gibt es fast nicht mehr. Die meisten Fische kommen aus einer Zucht.» Da wäre der Bodenseefisch eine löbliche Ausnahme, auch im Hinblick auf das Tierwohl, das bei aufwachsenden Fischen natürlich viel grösser ist als bei solchen aus teils wenig oder gar unkontrollierten ausländischen Zuchten.

Ein Kampf gegen Windmühlen

Als Reaktion auf den Import-Markt hat Reto Leuch gemeinsam mit anderen Branchenvertretern mit «Wildfang Bodensee» ein eigenes Label lanciert. «Dadurch können wir unsere regionalen Fische vermarkten und darauf hinweisen, dass sie tatsächlich aus dem Bodensee kommen. Das hat zwar seinen Preis, doch wem Regionalität wirklich am Herzen liegt, der kauft keinen Tiefkühlfisch aus dem Supermarkt, sondern zahlt den Aufpreis und bekommt einen waschechten Bodensee-Fisch.»

Was kann man also abschliessend sagen? Der Bodenseefischerei geht es nicht gut; derzeit ist weit und breit keine Besserung in Sicht. Dennoch zeigt man sich kampfwillig und möchte diesen wichtigen Wirtschaftszweig nicht einfach aufgeben. «Wir führen so etwas wie einen Kampf gegen Windmühlen. Wir werden immer weniger, aber aufgeben werden wir sicher nicht. Schliesslich ist der Fisch aus dem Bodensee nicht nur ein Wirtschaftszweig, sondern auch Kulturgut», lässt sich Leuch nicht unterkriegen.

Text: Fabian Alexander Meyer

Bild: Marlies Beeler-Thurnheer

Wertschätzung im Mittelpunkt

Christof Thiede ist Geschäftsführer der World of Watches von Huber Fine Watches & Jewellery in Vaduz. Deren Markenportfolio liest sich wie ein «Who's who» der bekanntesten Uhrenmarken – sie bietet von der Swatch bis zur Rolex ein breites Spektrum an. Der Uhrenspezialist weiss, welche Marken und Modelle zurzeit besonders gefragt sind – und von wem.

Christof Thiede, Sie bieten über 20 Marken in Vaduz an. Wenn ich beispielsweise eine Panerai Luminor Tourbillon suche: Werde ich bei Ihnen fündig?

Wir führen ein breites Sortiment jeder von uns vertretenen Schweizer Uhrenmarke. Neuheiten und Bestseller sind immer bei uns verfügbar. Das von Ihnen angefragte Modell ist rar, aber natürlich auf Anfrage bei uns erhältlich.

Und ebenso, wenn ich «nur» eine Hamilton Khaki Field Watch möchte?

Wenn Sie eine Hamilton suchen, dann sind Sie bei uns auch richtig und finden das passende Modell, sei es die ikonische «Ventura» oder die «Khaki Field».

Das heisst, ich erhalte den gleichen Service, ob ich nun 500 oder 200'000 Franken ausgeben möchte?

Selbstverständlich. Für uns sind alle Menschen, die unser Geschäft besuchen, Gäste, denen wir stets mit grösster Professionalität gegenüberstehen. Der Preis ist dabei nicht entscheidend; für uns steht die Wertschätzung im Mittelpunkt.

«Am schönsten ist es, wenn sich unsere Gäste von uns inspirieren lassen.»

Was unterscheidet Huber mit seiner World of Watches von anderen Uhrenhändlern?

Die World of Watches bietet ein besonderes Einkaufserlebnis mit einer grossen Auswahl an Schweizer Uhrenmarken auf einer Fläche von über 600 Quadratmetern. Jede Marke präsentiert sich dabei in ihrem eigenen Auftritt. Dieses Shop-in-Shop-Konzept ermöglicht unseren Gästen einen raschen Überblick, sodass sie verschiedene Uhrenmarken vergleichen und Modelle anprobieren können. Diese Vielfalt ist in der Region einzigartig und unterscheidet uns auch klar von Mono-Brand-Boutiquen.

Welche Marken und Modelle sind derzeit bei Ihren Kunden am beliebtesten und weshalb?

In der World of Watches bedienen wir Gäste aus der ganzen Welt. Ihre Vorlieben variieren je nach Herkunft. Bei Gästen aus Europa sind sportliche Uhren sehr beliebt, da diese ihren Geschmack am besten treffen.

Ist es eher so, dass Ihre Kunden mit konkreten Vorstellungen zu Ihnen kommen oder lassen sie sich bei Ihnen inspirieren?

Beides. Einige unserer Gäste haben bereits eine klare Vorstellung von ihrer Wunsch-Uhr. Andere sind noch unentschlossen. Am schönsten ist es jedoch, wenn sich unsere Gäste von uns inspirieren lassen. Wir nehmen uns dazu sehr gerne Zeit, um gemeinsam die passende Uhr bei einem Getränk zu finden.

Früher galten Uhren mit einem Durchmesser von unter 38 mm eher als Damen-, die darüber ausschliesslich als Herrenuhren. Was beobachten Sie im Hinblick auf die Uhrenwahl von Mann und Frau?

In den 1950er-Jahren galt eine Uhr mit 32 mm als Herrenuhr. Heutzutage kann jeder jede Grösse tragen. Es gibt viele Frauen, die grosse Uhren mögen, auch mit 42- oder 45-mm-Durchmesser – und es gibt Herren, die gerne kleine Uhren mit 38-mm-Durchmesser tragen. Am Ende muss die Uhr immer dem Gast persönlich gefallen, darauf kommt es an.

Und wie sieht es mit dem Alter aus, wann fangen Ihre Kunden an, eine «richtige» Uhr zu tragen oder gar Uhren zu sammeln?

Wir erleben oft, dass Eltern ihren Kindern zu besonderen Anlässen wie dem Schulabschluss eine Uhr schenken. Ausserdem beobachten wir, dass auch junge Erwachsene ein wachsendes Interesse an Uhren haben, insbesondere auch an Vintage-Uhren.

Gibt es aktuelle Entwicklungen im Uhrenmarkt, die Sie besonders spannend finden?

Sehr spannend ist, dass in der heutigen digitalen Zeit die Schweizer Uhrenindustrie den grössten Wert auf mechanische Uhren legt. Das ist für uns als Konzessionär und für die Uhrmacher natürlich sehr wichtig.

Dann haben Sie mit der «Vintage Lounge» auch ein grosses Angebot an gebrauchten Zeitmessern. Wie gefragt sind diese?

Man muss zwischen gebrauchten Uhren und Vintage-Uhren unterscheiden. Gebraucht sind jene, die vielleicht nur eine kurze Zeit getragen wurden. Vintage-Uhren sind Klassiker, deren Geschichte oft viele Jahrzehnte zurückgeht. Wie bei Vintage Cars beträgt die Zeit 30 Jahre, um das Prädikat «Vintage» zu erlangen. Die Huber Vintage Lounge ist etwas Besonderes, zumal sie wie ein gemütliches Wohnzimmer eingerichtet ist – mit Accessoires aus früheren Zeiten. Zudem haben wir eine grosse Sammlung mit über 80 Uhrenklassikern, die wir unseren Gästen zum Verkauf anbieten. Auf Wunsch suchen wir auch gezielt nach Uhrenklassikern bestimmter Jahrgänge für Sie. Bei unserem Leiter der Vintage Lounge, Hansjörg Roshard, sind unsere Gäste in den besten Händen.

Wie gehen Sie mit der Herausforderung um, dass heute auch Luxusuhren online gekauft werden können?

Unsere Erfahrung zeigt, dass unsere Gäste sich vielleicht im Internet über Funktionen oder Komplikationen der Uhr informieren. Doch wenn es darum geht, die Uhr zu kaufen und anzuprobieren, gerade wenn es eine Luxusuhr ist, dann kommen sie zu uns ins Geschäft und geniessen unsere Beratung in der World of Watches. Das persönliche Erlebnis von «Touch and Feel» ist sehr wichtig für unsere Gäste.

Zum Schluss: Welche Uhr tragen Sie aktuell selbst?

Ich trage eine Hamilton Khaki Aviation Pilot Pioneer Chrono 41 mm – eine tolle Alltagsuhr!

Text: Stephan Ziegler
Bild: Marlies Beeler-Thurnheer



Effiziente Instandhaltung dank netech

Für die produzierende Industrie ist es zentral, dass Maschinen einwandfrei funktionieren. Die Firma netech ist der Spezialist für industrielle Instandhaltung in der Ostschweiz und der Region Zürich. Die Experten von netech bieten Unterstützung bei allen elektrischen und mechanischen Arbeiten – von der jährlichen Revision bis zum umfassenden Instandhaltungsmanagement. Eine effiziente Instandhaltung senkt langfristig die Kosten und sorgt für eine hohe Produktivität. So trägt netech wesentlich zum Erfolg ihrer Kundschaft bei. Dazu gehören KMU genauso wie grosse Unternehmen, für die netech Gesamtkonzepte oder hybride Lösungen entwickelt.

Jede Minute, die eine Maschine stillsteht, verursacht Kosten. Umso wichtiger ist es darum, Produktionsanlagen regelmässig zu warten und in Schuss zu halten. «Eine vorausschauende Instandhaltung verhindert Ausfälle, erhöht die Sicherheit und gewährleistet laufende Prozesse», so Thomas Walt, Geschäftsführer von netech. Er weiss, wovon er spricht: Seit seinen Berufsanfängen ist der gelernte Polymechaniker in der Instandhaltung tätig. Vor sieben Jahren hat Thomas Walt nach einem Master in Business Administration die Geschäftsführung von netech übernommen. Das Unternehmen ist seit bald 30 Jahren im Betriebsunterhalt tätig und hat sich als

Profi in der Instandhaltung etabliert. Unter der Führung von Thomas Walt wurde das innovative Angebot kontinuierlich weiterentwickelt. Sein Ansatz: industrielle Betriebe mit einem professionellen Instandhaltungsservice entlasten und den Werterhalt verbessern. «Eine hohe Produktivität ist essenziell für die Wettbewerbsfähigkeit der Industrie», davon ist Thomas Walt überzeugt. In seinem Arbeitsalltag hat er immer wieder erlebt, welche Schäden unsachgemässe oder ausbleibende Revisionen anrichten können. Darum möchte er mit den Dienstleistungen seines Unternehmens sicherstellen, dass Produktionsanlagen zuverlässig funktionieren.

Vielfältige Einsatzgebiete, breites Angebot

Die Fachleute von netech packen überall dort an, wo Maschinen in Betrieb sind: beispielsweise in der Verpackungsindustrie, der Metallverarbeitung oder der Logistik, aber auch in der Lebensmittelbranche oder in chemischen Werken. Die Einsatzgebiete sind so vielfältig wie die Dienstleistungen, die netech anbietet. Sämtliche Aspekte der Instandhaltung werden abgedeckt. Ob langfristiges Instandhaltungsmanagement oder Störungsbehebung im Notfall – das Ausmass der Zusammenarbeit bestimmt die Kundschaft. Je nach Bedürfnis des Betriebs sind verschiedene Geschäftsmodelle möglich, vom sporadischen Einsatz auf Abruf bis zum kompletten Outsourcing der Instandhaltung. netech verfügt auch über die Bewilligung für Elektroinstallationen und realisiert somit starke Gesamtlösungen.

Massgeschneiderte Konzepte erhöhen die Verfügbarkeit

Bei grösseren Partnerschaften übernehmen die Experten von netech die volle Verantwortung für die technische Infrastruktur und führen sämtliche Arbeiten in der Instandhaltung aus. Dabei entwickelt netech die Grundlagen für eine professionelle und effiziente Betreuung der Anlagen über den gesamten Lebenszyklus hinweg und stellt den Betrieben eine Software zur Verfügung, in der sämtliche Daten aus der Instandhaltung transparent zugänglich sind. Eine Analyse ermittelt zunächst die Schwachstellen der Objekte oder der Organisation. Auf dieser Basis schafft netech mit dem Partner die nötigen Massnahmen, um die Produktivität zu gewährleisten. Dafür arbeiten die Fachleute von netech intensiv mit den Verantwortlichen vor Ort zusammen und sind dem Partnerbetrieb fix zugeteilt. Entgegen den Erwartungen wirkt sich das vollumfängliche Instandhaltungsmanagement von netech meist positiv auf die Kosten aus. Durch bessere Verfügbarkeit der Maschinen und weniger Ausfälle gelingt es, die Gesamtkosten zu reduzieren. Daraus ergibt sich ein ideales Kosten-Nutzen-Verhältnis.

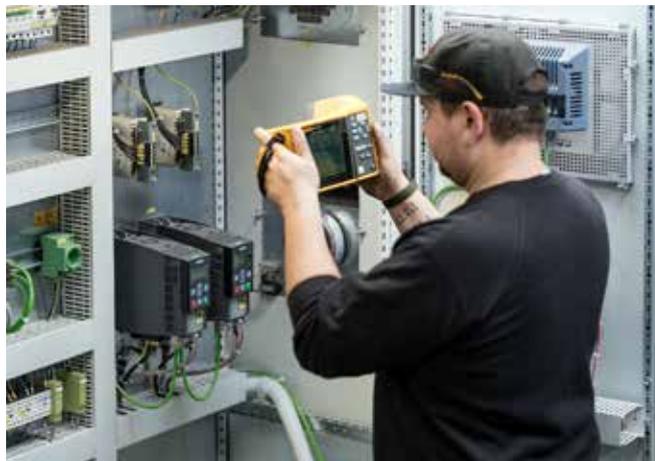
Sachgemässe Revisionen verlängern die Lebensdauer

Für einen störungsfreien 24/7-Betrieb von Anlagen sind regelmässige Wartungen und Revisionen zwingend notwendig. Ob Temperiergeräte, Ventilinseln, Getriebemotoren oder ganze Produktionsanlagen – die erfahrenen Fachexperten von netech revidieren sowohl einzelne Komponenten als auch komplexe Maschinen. Bei Grossrevisionen wird zunächst der Zustand der Betriebsmittel aufgenommen, im Anschluss ermöglicht ein massgeschneidertes Servicekonzept den reibungslosen Ablauf der Wartung – von der Planungsarbeit über die professionelle Umsetzung bis zum Revisionsbericht. Die einzelnen Teilschritte werden dabei sauber dokumentiert und transparent abgelegt, sodass die Vorgänge für die Zukunft nachvollziehbar bleiben. So steigert netech die Anlagenqualität und schützt die geleisteten Investitionen.

netech springt ein bei Personalschwankungen

Dank diesem umfassenden Angebot leistet netech in den unterschiedlichsten Branchen wertvolle Dienste: netech ist der Partner für Unternehmen, die über kein eigenes Unterhaltsteam verfügen oder unter Personalengpässen leiden. Der Fachkräftemangel macht sich in der Instandhaltung deutlich bemerkbar und innovative Lösungen drängen sich auf. Viele KMU verlassen sich auf Mitarbeitende, die sich über Jahre das notwendige Know-how für die Produktionsmaschinen angeeignet haben. Fällt dieses Wissen weg, kommt es im

schlimmsten Fall zu Produktionsstops oder kostenintensiven Reparaturen. Darum ist es entscheidend, das Know-how transparent zu sichern und die Instandhaltung sauber und professionell zu führen – genau dafür steht netech.



Engagiert für eine reibungslos laufende Produktion

Geschäftsführer Thomas Walt liegt es am Herzen, die industrielle Instandhaltung in die Zukunft zu führen. Dabei ist ihm die technische Weiterentwicklung genauso wichtig wie die Förderung des beruflichen Nachwuchses. Als Lehrgangsführer und Dozent für Instandhaltungsfachleute engagiert er sich intensiv in der Ausbildung neuer Fachkräfte. Im Schweizerischen Verband für Facility Management und Maintenance fmpo setzt sich Thomas Walt zudem für den Austausch und den Wissenstransfer innerhalb der Branche ein. Instandhaltung bedeutet für ihn mehr als nur Maschinen am Laufen zu halten: «Die produzierende Industrie ist das Rückgrat der Schweizer Wirtschaft. Es macht mich stolz, dass ich dazu mit meinen Mitarbeitenden einen Beitrag leisten darf.»



Geschäftsführer
Thomas Walt

netech
INDUSTRIELLE INSTANDHALTUNG

netech Neeser Technik AG
Aspstrasse 8
CH-8472 Seuzach
+41 52 269 15 15
info@netech.ch

KMU und Macht(losigkeit) – mit natürlicher Intelligenz zum Erfolg

Schweizer KMU-Tag St. Gallen
25. Oktober 2024

Online-Anmeldung unter
kmu-tag.ch



Veranstalter

alea iacta-



Universität St. Gallen
Schweizerisches Institut für KMU
und Unternehmertum

Hauptsponsoren

ABACUS

helvetia

OBT

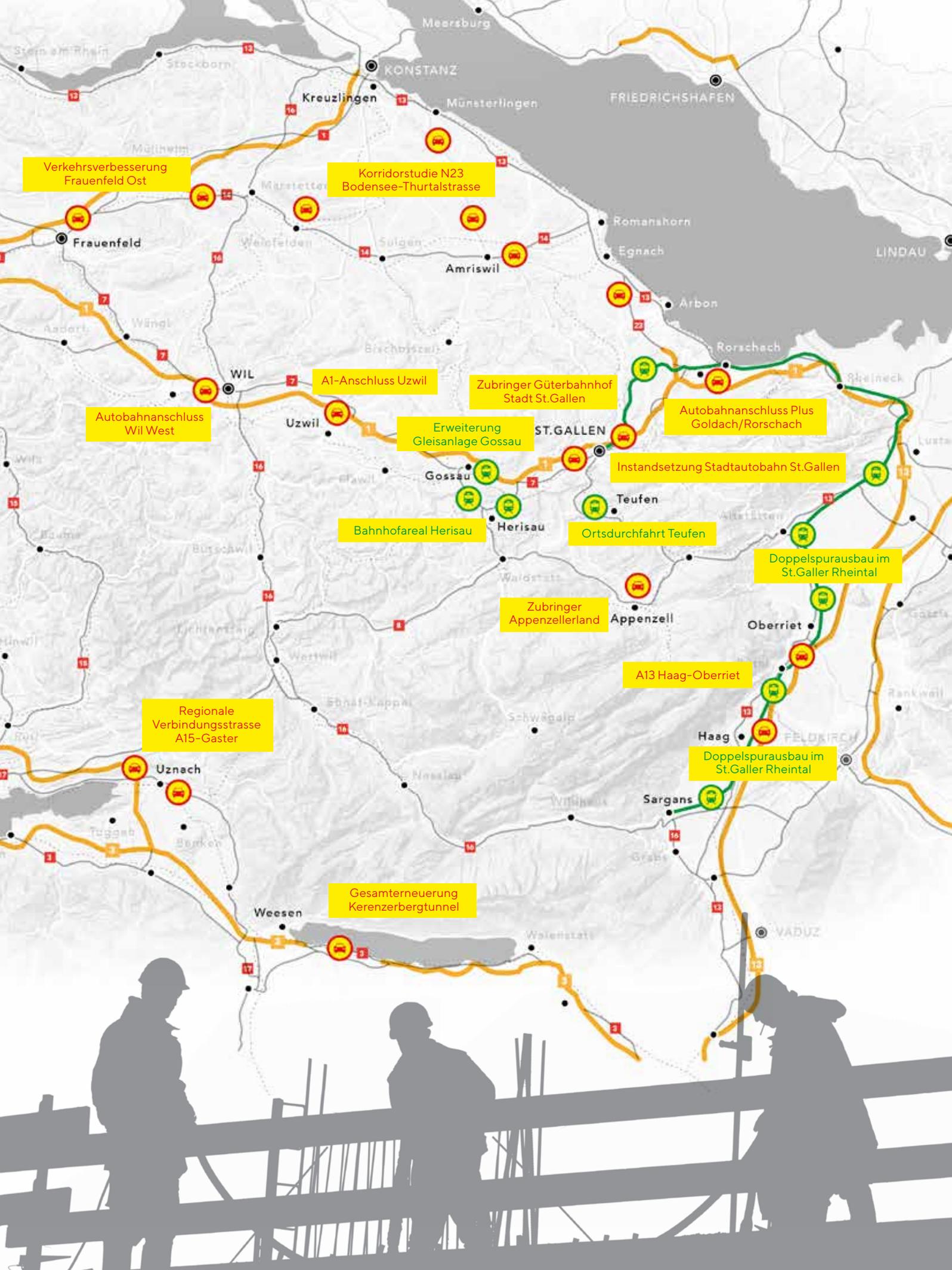
RAIFFEISEN

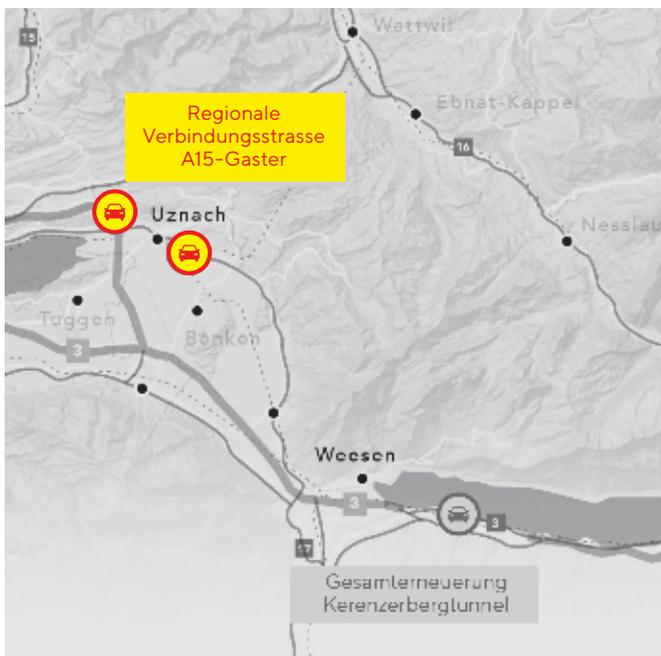
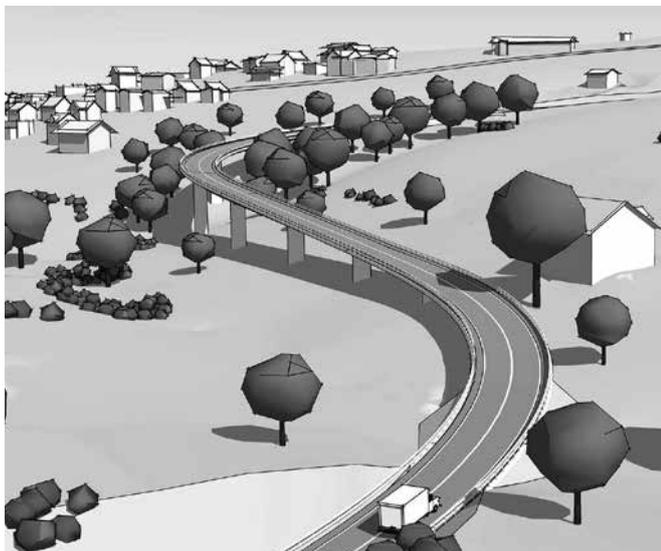
swisscom

A large-scale construction project is shown in a dark, industrial setting. The scene is dominated by a complex network of black metal scaffolding that fills most of the frame. In the lower foreground, the silhouettes of three construction workers wearing hard hats are visible. They appear to be working on a horizontal structure, possibly a concrete beam or a rebar. The background is a large, curved, metallic surface, likely the interior of a tunnel or a large industrial structure, with some light reflecting off its surface. The overall atmosphere is one of intense industrial activity.

ASTRA und SBB investieren Milliarden

Auch 2024 wird an Ostschweizer Strassen und Schienen fleissig gebaut und noch fleissiger geplant. Der LEADER-Fokus Mobilität zeigt die wichtigsten Projekte in St.Gallen, Appenzell Ausserrhoden, Appenzell Innerrhoden und im Thurgau.





● Regionale Verbindungsstrasse A15-Gaster

Über 16'000 Fahrzeuge durchqueren täglich das Städtchen Uznach. Das hohe Verkehrsaufkommen überlastet die Strassen – mit Folgen für die ganze Region. Zur Lösung des Problems hat das Tiefbauamt des Kantons St.Gallen die regionale Verbindungsstrasse A15-Gaster geplant, welche die Ortsdurchfahrt entlasten, mehr Lebensqualität im Siedlungsgebiet bieten, die Verkehrssicherheit erhöhen, stabilere ÖV-Verbindungen ermöglichen sowie eine bessere Erreichbarkeit der Autobahn bieten soll.

Die regionale Verbindungsstrasse A15-Gaster führt auf einer sechs Kilometer langen Strecke um das Siedlungsgebiet von Uznach herum. Zwischen dem Knoten Rosengarten in Schmerikon und der Rickenstrasse in Gommiswald sind mehrere Anschlüsse geplant. Dazu zählt auch eine Direktverbindung ab der A15 ins Industriegebiet von Schmerikon, womit die Schmerkner Ortsdurchfahrt entlastet wird. Ebenso wird das Entwicklungsgebiet Uznach West direkt erschlossen. Die Projektierungs- und Baukosten belaufen sich gemäss Prognose auf 406 Millionen Franken; den grössten Teil bezahlt der Kanton St.Gallen mit Geld aus dem kantonalen Strassenfonds.

Rentner – eine politische Macht

Vor ein paar Wochen erschien die «Swiss Election Study» (Selects) zu den National- und Ständeratswahlen. Eine Analyse, die seit 1995 das Verhalten der Schweizer Bürger bei den eidgenössischen Wahlen erläutert. Einzelne Zahlen überraschen.



Es sei daran erinnert, dass die Wahlbeteiligung 2023 im Vergleich zum Wahljahr 2019 mit 46.7 Prozent um 1.5 Prozentpunkte höher ausfiel. Wie üblich absentierte sich aber mehr als die Hälfte aller Stimmberechtigten. Gefragt, warum sie an den Wahlen nicht teilnehmen wollten, antworteten 30 Prozent, dass sie an der Politik grundsätzlich kein Interesse hätten, 31 Prozent kannten die von den Parteien vorgeschlagenen Personen nicht und 21 Prozent meinten, Wahlen seien «zu kompliziert».

Absentismus statt Teilnahme

Schade, eine Demokratie lebt von der Teilnahme, der gemeinsamen Gestaltung der Zukunft sowie der Wahl und Abwahl von Parteien und Personen. Auch wenn wir über Sachgeschäfte mehrmals im Jahr an der Urne mitentscheiden können, spielen unsere 246 «Berner Akteure» und unsere Parteien dennoch eine wichtige Rolle. Sie setzen den gesetzlichen Rahmen für unseren Alltag und entscheiden über die staatliche Einflussnahme auf unser Leben.

Regieren die Rentner?

Interessant ist, wer an den Wahlen teilnahm. Mit 60 Prozent lag die Wahlbeteiligung bei der Altersklasse 64plus mit Abstand am grössten. Diese Zahl überrascht. Sie signalisiert, dass in unserem Land die Rentner das Sagen haben. Die Annahme der Volksinitiative für eine 13. AHV-Rente ist somit mehr als erklärbar.

JA zur BVG-Reform

Für die Abstimmung vom 22. September zur BVG-Reform stellt sich die Frage, welche Auswirkungen diese auf die Altersklasse «64plus» hätte. Keine! Ihre Rentenzahlungen aus der zweiten Säule sind gesichert. Bei der Reform geht es viel mehr um die Sicherheit zukünftiger Renten, um Personen mit niedrigem Einkommen oder mit mehreren Anstellungen, um Teilzeitbeschäftigte und, aufgrund ihrer Lebensläufe, vor allem auch um Frauen. Eine Annahme der Vorlage sei empfohlen.

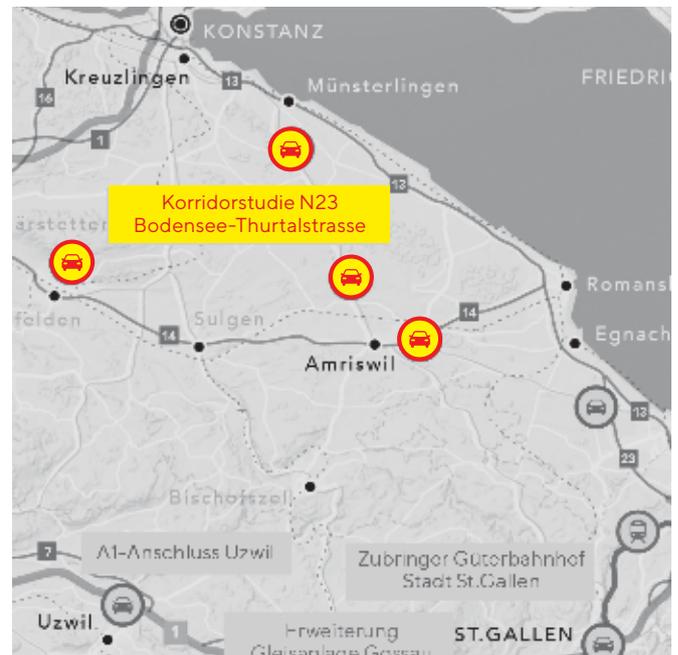
Dr. rer. publ. HSG Sven Bradke
Wirtschafts- und Kommunikationsberater,
Geschäftsführer Mediapolis AG in St.Gallen



● Instandsetzung Stadtautobahn St.Gallen

Die A1 ist die wichtigste Verkehrsachse in der Stadt und der Region St.Gallen. Nach einer Betriebszeit von über 30 Jahren saniert das Bundesamt für Strassen ASTRA den Abschnitt zwischen Winkeln und Neudorf inklusive der Anschlüsse Kreuzbleiche und St.Fiden.

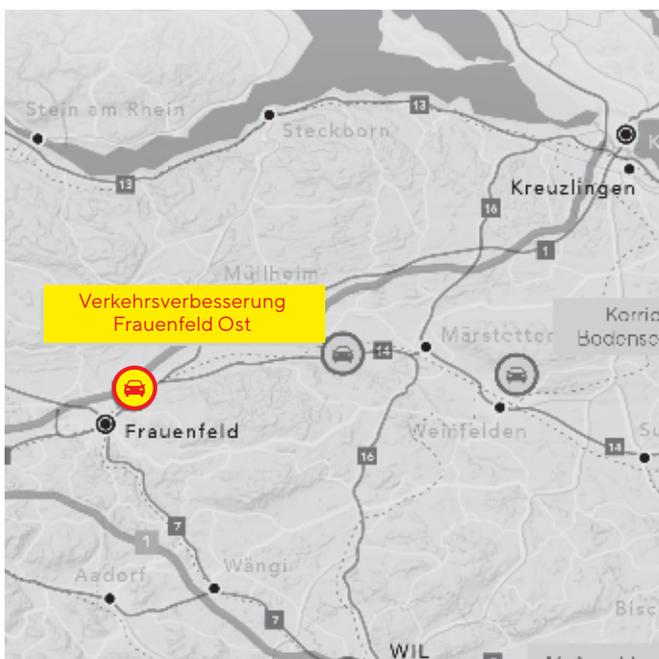
Die Bauarbeiten umfassen Instandsetzungen an der Stadtautobahn, deren Anlagen und Bauteile sowie Anpassungen bezüglich Sicherheit und Umweltschutz. Es werden keine zusätzlichen Verkehrsflächen gebaut und die Leistungsfähigkeit der Strecke nicht erhöht. Der Projektabschluss findet voraussichtlich 2027 statt. Die für das Projekt veranschlagten Gesamtkosten betragen rund 550 Millionen Franken.



● Korridorstudie N23 Bodensee-Thurthalstrasse

Der Bundesrat anerkennt den Handlungsbedarf auf der Nationalstrasse N23 und überprüft sie mit einer Korridorstudie im Rahmen des STEP Nationalstrassen. Mit der Studie sollen die Probleme zwischen Arbon und Bonau vertieft analysiert und mögliche Lösungsansätze dem kantonalen Projekt «Bodensee-Thurthalstrasse» (BTS) gegenübergestellt werden.

Die bisherige Planung sah vor, dass mit einer ersten Etappe der BTS von Arbon nach Amriswil auch die kantonale Oberlandstrasse (OLS) von Amriswil nach Kreuzlingen realisiert wird, die Kreuzlingen und die Gemeinden am Bodensee entlastet. Je nach Ergebnis der Korridorstudie müssen dieses Vorgehen überprüft und andere Lösungen für die Entlastung der Stadt Kreuzlingen und der benachbarten Gemeinden gefunden werden.



● **Verkehrsverbesserung Frauenfeld Ost**

Der Osten von Frauenfeld ist stark vom Verkehr belastet. Die wichtigste Einfallsachse ist die Zürcherstrasse Ost – eine der meistbefahrenen Hauptverkehrsstrassen im Thurgau. Der durchschnittliche tägliche Verkehr beträgt hier rund 18'000 Fahrzeuge. Wegen überlasteter Knoten sind in Spitzenstunden Rückstaus ins Stadtzentrum und zum Autobahnanschluss Frauenfeld Ost an der Tagesordnung. Baulich ist die Zürcherstrasse bald am Ende ihres Lebenszyklus angelangt. Eine Sanierung ist zwingend.

Um die Verkehrssituation im Osten von Frauenfeld gesamthaft zu verbessern, plant der Kanton Thurgau deshalb eine Sanierung und Aufwertung der Zürcherstrasse inklusive Massnahmen für den öffentlichen Verkehr, für Fussgänger und Velofahrer. Das 16-Millionen-Projekt soll zwischen 2025 und 2028 realisiert werden.



● **Autobahnanschluss Plus, Goldach/Rorschach**

Die Stimmberechtigten der Stadt Rorschach und der Gemeinde Goldach gaben schon 2019 mit ihrem Entscheid zur Kostenbeteiligung der Gemeinden an der «Kantonsstrasse zum See» grünes Licht für die Weiterbearbeitung des Gesamtprojektes «Autobahnanschluss Plus». Seither laufen die Planungsarbeiten der verschiedenen Teilprojekte im Hintergrund.

Nach der Zustimmung des Bundesrats zum A1-Autobahnanschluss Witen kann auch das kantonale Projekt «Kantonsstrasse zum See» weiter vorangetrieben werden. Das Tiefbauamt des Kantons St.Gallen erarbeitet in enger Abstimmung mit der Region das entsprechende Genehmigungsprojekt. Die entsprechende Botschaft wird anschliessend von der Regierung beraten und verabschiedet. Schliesslich erfolgt die Behandlung im Kantonsrat. Es ist vorgesehen, das Bundesprojekt A1-Autobahnanschluss Witen und das kantonale Projekt «Kantonsstrasse zum See» im Jahr 2025 koordiniert zur Auflage zu bringen.

PORSCHE



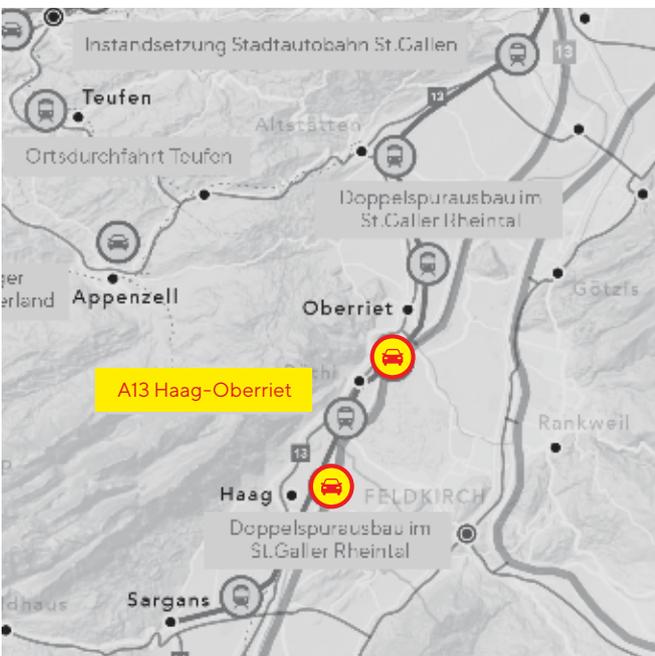
CHANGE YOUR LOOK, NOT YOUR STYLE.

Keep your essence. The new all-electric Macan.

Jetzt bei uns bestellbar.

Porsche Zentrum St.Gallen
City Sportscar St.Gallen AG
Zürcher Strasse 511
9015 St.Gallen
Tel. 071 244 54 40
porsche-stgallen.ch

Macan: Stromverbrauch kombiniert in kWh/100 km: 19.8 – 17.0 (WLTP), Reichweite kombiniert in km: 536–641 (WLTP); CO₂-Emissionen kombiniert in g/km: 0; Effizienzklasse (WLTP): B



● **A13 Haag-Oberriet**

Der Abschnitt der A13 zwischen Haag und Oberriet wurde 1967 als zweispurige Autostrasse (mit Gegenverkehr) in Betrieb genommen. Bis Ende der 1980-Jahre wurde die Strecke abschnittsweise saniert und erweitert. 1991 war die A13 zwischen Haag und Oberriet durchgängig als vierspurige Autobahn ausgebaut. Seither wurden keine umfangreichen Erhaltungsmassnahmen mehr vorgenommen.

Aufgrund des fortgeschrittenen Alters der Anlage – einige Bauteile weisen eine Betriebsdauer von über 40 Jahren auf – wird der Abschnitt saniert. Das Projekt soll einen sicheren Betrieb des Abschnitts für die kommenden 15 Jahre gewährleisten. Die Hauptarbeiten für das Instandsetzungsprojekt A13 Haag – Oberriet sollen in den Jahren 2025 bis 2027 stattfinden; gemäss Planung wird das Projekt 2028 abgeschlossen. Die Gesamtkosten werden auf rund 153 Millionen Franken geschätzt.

● **Zubringer Güterbahnhof Stadt St.Gallen**

Mit dem «Zubringer Güterbahnhof» soll eine zusätzliche Strassenverbindung zwischen der Autobahn und dem Güterbahnhofareal geschaffen werden, um das städtische Verkehrsnetz zu entlasten. Das ASTRA, die Kantone St.Gallen und Appenzell Ausserrhoden, die Stadt St.Gallen und die Gemeinde Teufen haben sich auf eine Bestvariante für die Umsetzung des Zubringers Güterbahnhof geeinigt. Der Zubringer Güterbahnhof setzt sich aus dem Tunnel Feldli, einem unterirdischen Kreisell, dem Tunnel Liebegg und den Anschlüssen an die Stadt zusammen.

Der Bund trägt mit mehr als einer Milliarde Franken für die dritte Röhre Rosenbergertunnel, den Tunnel Feldli und den unterirdischen Kreisell den grössten Teil der Kosten. Die Region finanziert die Anschlüsse an die Stadt und den Tunnel Liebegg. Mit einem Betrag von bis zu 200 Millionen Franken soll die Region eine wirksame Lösung für die heutigen und künftigen Verkehrsprobleme erhalten.




 Mercedes-Benz
The space is yours.
Der neue vollelektrische EQV. Kompromissloser Komfort,
 hochwertiges Design, intuitives Infotainment und eine
 Grossraumlimousine, die perfekt zu Ihnen passt.

LARAG AG
 Toggenburgerstrasse 104, 9501 Wil, info@larag.com



LBX



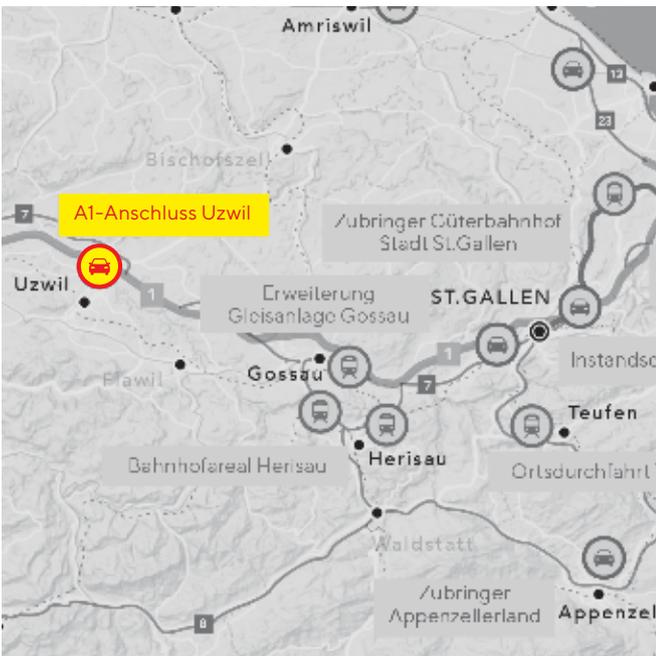
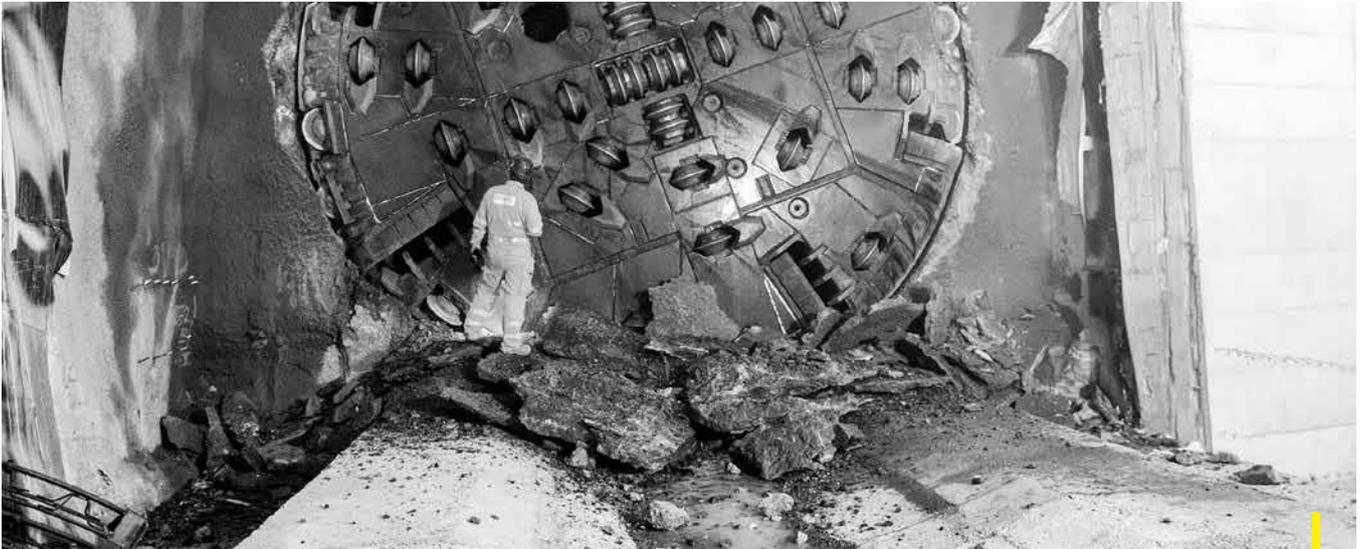
HYBRID. 4x4. 10 JAHRE GARANTIE.

AB CHF 35 900.-
JETZT PROBE FAHREN.



Emil Frey St. Gallen
emilfrey.ch/stgallen – 071 228 64 64

Lexus LBX Impression Hybrid FWD ab CHF 35 900.-, 136 PS (100kW), Ø Verbrauch 4.5l/100 km, Ø CO2-Emissionen 102g/km, Energie-Eff. B. Abgebildetes Modell: Lexus LBX Elegant Hybrid AWD, ab CHF 45 400.-, 136 PS (100kW), Ø Verbrauch 4.8l/100 km, Ø CO2-Emissionen 109g/km, Energie-Eff. B. Sämtliche Preisangaben verstehen sich als unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. Serviceaktivierte 10-Jahres Garantie und Assistance oder 185 000 km ab 1. Immatrikulation für alle Lexus Automobile (es gilt das zuerst Erreichte). Weitere Informationen finden Sie auf lexus.ch.



● **A1-Anschluss Uzwil**

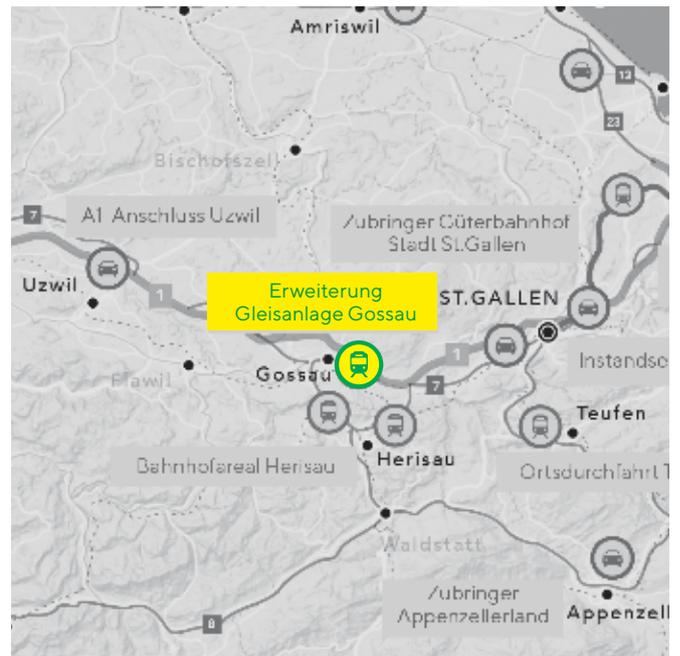
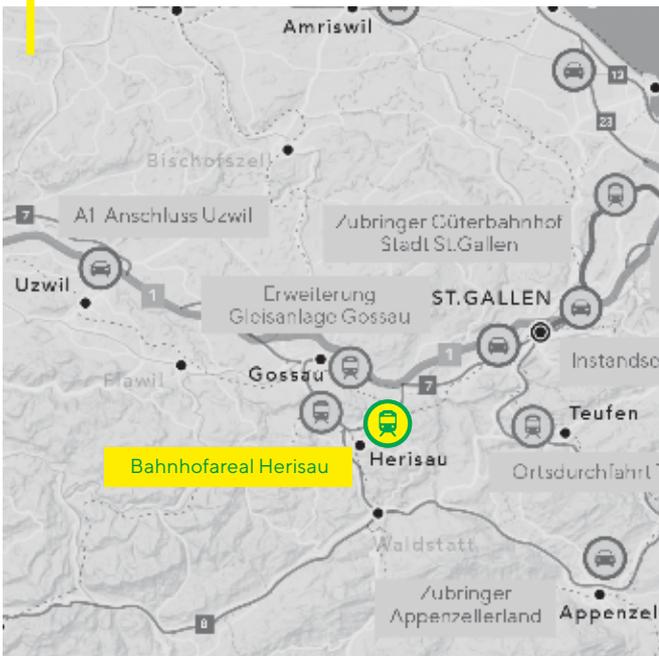
Über den Autobahnanschluss Uzwil sind die Stadt Uzwil und die Gemeinde Oberbüren an die A1 angeschlossen. Der Autobahnabschnitt A1/52, der Autobahnanschluss und die Westumfahrung wurden 1960 erbaut. Seither stieg die Verkehrsmenge in der Region stark an, weshalb die Knoten zur A1 besonders zu Spitzenzeiten an die Grenze ihrer Leistungsfähigkeit gelangen. Jetzt werden die Knoten umgestaltet und mit Lichtsignalanlagen ausgestattet. Mit diesen Massnahmen kann der Unfallschwerpunkt eliminiert und der Verkehrsfluss langfristig stabilisiert werden. Die geplanten Massnahmen an allen vier Knoten im Betrachtungsperimeter sind aufeinander abgestimmt.

Im Zuge der Umgestaltung werden die Beläge, die Entwässerung und die Brücke über die Glatt instand gesetzt. Für den Langsamverkehr gibt es weiterhin zwei Radstreifen und neu ein durchgehendes Trottoir vom Knoten Augarten bis zum Kreise Sonnental. Ebenfalls wird ein lärmarmes Deckbelag eingebaut. Die Gesamtkosten belaufen sich auf etwa zehn Millionen Franken.

● **Gesamterneuerung Kerenzerbergtunnel**

Der Kerenzerbergtunnel ist Teil der Nationalstrasse A3 und befindet sich auf dem Kantonsgebiet Glarus zwischen den Anschlüssen Weesen SG und Murg SG. Der Strassentunnel nimmt nicht nur aus regionaler Sicht eine wichtige Funktion für den Pendler- und Freizeitverkehr ein, sondern ist auch aus überregionaler Sicht als Teil der Ausweichstrecke zwischen Gotthard- und San-Bernadino-Route von grosser Bedeutung.

Im Jahr 1986 wurde der rund 5700 Meter lange Kerenzerbergtunnel für den Verkehr freigegeben. Seither sind keine grösseren Instandsetzungen erfolgt. Um den fünfzlängsten Strassentunnel der Schweiz den heute gültigen Richtlinien und Normen anzupassen, wird eine umfangreiche Instandsetzung durchgeführt und der Tunnel sicherheitstechnisch aufgerüstet. Eine Hauptmassnahme ist dabei der Neubau eines Sicherheitsstollens, der im Ereignisfall als Fluchtweg aus dem Tunnel dient. Bis 2028 soll die umfassende Gesamterneuerung der Tunnelanlage abgeschlossen sein.



● Bahnhofareal Herisau

Am 31. Mai 2024 erfolgte beim Bahnhof Herisau der symbolische Auftakt zur Realisierung des Gemeindeprojekts Bahnhofplatz mit Bushof. Das Bahnhofareal in Herisau ist das wichtigste Entwicklungsgebiet des Kantons Appenzell Ausserrhoden. Vor rund zehn Jahren starteten unter Federführung der Gemeinde Herisau die Planungen zur gesamtheitlichen Entwicklung des Areals.

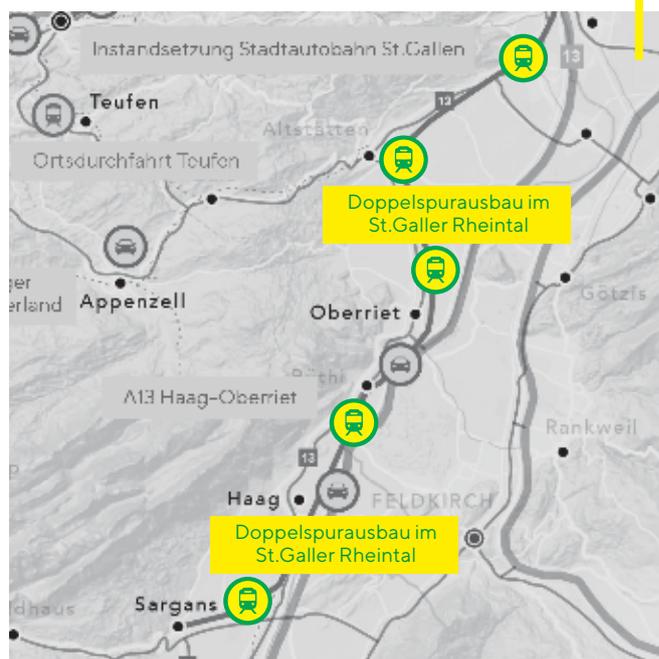
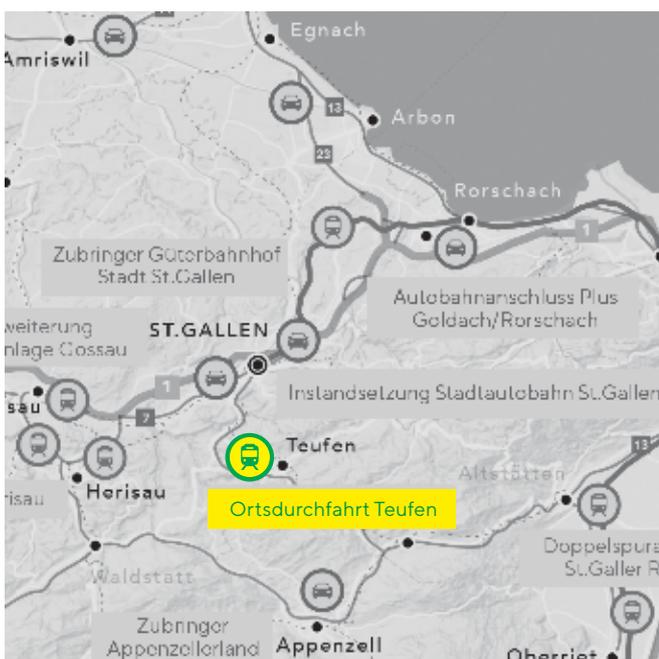
Am Bahnhof Herisau kreuzen vier Kantonstrassen auf zwei Ebenen in zwei unmittelbar benachbarten Knoten. Beide Kreuzungen sind verkehrlich ungenügend und baulich sanierungsbedürftig. Der Kanton hat ein Projekt für eine verkehrliche Neukonzeption ausgearbeitet, das beide Kreuzungen zu einem niveaugleichen Knoten in Kreiselform vereint und den gewünschten Raum schafft. Abgeschlossen wird das Gesamtprojekt voraussichtlich im Jahr 2029.

● Erweiterung Gleisanlage Gossau

Der für den Güterverkehr wichtige Logistikstandort Gossau stösst zunehmend an Kapazitätsgrenzen. Eine erweiterte Gleisanlage soll nun für Entlastung sorgen. Die Bauarbeiten starteten Anfang 2024; die erweiterte Gleisanlage wird Ende 2026 fertiggestellt. Der Baubeginn für das gleichzeitig geplante Erhaltungszentrum wurde um vier Jahre verschoben. Dieses sollte als neuer Stützpunkt für die Baudienste der SBB im Raum St. Gallen dienen. Das Projekt verschiebt sich jetzt um vier Jahre auf einen Baubeginn Anfang 2029. Grund dafür sind teuerungsbedingte Mehrkosten, die im Rahmen der Leistungsvereinbarung mit dem Bund für die Periode 2025–2028 nicht finanziert werden können.

Die Kosten für die erweiterten Gleisanlagen der SBB und Appenzeller Bahnen betragen rund 70 Millionen Franken und werden über die Leistungsvereinbarung zwischen dem Bund und der SBB finanziert. Die Anpassungen an den Anlagen der AB werden durch die Leistungsvereinbarung zwischen dem Bund und der AB finanziert.





● **Ortsdurchfahrt Teufen**

Die Ortsdurchfahrt Teufen soll erneuert werden. In Zukunft soll die Bahn tramähnlich auf je einer Schiene in Fahrbahnmitte durch den Dorfkern geführt werden. Der Ersatz des heutigen seitlichen Einspur-Trassees durch eine Doppelspur in Strassenlage erfüllt die Anforderungen an eine zeitgemässe und sichere Bahnanlage in urbanen und in dörflichen Räumen. Das entsprechende Projekt wurde von den Appenzeller Bahnen in einem mehrjährigen Prozess und in enger Zusammenarbeit mit dem kantonalen Tiefbauamt und der Gemeinde erarbeitet. Das Projekt liegt auflagerreif vor.

Am 15. Mai 2022 nahm die Stimmbürgerschaft von Teufen eine Tunnel-Initiative an. Damit wurde der Gemeinderat Teufen verpflichtet, ein Projekt für einen Bahntunnel auf dem gleichen Projektstand ausarbeiten zu lassen wie die Doppelspur. Am 25. September 2022 wurde der entsprechende Planungskredit von der Stimmbürgerschaft ebenfalls angenommen. Diese Planungsarbeiten werden rund vier Jahre in Anspruch nehmen. Erst dann kann über das weitere Vorgehen entschieden werden. Der Fokus liegt aktuell auf Machbarkeitsprüfungen.

● **Doppelspurausbau im St.Galler Rheintal**

Im Rahmen des Ausbauschnitts 2025 des Bundes sollen im Rheintal die Fernverkehrszüge zwischen St.Gallen und Sargans im Halbstundentakt verkehren. Dies erfordert zusätzliche Doppelspurabschnitte sowie weitere Bauarbeiten an der Bahninfrastruktur: Rückbau der ehemaligen Haltepunkte Weite-Wartau und Räfis-Burgerau, Anpassung der Perronanlagen in Sevelen, Doppelspurausbau zwischen Sevelen und Buchs (4 Kilometer), in Buchs Nord (0,9 Kilometer) sowie zwischen Oberriet und Oberriet Nord (2,8 Kilometer), Ausbau des Bahnhofs Rüthi zum Kreuzungsbahnhof, damit die S-Bahnen hier zukünftig kreuzen können, Anpassungen am Bahnhof Oberriet sowie Erneuerung der bestehenden Gleise entlang der Doppelspurausbauten, damit die Züge auch in Zukunft sicher und pünktlich verkehren können.

Die Arbeiten zwischen Buchs und Altstätten fanden in erster Linie während einer achtmonatigen Totsperrung der Bahnstrecke vom Februar bis Oktober 2023 statt; die Arbeiten zwischen Sargans und Buchs finden seither bis zum 25. Oktober 2024 primär während laufendem Zugbetrieb statt. Die Inbetriebnahme des Halbstundentaktes ist per Fahrplanwechsel im Dezember 2024 geplant. Die Kosten betragen rund 250 Millionen Franken und werden über den Ausbauschnitt 2025 des Bundes (STEP AS 2025) finanziert.



**Aufgebot zur MFK?
Wir haben Termine!**



Mitglieder profitieren!



Unsere Angebote in der TCS Sektion St. Gallen Appenzell. I. Rh.

Amtliche Prüfungen

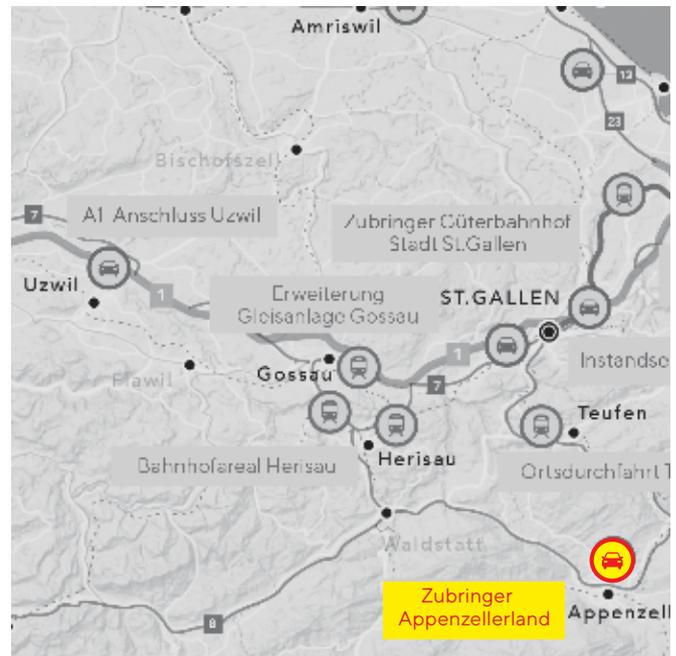
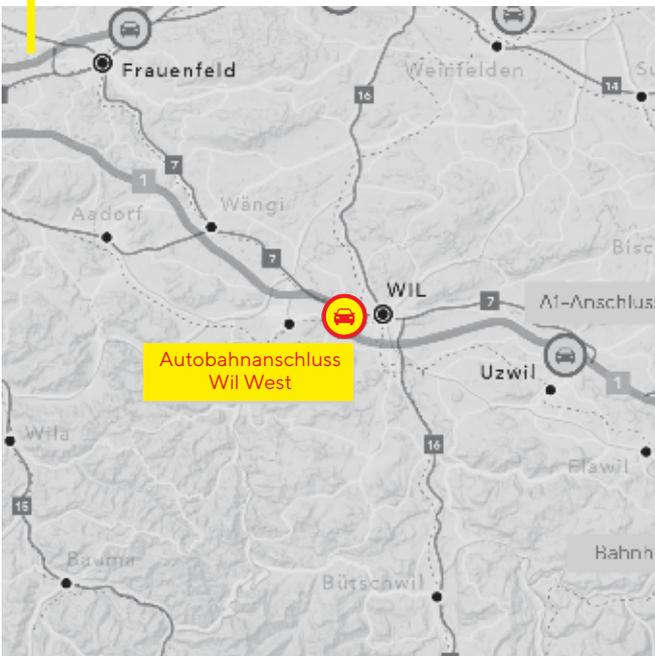
- Personenwagen
- Lieferwagen bis 3.5t
- Motorräder
- Technische Änderungen
- Abnahme von Veteranenfahrzeugen
- Nachkontrollen der amtlichen Prüfungen

Weitere Dienstleistungen

- Autoverkauf
- Autoversicherung
- Occasionstest
- Eurotaxauskunft
- Schadstoffplakette für DE & FR
- Tempo 100 Zulassung für Anhänger in DE

TCS Sektion St. Gallen - Appenzell I. Rh.
Zürcher Strasse 475
9015 St. Gallen
071 313 75 00
sektionsg@tcs.ch

TCS immer an meiner Seite
tcs-sgai.ch



● **Autobahnanschluss Wil West**

Das Gebiet im Westen von Wil soll zu einem attraktiven und nachhaltigen Wirtschaftsstandort ausgebaut werden. Bereits heute sind die Stadt Wil und die umliegenden Gemeinden von starkem Durchgangs-, Ziel- und Quellverkehr betroffen. Gemäss Prognosen wird das Verkehrsaufkommen in der Region Wil bis 2035 weiter zunehmen. Das ASTRA plant deshalb die Realisierung eines neuen Autobahnanschlusses, der die Verkehrssituation in der Region deutlich verbessert und die Standortentwicklung Wil West ermöglicht.

Aufgrund der begrenzten Platzverhältnisse ist ein Neubau des Anschlusses mit einem Grosskreisel über der Autobahn vorgesehen. Der Kreisel verbindet die Autobahn in beiden Fahrrichtungen mit dem Entwicklungsgebiet auf Münchwiler und Sirnacher Gemeindegebiet. Damit Platz für den Kreisel vorhanden ist, setzt der Anschluss Wil West eine Verschiebung der Gleise der Frauenfeld-Wil-Bahn voraus. Zudem werden bestehende Hochspannungs-Freileitungen in den Untergrund verlegt. Die Kosten für den neuen Autobahnanschluss betragen rund 37 Millionen Franken und werden durch das ASTRA getragen. Die Realisierung des Autobahnanschlusses erfolgt frühestens ab 2027.

● **Zubringer Appenzellerland**

Die Enttäuschung in der Region war gross, als vor rund zwei Jahren der Bund mitteilte, dass er den Zubringer Appenzellerland vorerst nicht realisieren werde. Dieser soll die beiden Appenzell mit einem neuen Autobahnanschluss in Gossau an die A1 anbinden. In Bern stellt man die Notwendigkeit des Projekts infrage: veraltet, zu teuer und zu wenig Nutzen. Der Bund gab damals an, dass er den Autobahnzubringer umfassend überprüfen werde.

Anfang 2023 kam es zu einer Kehrtwende: Der Autobahnzubringer hat es doch noch ins STEP Nationalstrassen 2024–2027 geschafft. Wann und ob das Projekt realisiert wird, bleibt aber weiterhin unklar; Zeitplan oder Budget gibt es nicht.

Text: Stephan Ziegler
Bilder: MetroComm, zVg, Pixabay



Gegenwart und Zukunft vereint: Die aktuelle Flotte mit den GTW-Zügen (links) wird ab 2026 bis etwa Mitte der 2030er Jahre schrittweise durch den Flirt Evo (rechts) ersetzt.

«Die Farbigkeit bleibt auch in den neuen Zügen»

Der Regionalbahn Thurbo stehen spannende Zeiten bevor: Ab 2026 erneuert sie schrittweise ihre gesamte Flotte. Doch auch die Gegenwart ist intensiv. Der Neubau der Instandhaltungsanlage, Naturereignisse und die Sicherung des Lokpersonal-Nachwuchses beschäftigen bei Thurbo. Unternehmensleiterin Claudia Bossert verrät im Interview, wie das alles aneinander vorbeigeht.

In gut anderthalb Jahren kommen die ersten Flirt Evo auf dem Thurbo Netz zum Einsatz. Inwiefern dominiert dieses Projekt schon heute die Agenda von Thurbo?

Die Flottenerneuerung beschäftigt uns vor allem in der Geschäftsleitung stark: 2020 haben SBB, RegionAlps und Thurbo gemeinsam die Beschaffung von 296 Zügen ausgeschrieben. Ende 2021 erfolgte nach einem intensiven Auswahlverfahren die Vergabe und im Frühling 2022 haben wir die Verträge unterzeichnet. Danach wurden die Detailkonzepte erstellt, bevor diesen Sommer bereits der erste der insgesamt 107 Thurbo Fahrzeuge in Bussnang fertig zusammengebaut werden konnte. Mit den ersten zehn Zügen müssen in den kommenden Monaten intensive Testfahrten durchgeführt werden, bevor der Prozess für die Zulassung der Fahrzeuge beginnt. Da unsere Züge auch in Deutschland und Österreich unterwegs sind, müssen sie nicht nur in der Schweiz, sondern auch in der EU zugelassen werden.

Auf welchen Linien fahren die neuen Züge als erstes?

Wir haben wegen des unterschiedlichen Kapazitätsbedarfs auf den einzelnen Linien zwei Zugarten bestellt: Die «Langen» sind zirka 75 Meter und die «Kurzen» zirka 60 Meter lang. Da zuerst acht lange Fahrzeuge produziert werden, kommen voraussichtlich die Reisenden auf der Linie S26 Winterthur-Rüti ZH als erstes in den Genuss der neuen Thurbo Züge.

Welche Neuerungen ergeben sich durch die neuen Fahrzeuge für die Kunden?

Die neue Viererbestuhlung bietet gegenüber den heutigen Fahrzeugen mehr Komfort. Die Flirt Evo haben grosse Multifunktionszonen für Velos, Kinderwagen und Gepäck. Die 1. Klasse ist neu in der Mitte des Fahrzeugs angeordnet und jeder Zug verfügt über eine behindertengerechte Toilette sowie genügend Steckdosen in allen Bereichen. Etwas Bewährtes bleibt bestehen: Die farbigen Kopfpolster und Türen als Markenzeichen von Thurbo.

Thurbo ist bereits heute eine der grössten Arbeitgeberinnen im Kanton Thurgau. Bringen neue Züge automatisch mehr Mitarbeitende?

Nein, die neuen Züge ersetzen Schritt für Schritt die heutige Flotte. Die Anzahl Mitarbeitenden hängt davon ab, welches Angebot auf welchen Linien wir fahren. Im Regionalverkehr wird das Angebot von den Kantonen und dem Bund bestellt. Thurbo ist in sieben Kantonen unterwegs und erarbeitet mit diesen zusammen mögliche Angebotsentwicklungen, um sich verändernde Reisebedürfnisse frühzeitig zu erkennen.

Nebst neuen Zügen gibt es auch eine neue Instandhaltungsanlage in Weinfelden.

Unsere alte Werkhalle wurde bis auf die Gleise zurückgebaut. Diese wurden für die Instandhaltung der 75-Meter-Züge verlängert und darüber entsteht nun ein energetisch optimierter Holzbau mit grossflächiger Photovoltaikanlage. In der neuen Instandhaltungsanlage in Weinfelden werden einerseits alle 296 neuen Flirt Evo für den regulären Betrieb fitgemacht, bevor sie von Stadler Rail an die neuen Besitzer SBB, Region-Alps und Thurbo übergehen. Und andererseits erfolgt hier der laufende Unterhalt der neuen Züge von Thurbo.

«Als Lokführer:in bei Thurbo ist die Chance gross, nahe am Wohnort zu arbeiten und trotzdem viel herumzukommen.»

Bei diesen Grossprojekten könnten Sie wohl auf Erdbeben wie bei Mörschwil verzichten. Was für Auswirkungen hat ein solches Ereignis auf Ihren Betrieb?

Wir waren bereits im Februar bei Kehlhof von einem zweiwöchigen Streckenunterbruch wegen einem Hangrutsch betroffen. Die Sperrung zwischen St. Gallen St. Fiden und Mörschwil löste einen grossen Umplanungsaufwand aus. Bei Thurbo waren täglich 150 Züge von Anpassungen betroffen, 30 von 98 Fahrzeugumläufen mussten geändert, 70 von 189 Lokpersonal-Diensten sowie die Zugpersonal-Einsätze neu geplant und zugeteilt werden. Da haben die Planer:innen, Disponent:innen sowie das Lok- und Zugpersonal grossartige Arbeit geleistet.

Zu einem erfreulicheren Thema: Mit über 35 Millionen reisten 2023 so viele Fahrgäste wie noch nie mit Thurbo.

Die Corona-Baisse ist zum Glück vorbei. Die Leute reisen wieder und erfreulicherweise viel mit dem öffentlichen Verkehr. Auch wenn es wieder enger wird in den Zügen, sehnt sich wohl niemand mehr an die gähnende Leere der Corona-Zeit zurück. Wir sind stolz, dass wir so viele Fahrgäste jeden Tag pünktlich und sicher an ihr Ziel bringen dürfen.

Wie viele Bahnunternehmen spürt auch Thurbo den Fachkräftemangel. Was spricht dafür, bei Thurbo Lokführer:in zu werden?

Als Lokführer:in sind Sie ihr «eigener Chef». Hunderte von Reisenden vertrauen sich Ihnen an. Sie befahren die schönsten Strecken der Ostschweiz, in allen Jahreszeiten, bei jedem Wetter. Wir haben acht Lokpersonalstandorte und die Chance ist gross, dass Sie nahe an Ihrem Wohnort arbeiten können und trotzdem viel herumkommen.



Claudia Bossert ist seit 2019 die Unternehmensleiterin von Thurbo. Im vergangenen Jahr konnte sie sich mit über 35 Millionen Fahrgästen an einem neuen Rekord erfreuen.

Flirt Evo: Zahlen, Daten, Fakten

SBB, RegionAlps und Thurbo beschaffen gemeinsam 296 einstöckige Triebzüge für den Regionalverkehr. Thurbo erhält davon 107. Dies entspricht der grössten Fahrzeugbeschaffung in der Geschichte des Unternehmens mit einem Investitionsvolumen von rund 700 Millionen Franken.

Im Verlauf des Jahres 2026 sollen die ersten Fahrzeuge der neusten Generation Flirt Evo im Thurbo Gebiet zum Einsatz kommen. Später lösen sie die bestehende Flotte an Gelenktriebwagen (GTW) schrittweise ab.

Der Name setzt sich wie folgt zusammen: Flinker, leichter Intercity- und Regional-Triebzug (Flirt). Evo steht für Evolution.



Verfolgen Sie alle Meilensteine der zentralen Thurbo Projekte unter: thurbo.ch/projekte



«Wenn der Verkehr fliesst, profitieren alle»

Der Bundesrat will die Funktionsfähigkeit des Nationalstrassennetzes durch Investitionen in Betrieb, Unterhalt und punktuelle Erweiterungen über das Strategische Entwicklungsprogramm (STEP) erhalten. Bis 2030 sollen dazu schweizweit Bauprojekte im Umfang von 11,6 Milliarden Franken realisiert werden. Das Parlament hat im September 2023 den sechs vom Bundesrat vorgeschlagenen baureifen Projekten zugestimmt; darunter auch der dritten Röhre des Rosenbergtunnels in St.Gallen, inklusive der Spange Güterbahnhof. Dagegen ist von mehreren Verbänden das Referendum ergriffen worden; somit stimmt das Volk am 24. November 2024 über das STEP ab. Marcel Aebischer, Präsident der TCS-Sektion St.Gallen-Appenzell Innerrhoden, skizziert, warum die Engpassbeseitigung St.Gallen für die Gallusstadt und die ganze Region wichtig ist.

Marcel Aebischer, können Sie uns einen Überblick über die wichtigsten Punkte der STEP-Abstimmung im November 2024 geben?

Die Nationalstrassen sind überlastet. Die Mobilität kommt zum Erliegen; der Verkehr weicht in die Dörfer und die Agglomeration aus. Mit der Abstimmung entscheidet das Volk, ob Engpässe, Staus und Ausweichverkehr auf unseren Autobahnen abgebaut werden oder nicht. Insgesamt sechs Projekte – zwei am Genfersee, zwei in der Region Bern, je eines in Basel und in Schaffhausen sowie die Engpassbeseitigung in St.Gallen – sollen diese notorischen Flaschenhälse beseitigen und den Verkehrsfluss normalisieren.

Die «Engpassbeseitigung St.Gallen» besteht aus drei Teilprojekten, oder?

Genau: der Sanierung der Stadtautobahn, dem Bau der dritten Röhre im Rosenberg und dem Zubringertunnel in Richtung Güterbahnhof. Die drei Projekte sind eng aufeinander abgestimmt; einzeln sind sie nicht zu haben. Den «Füfer und s'Weggli» gibt es leider nicht. Es muss klar gesagt sein: Eine Entlastung der Strassen in der Stadt St.Gallen gibt es nur, wenn die Abstimmung im November angenommen wird.

Welche Vorteile sehen Sie denn für die Verkehrssituation in der Gallusstadt, wenn die STEP-Initiative angenommen wird?

Staus auf Schweizer Strassen verursachen Kosten von über drei Milliarden Franken. Der wirtschaftliche Schaden ist auch für die Ostschweiz enorm. Wenn der Verkehr bei uns fliesst, profitieren alle: Die ÖV-Busse erreichen ihr Ziel pünktlich, Ambulanz und Feuerwehr ebenso, Velofahrer und Fussgänger sind sicherer unterwegs. Der Hauptverkehr verschwindet im Boden; die Lebensqualität in den Quartieren steigt.

Es gibt aber wohl keine Entwicklung ohne Nachteile ...

Das ist so. Es wäre schön, könnte der Tunnel schneller eröffnet werden. Auch die Kosten für den Bund sind hoch. Allerdings wird der Ausbau durch Geld finanziert, das für genau diesen Zweck vorgesehen ist: die Mineralölsteuern. Dieser Fond

wurde für den Unterhalt der Strassen erstellt und geöffnet. Das Generationenprojekt ist also nicht auf Steuergelder angewiesen, sondern wird von den Autofahrern selbst finanziert.

Wie wird der TCS St.Gallen-Appenzell Innerrhoden seine Mitglieder für die STEP-Abstimmung mobilisieren?

Wir haben an den Hauptversammlungen der Regionalgruppen, an der Delegiertenversammlung und auch in unserem Magazin wiederholt darüber informiert. Ausserdem engagiert sich der TCS bis zum Schluss an vorderster Front im Abstimmungskomitee.

Und wie den Rest der Bevölkerung? – Schliesslich gibt es aus links-grünen Kreisen heftigen Widerstand gegen die Engpassbeseitigung.

Mit über 63 Prozent stimmte die Bevölkerung der Stadt St.Gallen 2016 der Projektierung für den Zubringer am Güterbahnhof zu. Eine grosse Mehrheit möchte also den Verkehr unterirdisch. – Menschen, die aus ideologischen oder idealistischen Gründen gegen den Ausbau der Mobilität sind, gibt es immer. Ich bin froh, haben wir die besseren Argumente auf unserer Seite.

Apropos Argument: Ein immer wieder gehörtes gegen die Engpassbeseitigung ist, dass «mehr Strassen mehr Verkehr» anzögen. Stimmt das?

Nein! Die Wiederholung dieser immer selben 70er-Jahre-Behauptung macht sie nicht wahrer. Nach dem Bau des heutigen Nationalstrassennetzes zwischen 1960 und 1980 dauerte es etwa 40 Jahre, bis das Netz seine Kapazitätsgrenzen erreicht hatte. Die Verkehrsnachfrage nahm also nicht schlagartig zu, als die Autobahnen neu gebaut wurden, sondern kontinuierlich. Und selbst nachdem der Bau der Nationalstrassen längst abgeschlossen war und die Kapazitätsgrenzen erreicht wurden, stieg die Verkehrsnachfrage weiter an. Dies bedeutet, dass der gestiegenen Verkehrsnachfrage andere Entwicklungen zugrunde liegen (z. B. das Bevölkerungswachstum) als der Ausbau der Strassenkapazitäten.

Als der Rosenbergunnel (und damit die Stadtautobahn) 1987 in Betrieb genommen wurde, hatte die Schweiz 6,5 Millionen Einwohner, aktuell sind wir bei knapp neun Millionen. Da würde eine dritte Röhre auch rein rechnerisch Sinn ergeben, oder?

Natürlich. Der dritte Rosenbergunnel wird eine erhebliche Entlastung bringen. Vor allem aber ist er unbedingt notwendig für die Zeit während der Sanierung der beiden bestehenden Röhren im Rosenberg. Man stelle sich vor, was es für die Quartiere bedeuten würde, wenn die Stadtautobahn für die Sanierung der bestehenden Tunnels während vieler Jahre ganz gesperrt wäre ...

«Eine Entlastung der Strassen gibt es nur, wenn die Abstimmung im November angenommen wird.»

Wie sehen Sie die langfristigen Perspektiven für die Mobilität in St.Gallen, wenn die STEP-Initiative angenommen wird?

Die Engpassbeseitigung St.Gallen wurde als eines von sechs ASTRA-Projekten in die Finanzierungsphase 2023 aufgenommen. Dies war nur möglich, weil erstens die Verkehrszahlen in St.Gallen eine klare Sprache sprechen und zweitens das Projekt ausgereift ist. Mit der Eröffnung der neuen Tunnel, verschwindet die Mobilität wieder unter dem Boden, Staustunden werden reduziert und der Lebensraum wird aufgewertet.

Und was passiert, sollte sie nicht angenommen werden?

Wenn sich die Stimmbevölkerung gegen die Sanierung der Infrastruktur ausspricht und Nein stimmt, geht es zurück auf Feld eins. Es gibt keinen Plan B. Für den Spitexdienst, den Handwerker, den Velofahrer oder für die Stadtbevölkerung würde dies Stillstand über Generationen – im wahrsten Sinne des Wortes – bedeuten.

Zum Schluss: Was ich nicht verstehe, ist der verbissene Kampf links-grüner Kreise gegen den motorisierten Individualverkehr. Dieser wird mit Lärm und Gestank begründet. Beides fällt mit den immer mehr werdenden Elektroautos weg. Warum wird immer noch Stimmung gegen das Auto gemacht?

Menschen wollen mobil sein – um andere Menschen zu treffen, um zur Arbeit zu kommen oder um Neues zu entdecken. Sie reisen mit dem Auto, mit der Bahn oder mit dem E-Bike. Darauf baut die Verkehrsstrategie der Schweiz auf. Sie fördert deshalb den Mobilitätsmix aus Individualverkehr, öffentlichem Verkehr und Langsamverkehr. Die links-grüne Politik hat ihre Verkehrskonzepte nie weiterentwickelt und bleibt in der Vergangenheit stecken. Vermutlich aus ideologischen Gründen hält sie an ihren alten Konzepten fest. Das will ich nicht. Ich will nach vorn schauen und die Richtung vorgeben.

Text: Stephan Ziegler

Bild: Marlies Beeler-Thurnheer

Macht Uber das Taxiwesen in St.Gallen kaputt?

Uber ist seit einigen Monaten auch in St.Gallen aktiv und bringt frischen Wind, aber auch Ängste in die Branche. Welche Bedeutung hat der App-basierte Fahrdienst für das alt-ingesessene Taxiwesen? Ist er ein Fluch oder ein Segen? Sonja Lüthi, Direktorin Soziales und Sicherheit der Stadt St.Gallen, nimmt dazu Stellung.

Vor wenigen Monaten wurde bekannt, dass das amerikanische Unternehmen Uber in St.Gallen seine Vermittlungsdienstleistungen anbietet. Lüthi stellt direkt zu Beginn klar: Bereits das bestehende Taxireglement macht es möglich. Jetzt sind neue Bestimmungen zu App-basierten Taxi-Dienstleistungen enthalten. Statt eines klassischen Taxifahrdienstes per Telefon oder am Bahnhof kann man über die App einen sogenannten Uber finden. Das sind Fahrer, die die Kunden schnell und günstig ans Ziel bringen sollen. Ein Taxi per App, auf der ganzen Welt einsetzbar.

Dieses Konzept hat sich bereits in anderen Ländern bewährt. Jetzt startet der Siegeszug auch in der Gallusstadt. Statt mit einem Anruf bei einem Taxi-Unternehmen kann man sich die Fahrgelegenheit einfach per App zu sich lotsen. Mit dem Vormarsch dieser Vermittlungs-App ist jetzt ein neuer, grosser Player im Taxiwesen in der Stadt. Wird er den lokalen Unternehmen die Schau stehlen? Droht gar eine Amerikanisierung des Ostschweizer Marktes?

Überarbeitung nach dreissig Jahren

Fragen, die Sonja Lüthi beantworten will. Die Direktorin Soziales und Sicherheit der Stadt St.Gallen weiss bestens Bescheid, fallen die Taxis und deren Reglement doch in ihren Zuständigkeitsbereich. «Uber ist in der Schweiz nicht gleichzustellen mit Uber in den USA oder anderen Ländern. Hier wird nur eine Vermittlungs-App angeboten. Jeder Fahrer, der Fahrten über die App anbietet, bezahlt eine Vermittlungsgebühr an Uber.»

Viele Privatpersonen sehen dabei ein lukratives Geschäft, mit dem sie leicht ein Einkommen generieren können. Was in anderen Ländern eventuell funktionieren mag, ist in St.Gallen aber nicht möglich. «Neben den nationalen Personenbeförderungsvoraussetzungen muss auch die städtische Taxiprüfung abgelegt werden, damit man überhaupt fahren darf. Dazu kommt auch noch, dass das Fahrzeug die städtische Fahrzeugbewilligung benötigt.»

De facto wird es also auch in Zukunft nicht möglich sein, dass jede beliebige Privatperson mit einer vierrädrigen Blechkiste Beförderungsdienste über die Uber App anbieten kann – in St.Gallen ist nur «Uber X» zugelassen, bei dem die Fahrer lizenziert sind. «Uber Pop», das etwa in den USA Privatpersonen ermöglicht, Passagiere mitzunehmen, ist verboten.

Lüthi stellt klar, dass der Vormarsch von Uber bereits nach dem aktuellen, resp. alten Recht erfolgt ist. Dennoch: «Im revidierten Taxireglement werden neu die App-basierten Personenbeförderungsdienste explizit geregelt. Für diese gelten dieselben Bestimmungen wie für das klassische Taxigewerbe.» Erleichtert dies Uber den Einstieg in das lokale Gewerbe nicht ungemein? «Nein. Von einer Erleichterung für App-basierte

Dienste kann man nicht reden», sagt Lüthi. Denn die Uber-App sei nur eine Ergänzung der bisherigen Taxi-Bestellmöglichkeiten – Telefon, Winken, Zusteigen.

Schon heute nutzen erste Taxi-Unternehmen die App als Zusatz-Auftragsgenerator: «Für mich bedeutet Uber keine Konkurrenz, sondern eine Ergänzung», sagt ein Taxifahrer aus St.Gallen, der anonym bleiben möchte. «Ich habe meine übliche Kundschaft – und jetzt noch diejenige dazu, die uns per App bestellen.»

«Uber-Fahrer haben dieselben Vorgaben wie das klassische Taxigewerbe.»

Kampf mit ungleich langen Spiessen?

Und doch fischt ein internationaler Player im gleichen Teich wie KMU, wodurch die Frage aufkommen kann, ob hier mit ungleich langen Spiessen gekämpft wird. «Der verfassungsrechtlich geschützte Grundsatz der Wirtschaftsfreiheit verlangt, dass auch App-basierte Personenbeförderungsdienste wie Uber zuzulassen sind, sofern sie sich an die geltenden Bestimmungen halten. Uber-Fahrer haben hier dieselben Vorgaben wie das klassische Taxigewerbe. Die Stadtpolizei kontrolliert dies regelmässig», betont Lüthi. Unter diese Kontrollen fällt auch die Einhaltung der Arbeits- und Ruhezeitverordnung.

Dass die Amerikaner jetzt auch in St.Gallen auf den Plan treten, ist daher also rechtens. Gemäss Binnenmarktgesetz besteht in der Schweiz ein Anspruch auf freien Marktzugang. «Die Stadt darf daher das lokale Gewerbe weder bevorzugen noch schützen.» Und doch passierte genau das – nicht aber Uber wurde bevorzugt, sondern die lokalen Unternehmen. «Bis anhin galten einmal erteilte Standplatzbewilligungen unbefristet. Zusammen mit der begrenzten Anzahl an ebensolchen führte dies faktisch dazu, dass der Markt für neue Fahrer nur sehr eingeschränkt zugänglich war», so die Stadträtin.

Kundschaft hat das letzte Wort

Die neuen Bestimmungen tragen nun dem Grundsatz der Wirtschaftsfreiheit und dem Binnenmarktrecht Rechnung. «Ich kann natürlich verstehen, dass einige Unternehmen Unbehagen verspüren ob der veränderten Situation. Aber ich bin auch überzeugt, dass in der Stadt weiterhin etablierte



lokale Unternehmen Fahrgäste transportieren werden. Letztlich muss sich aber die Kundschaft entscheiden, welchen Dienst sie nutzen will», bilanziert Sonja Lüthi.

Denn zwischen App-basierten Beförderungsdiensten wie Uber und herkömmlichen Taxiunternehmen seien die Unterschiede nicht gross: «Unsere KMUs erhalten ebenfalls Fahrten über die Uber-App. Die App-basierten Dienste unterscheiden sich insofern von klassischen Taxis, als sie ausschliesslich auf Bestellung über eine Online-Plattform erfolgen und dem Fahrgast vor der Bestätigung bereits ein Pauschalpreis für die gesamte Fahrt übermittelt wird.» Die Marktzulassung ist für sie aber ebenso schwierig oder leicht wie für «normale» Taxidienste.

Das übergeordnete Recht respektieren

Ausserdem ist sich Lüthi sicher, dass die lokalen Unternehmen auch künftig attraktiv bleiben werden. «Wer sein Image weiterhin pflegt und dabei den sich verändernden Bedürfnissen nachkommt, wird meines Erachtens auch in Zukunft reüssieren können. Ich schätze unser lokales Unternehmertum nämlich sehr.» Dennoch käme die Stadt nicht umhin, bei der Schaffung von rechtlichen Grundlagen auch übergeordnetes Recht respektieren zu müssen.

Dementsprechend kann die lokale Wirtschaft nicht vor internationaler Konkurrenz geschützt werden. «Sofern die lokalen Unternehmen die Bewilligungsvoraussetzungen erfüllen, können sie ihre Dienstleistungen nach wie vor anbieten. Wenn sie die entsprechenden Vergabekriterien erfüllen, haben auch sie intakte Chancen, weiterhin Standplatzbewilligungen zu erhalten.»

«Ich schätze unser lokales Unternehmertum sehr.»

«Möglichst wettbewerbsneutral»

Doch warum wurde das Taxi-Reglement überhaupt geändert? Es schien doch alles zu funktionieren? Die Politikerin begründet damit, dass das alte Reglement bereits 30 Jahre alt gewesen sei und daher überarbeitet werden musste. «Die grosse Veränderung, welche das neue Reglement mit sich bringt, hat nichts mit den App-basierten Diensten zu tun. Es betrifft konkret das klassische Taxigewerbe resp. die Vergabe der Standplätze.»

Nebst einer fehlenden Regelung für die Vergabe von Standplatzbewilligungen sprachen insbesondere auch veränderte Umstände und Bedürfnisse der Bevölkerung sowie neuere Entwicklungen wie die Digitalisierung für eine totale Revision. Hierbei sei das Ziel verfolgt worden, das neue Reglement möglichst wettbewerbsneutral zu machen.

«Mit dem geänderten Reglement werden Bewilligungsvoraussetzungen für App-basierte Personenbeförderungsdienste explizit geregelt. Weiter werden die unbefristeten Standplatzbewilligungen abgeschafft und deren Vergabemodus wird definiert», fasst Sonja Lüthi zusammen.

Text: Fabian Alexander Meyer

Bild: Marlies Beeler-Thurnheer



Die Zukunft der Logistik

Die Mobilität in der Industrie hat sich in den vergangenen Jahren stark verändert. Kleinere Sendungsgrößen und eine Zunahme an Paketlieferungen etwa führen dazu, dass vermehrt Lieferwagen für Transporte eingesetzt werden. René Steiner, Präsident der ASTAG Sektion Ostschweiz/FL, betont, dass neue Trends die Logistik nachhaltig beeinflussen.

René Steiner, die Mobilität in der Industrie ist einem ständigen Wandel unterworfen. Was sind die wichtigsten Entwicklungen in den vergangenen fünf Jahren?

In den vergangenen fünf Jahren haben sich die Mobilitätsbedürfnisse der Industrie tatsächlich verändert: Kleinere Sendungsgrössen und eine Zunahme an Pakettlieferungen führen dazu, dass vermehrt Lieferwagen für Transporte eingesetzt werden. Diese Trends spiegeln sich auch in den grossen gesellschaftlichen und industriellen Veränderungen wider, welche die Logistik nachhaltig beeinflussen.

Elektrofahrzeuge gewinnen aber auch im Gütertransport der Industrie zunehmend an Bedeutung, oder?

Absolut. Nachhaltigkeit ist ein immer wichtigeres Kriterium bei Ausschreibungen. Bereits heute gibt es Elektrofahrzeuge, die profitabel eingesetzt werden können, da die höheren Anschaffungskosten noch bis 2030 durch den Wegfall der LSVA kompensiert werden. Allerdings sind die Mehrkosten bei vielen Einsatzprofilen ein Hindernis für die breite Akzeptanz alternativer Antriebe.

Und warum geht es bei der Einführung von Wasserstoff-LKW in der Schweiz nicht so richtig vorwärts?

Wasserstoff wurde stark gehypt, inzwischen ist bei diesem Thema allerdings wieder etwas Realität eingekehrt: Die Versorgungsengpässe sind zwar behoben, aber die gestiegenen Stromkosten machen den Einsatz teurer. Derzeit werden nur wenige LKW mit H₂-Antrieben zugelassen. Zukünftig werden viele Anwendungen von Elektrofahrzeugen abgedeckt – und es wird erwartet, dass Brennstoffzellenfahrzeuge gegen Ende des Jahrzehnts marktreif sein werden. Interessant ist allerdings die Entwicklung der Wasserstoffverbrennung für Spezialanwendungen wie Baumaschinen, Kräne oder Landmaschinen, da hier die Herausforderungen zur Elektrifizierung grösser sind.

Wie wirkt sich die Entwicklung synthetischer Kraftstoffe auf die Nachhaltigkeitsziele der Industrie aus?

Synthetische Kraftstoffe werden stark nachgefragt sein, insbesondere in der Luftfahrt. Im Strassenverkehr könnten andere Technologien einfacher eingesetzt werden, um Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

Zum Beispiel?

Elektro- und Brennstoffzellenantriebe, Wasserstoffverbrennung, HVO-Diesel aus hydriertem Pflanzenöl oder Biogas.

Inwieweit hat Corona das Transportverhalten der Industrie beeinflusst?

Die Pandemie hat zu einer Zunahme der Kurzfristigkeit und Häufigkeit von Lieferungen geführt. Zuverlässigkeit und Ausfallsicherheit der Lieferketten sind wichtiger geworden. Gleichzeitig hat die verstärkte Nutzung des motorisierten Individualverkehrs durch Pendler die Stauproblematik und die Transportkosten weiter vergrössert.

Welche Massnahmen sollten unterstützt werden, um den Umstieg auf alternative Antriebe zu fördern?

Die Vernehmlassung zur Weiterentwicklung der LSVA ist ein wichtiger Schritt. Der Schweizerische Nutzfahrzeugverband ASTAG setzt sich für Investitionsbeiträge ein und findet damit Unterstützung beim Eid. Departement für Umwelt, Verkehr,

Energie und Kommunikation UVEK. Eine grosse Herausforderung bleibt die Ladeinfrastruktur, sowohl öffentlich als auch im Depot. Öffentliche Förderung wäre hier wünschenswert.

Wie bewerten Sie die aktuellen Infrastrukturprojekte zur Unterstützung der Elektromobilität im Schwerlastverkehr?

Derzeit wird viel diskutiert, aber wenig umgesetzt. Öffentliche Ladepunkte speziell für Lastwagen kann man derzeit an einer Hand abzählen. Zukünftig wird sich hier einiges ändern müssen. Wichtig ist, dass die Energiekosten an öffentlichen Ladepunkten im vernünftigen Bereich liegen, was aktuell oft nicht der Fall ist.

«Brennstoffzellenfahrzeuge sollen gegen Ende des Jahrzehnts marktreif sein.»

Welche Trends sehen Sie in der Nutzung von alternativen Treibstoffen wie Bio- oder GTL-Diesel (Gas-to-Liquids) in der Industrie?

Es wird erwartet, dass keine einzelne Technologie alle Anforderungen abdecken kann. Viele Firmen testen verschiedene Antriebsarten, um die beste Lösung für ihre Bedürfnisse zu finden. HVO als eine Art Biodiesel wird stark beobachtet, da es über 80 Prozent der CO₂-Emissionen mit der vorhandenen Technologie einsparen kann und gut verfügbar ist.

Welche Strategien verfolgen Unternehmen, um ihre Logistik- und Transportprozesse nachhaltiger zu gestalten?

Die ASTAG entwickelt einen Branchenfahrplan mit dem Ziel, bis 2050 Netto-Null zu erreichen. Die Transportbranche ist damit eine der ersten Industrien, die einen solchen im Rahmen des Klimagesetzes erarbeitet. Viele Verbandsmitglieder leisten Pionierarbeit, doch die Wirtschaftlichkeit bleibt eine Herausforderung. Die Bereitschaft vieler Verlager, Mehrkosten zu tragen, ist oft begrenzt, obwohl der Druck von Industrie und Gesellschaft zunimmt.

Die internationale Zusammenarbeit und Standardisierung für die Entwicklung nachhaltiger Transportlösungen in der Schweiz dürfte demnach zunehmen?

Ja. Fortschritte im Fahrzeugbereich werden durch die EU vorgegeben, was Schweizer Unternehmen ermöglicht, voranzukommen. Bei der Beschaffung neuer Technologien sind Schweizer Firmen oft Vorreiter. Konzepte wie Cargo sous terrain oder intermodale Transportketten werden in der Schweiz entwickelt und international beobachtet.

Text: Patrick Stämpfli

Bild: Marlies Beeler-Thurnheer



Roger Fässler, Inhaber und Geschäftsführer.

50 Jahre «FÄSSZINIEREND».

Die Sepp Fässler AG ist 50! Als exklusiver Vertreter der Marken BMW, BMW i, BMW M und MINI hat sich das Familienunternehmen mit Leidenschaft und Hingabe einen Namen gemacht.

Unter der innovativen Leitung von Roger Fässler, der das Unternehmen in zweiter Generation als Inhaber und Verwaltungsratspräsident führt, hat die Sepp Fässler AG nicht nur ihre Präsenz mit einem zweiten Standort in Wil ausgebaut, sondern auch einen unerschütterlichen Ruf für Exzellenz und Kundenzufriedenheit etabliert.

Dieses Jubiläum markiert nicht nur ein halbes Jahrhundert erfolgreicher Geschäftstätigkeit, sondern unterstreicht

auch die tiefe Verwurzelung des Unternehmens in Werten wie Beständigkeit, Qualität und einem unermüdlichen Streben nach Innovation.

50 Jahre erfolgreich unterwegs

Am 2. Februar 1974 legten Heidi und Sepp Fässler mit der Eröffnung der Fässler Garage an der Feldstrasse in Appenzell, inklusive einer Shell-Tankstelle, den Grundstein für eine

bemerkenswerte Erfolgsgeschichte. Mit unermüdlichem Engagement und grosser Leidenschaft führten sie das Unternehmen zu anhaltendem Erfolg. Um dem wachsenden Platzbedarf gerecht zu werden, erfolgte eine Aufstockung des Gebäudes, die Schaffung eines Wohnbereichs für die Familie, sowie die Erweiterung des Teilelagers. Ein Markenwechsel an der Tankstelle von Shell zu BP und die Einführung eines BP Shops markierten die ersten von vielen Meilensteinen.

Die Weiterentwicklung blieb nicht stehen: Die Werkstatt wurde grösser, das innovative Radhotel eingeführt und eine moderne Autowaschanlage erbaut. Ein weiterer Höhepunkt war die Ernennung zum offiziellen MINI Händler, gefolgt vom Neubau eines Showrooms, der Erweiterung des Kundendienstbereichs, des Teilelagers sowie der Büroflächen.

Roger Fässler war von Anfang an dabei. Als leidenschaftlicher Autoliebhaber und grosser Affinität zum Rennsport bringt er die gleiche Hingabe in das Familienunternehmen ein, die schon seine Eltern auszeichnete.

Zweiter Standort seit 2007

Die Sepp Fässler AG steht vor einer Phase des Wachstums. Im Jahr 2007 wurde in Wil ein zweiter Standort unter der Leitung von Sepp Fässler eröffnet, was auch den idealen Zeitpunkt für einen Generationenwechsel am Standort Appenzell markierte. Roger Fässler übernimmt die Geschäftsführung in Appenzell und die Gesamtleitung.

Roger Fässlers Leidenschaft für die Automobilwelt ist ein Schlüsselfaktor für den Erfolg des Unternehmens. Er pflegt nachhaltige Kundenbeziehungen, indem er individuell auf die Wünsche der Kunden eingeht, um ihre automobilen Träume zu erfüllen. Dies ist und bleibt die Mission der Sepp Fässler AG, die Roger Fässler mit einer festen Überzeugung verfolgt.

Seit ihrer Anerkennung als offizieller M Händler im Jahr 2011 hat sich die Sepp Fässler AG in Appenzell zum führenden Anbieter von BMW M in der Schweiz entwickelt. BMW M, berühmt für die Verbindung zum Motorsport, ist bei der Sepp Fässler AG mit einer grossen Palette an Fahrzeugen

BMW XM





Fässler Garage im Jahr 1974.

vertreten, was diesen Bereich zu einem wesentlichen Bestandteil des Unternehmens macht. Die Sepp Fässler AG ist einer von zwei BMW M Motorsport Partnern in der Schweiz.

Mit einem Blick in die Zukunft fokussiert sich BMW M zunehmend auf innovative, alternative Antriebsarten. Der BMW XM, als momentan stärkstes Modell der M Serie und ein Plug-in-Hybrid, unterstreicht diese Entwicklung und setzt neue Standards in der Kombination von Leistungsfähigkeit und Umweltverträglichkeit.

Neue Erlebniswelt in Wil

Im Jahr 2018 eröffnete die Sepp Fässler AG ihre neue Erlebniswelt an der Flawilerstrasse 23 in Wil. Dieser Standort, konzipiert als modernes Zentrum für Automobilbegeisterte, erhielt 2020 für seine herausragenden Nachhaltigkeitsbemühungen das «Gold-Zertifikat» vom unabhängigen DEKRA-Institut. Die Sepp Fässler AG verpflichtet sich damit zu umweltschonendem Handeln und integriert Nachhaltigkeit tief in ihre Unternehmensphilosophie. Durch den Einsatz von Elektrofahrzeugen, fortschrittlichen Recyclingprogrammen und Energieeffizienzmassnahmen setzt sie aktiv Zeichen für Umweltschutz und verantwortungsvolles Wirtschaften.

Zu den Erfolgen des Unternehmens zählen sicherlich die langjährige Partnerschaft mit BMW, das engagierte und familiäre Team, die langjährigen Mitarbeitenden, sowie die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden. Das hat auch damit zu tun, dass ich das Team der Sepp Fässler AG mit ihren Partnern sowie Kundinnen und Kunden auf Augenhöhe bewegt. Es zeichnet sich durch persönliche Kundenbetreuung und familiäre Werte aus und hat sich im Laufe der Jahre einen treuen und generationenübergreifenden Kundenstamm aufgebaut.

Wachsen mit dem Wandel

Die Automobilindustrie erlebt durch Digitalisierung, Elektromobilität und neue Mobilitätslösungen, einschliesslich autonomer Fahrzeuge und bei BMW die «Neue Klasse» ab 2025, einen tiefgreifenden Wandel. Dieser Umbruch wird den Wettbewerb intensivieren, mit neuen Akteuren und dem Ausscheiden anderer. Zudem haben sich auch die Kaufpräferenzen der Kunden, die heute informiertere Entscheidungen treffen, verändert.

PERSÖNLICH. KOMPETENT. FÄSSZINIEREND.

Die Sepp Fässler AG bleibt eine Autogarage mit Einzigartigkeit. Mit zukunftsorientierter Perspektive und der richtigen Einstellung verpflichtet sie sich weiterhin zu persönlichen und familiären Werten. Durch individuelle Betreuung, transparente Kommunikation und schnelle Problemlösungen, gestärkt durch regelmässige Feedbackgespräche und Qualitätskontrollen, garantiert das Unternehmen, dass die «Fässzination» bestehen bleibt. Kundenzufriedenheit ist das oberste Gebot des Sepp Fässler-Teams. Das Ziel ist, den Kundinnen und Kunden ein persönliches und unvergleichliches Erlebnis zu bieten und sie dauerhaft für sich zu gewinnen.



Weitere Informationen

www.faessler-garage.ch



100% ELECTRIC



THE NEW i5

TOURING

Sepp Fässler AG
9050 Appenzell
faessler-garage.ch

Sepp Fässler (Wil) AG
9500 Wil
faessler-garage.ch

18,2 kWh/100 km, 0 g CO₂/km, Kat. A





Ist Elektro tot?

Wohin steuert die Mobilität der Zukunft? Lukas Hörler, Standortleiter St.Gallen der Hedin-Gruppe (BMW, Mini), Bruno Jäger, Verwaltungsratspräsident der Liga Wil (Mercedes-Benz, Fiat, Alfa Romeo, Abarth, Jeep, VW) und Gregor Bucher, CEO der St.Galler City-Garage (Renault, Dacia, Alpine, Hyundai, Porsche) teilen ihre Perspektiven zur Zukunft der Antriebstechnologien im Automobilssektor. Und sind sich in den meisten Punkten einig.

Nachdem in den vergangenen Jahren viel über den Elektromotor geschrieben – und noch mehr in ihn investiert – wurde, zeigt das Bild auf unseren Strassen eine andere Wirklichkeit: 90 Prozent sind immer noch Benzin- oder Dieselfahrzeuge. Ist die Elektromobilität nur ein (vorübergehender) Hype? Nein, sagt **Gregor Bucher**: «Die Elektromobilität ist da und wird nicht wieder gehen. Sie wird einfach mehr Zeit benötigen. Es sind Themen wie Ladeinfrastrukturen, die besser gelöst werden müssen.» Der City-Garage-CEO weist darauf hin, dass viele Hersteller ihre Werke bereits umgerüstet hätten und individuelle Mobilität, unabhängig vom Antrieb, weiterhin ein grosses Bedürfnis der Bevölkerung sei. Bucher betont die Notwendigkeit, die Ladeinfrastruktur insbesondere für Mieter auszubauen, da diese einen Grossteil der Wohnbevölkerung ausmachen.

«Die Elektromobilität ist gekommen, um zu bleiben.»

Kein vorübergehender Hype

Bruno Jäger unterstützt diese Ansicht und ergänzt: „dass die Einführung von Elektrofahrzeugen auf der Suche nach umweltfreundlicherer Mobilität basiert. «Dieser Grund wird bestehen bleiben, weshalb die Elektromobilität nicht nur ein vorübergehender Hype ist. Das Tempo der Einführung verlangsamt sich aber», erklärt Jäger. Der Liga-Verwaltungsratspräsident sieht in der Elektromobilität eine nachhaltige Lösung für die Zukunft, auch wenn die Geschwindigkeit ihrer Einführung variiert.

Auch **Lukas Hörler** hebt hervor, dass die Elektromobilität für BMW keine vorübergehende Modeerscheinung sei, sondern eine zentrale Säule der zukünftigen Mobilität darstelle. «BMW investiert kontinuierlich in die Entwicklung von Elektrofahrzeugen und hat mit Modellen wie dem BMW i3 und BMW i8 bereits Massstäbe gesetzt. Ab 2025 wollen wir das mit der «Neuen Klasse» erneut.» Der Standortleiter St.Gallen und Chief Sales Officer der Hedin-Gruppe fügt an, dass BMW einen technologieoffenen Ansatz verfolge, der verschiedene Antriebsvarianten flexibel produziert, um den unterschiedlichen Marktanforderungen gerecht zu werden. Also werden

Elektroautos nicht nur verkauft, weil sie von der Industrie in den Markt gedrückt werden; schliesslich müssen deren Investitionen in Antriebs- und Batterietechnologie amortisiert werden? **Lukas Hörler** verneint und erklärt, dass der Eindruck, Elektroautos würden nur wegen der Industrienachfrage verkauft, zu kurz greife. «Es gibt mehrere Gründe, die aufzeigen, dass Elektrofahrzeuge ein echtes Bedürfnis der mobilen Bevölkerung sind: Umweltbewusstsein, Kosteneffizienz, regulatorische Anreize, technologische Fortschritte, Infrastrukturentwicklung und Fahrspass.» Diese Aspekte trügen dazu bei, dass Elektrofahrzeuge zunehmend als attraktive Alternative wahrgenommen werden.

«Das Lithium für die Batterie eines BMW iX1 benötigt 4000 Liter Wasser – gleich viel wie zehn Avocados.»

Auto bleibt gefragt

Auch **Bruno Jäger** sieht im Bedürfnis nach nachhaltigem und umweltschonendem Fahren mit weniger CO₂-Ausstoss einen wesentlichen Treiber für die Akzeptanz von Elektrofahrzeugen in der Bevölkerung. «Die Menschen möchten ihren Beitrag zur Reduktion des CO₂-Ausstosses leisten und sehen in Elektrofahrzeugen eine Möglichkeit, dies zu tun», unterstreicht Jäger.

Gregor Bucher ergänzt, dass auch politische Rahmenbedingungen die Entwicklung vorantreiben. «Die Unternehmungen sind gefordert, die technologischen Voraussetzungen zu schaffen, um die vorgegebenen Ziele zu erfüllen. Das Bedürfnis ist die individuelle Mobilität; dieses kann mit einem Verbrenner oder E-Auto befriedigt werden», erläutert Bucher. Er verweist auf eine Langzeitstudie der Universität St.Gallen, die belegt, dass das Auto aufgrund seiner räumlichen und zeitlichen Flexibilität weiterhin eine zentrale Rolle in der Mobilität spielen werde. Sind aber Verbrennungsmotoren nicht eigentlich nachhaltiger, wenn man den gesamten Lebenszyklus anschaut?



Lukas Hörler, Standortleiter St.Gallen
und CSO der Hedin-Gruppe.

Lukas Hörler erläutert, dass die Nachhaltigkeit von Elektrofahrzeugen stark davon abhängt, wie der Strom produziert wird. «Elektrofahrzeuge sind in den meisten Fällen nachhaltiger als Fahrzeuge mit Verbrennungsmotoren – sofern der Strom aus erneuerbaren Quellen stammt. Trotz der höheren Umweltkosten bei der Herstellung sind sie aufgrund der geringeren Betriebsemissionen langfristig umweltfreundlicher.» Hörler betont, dass oft Mythen rund um die Elektromobilität kursieren, wie etwa der hohe Wasserverbrauch für die Lithiumgewinnung, der jedoch im Vergleich zu anderen Alltagsprodukten relativiert werden könne: «Das Lithium für die Batterie eines BMW iX1 benötigt 4000 Liter Wasser – gleich viel wie zehn Avocados.»

«Die Euphorie ist der Realität gewichen.»

Energiequellen nachhaltiger gestalten

Bruno Jäger bestätigt, dass Elektrofahrzeuge nur eine bessere Klimabilanz hätten, wenn zumindest ein Teil des Stroms aus erneuerbaren Quellen stammt. «Die Klimabilanz eines Elektrofahrzeuges ist unter anderem davon abhängig, wie der Strom produziert wird.» Jäger sieht daher eine Notwendigkeit, die Energiequellen für die Stromproduktion nachhaltiger zu gestalten, um die Vorteile von Elektrofahrzeugen voll auszuschöpfen.

Gregor Bucher weist darauf hin, dass die Bewertung der Nachhaltigkeit oft von der Perspektive der Studie abhängt. «Ein E-Auto stösst grundsätzlich weniger CO₂ aus – doch ob es richtig ist, ein produziertes Fahrzeug sofort durch ein E-Auto zu ersetzen, muss jeder für sich selbst beantworten.» Er erwähnt auch die bisher ungelösten Herausforderungen, die mit der globalen Verbreitung von Elektrofahrzeugen verbunden sind, insbesondere in Regionen ohne ausreichende Ladeinfrastruktur.

Also könnte der Verbrennungsmotoren durch technologische, wirtschaftliche und politische Entwicklungen tatsächlich ein Revival erleben? Für Lukas Hörler liegt ein «Comeback» der Verbrennungsmotoren im Bereich des Möglichen. «Effizientere Motoren und klimaneutrale synthetische Kraftstoffe könnten dazu beitragen.» Hörler betont jedoch, dass die langfristige Trendrichtung klar auf eine nachhaltigere und emissionsärmere Mobilität ausgerichtet bleibe, in der Elektrofahrzeuge eine zentrale Rolle spielen werden.

2026 ist «EU-Kassensturz»

Auch Gregor Bucher ist skeptisch: «Ich denke eher nicht, dass Verbrennungsmotoren ein Revival erleben werden. Die Elektromobilität ist gekommen, um zu bleiben – doch die bisherige Technologie muss weiterhin entwickelt werden, um den Übergang zu gewährleisten.» Bucher weist darauf hin, dass es bis 2026 eine Bestandsaufnahme und Überprüfung der Gesetze auf EU-Ebene geben wird, die die Entwicklungen im Bereich der Antriebstechnologien beeinflussen könnten.

Bruno Jäger betont, dass die zukünftige Entwicklung der Antriebstechnologien von vielen Faktoren abhängt, darunter technologische Weiterentwicklungen und politische Entscheidungen. «Aktuell wird vor allem in die Entwicklung von Elektro-



Gregor Bucher, CEO der City-Garage St.Gallen.

antrieben investiert, weil auch die Politik diese Entwicklung begünstigt.» Jäger sieht in der politischen Unterstützung einen «wesentlichen Faktor» für die Weiterentwicklung und Verbreitung der Elektromobilität.

Alle drei Experten sind sich einig, dass die Elektromobilität eine zentrale Rolle in der Zukunft des Automobilsektors spielen wird. «Berichte über das «Ende» von Elektroautos sind weitgehend übertrieben», sagt **Lukas Hörler**. Damit sie das könne, sei es aber wichtig, dass «Forschung und Entwicklung nicht zu stark durch staatliche Regulierungen beeinflusst» werde.

Verbrennungsmotoren für den Übergang

Dass die Elektromobilität weltweit unterschiedlich schnell vorschreite und die bisherige Technologie weiterentwickelt werden müsse, ist für **Gregor Bucher** klar. «Die Euphorie ist der Realität gewichen, doch der eingeschlagene Weg wird weiterverfolgt werden.» Bucher betont die Notwendigkeit, weiterhin in effiziente Verbrennungsmotoren zu investieren, um den Übergang zu gewährleisten.

Und **Bruno Jäger** ist sich sicher, dass es eine Weiterentwicklung des Elektroantriebs sowie massive Investitionen in die Stromproduktion und Ladeinfrastruktur benötige, um die Zukunft der Elektromobilität zu sichern. «An ein «Ende» vom Elektroauto glaube ich nicht. Es braucht jedoch eine Weiterentwicklung des Antriebs, damit dieser effizienter – und das Fahrzeug günstiger wird.»

Zum Thema Wasserstoff-elektrische Fahrzeuge erklärt Hörler: «Dessen enorme Bedeutung unterstreicht auch Oliver Zipse, Vorstandsvorsitzender der BMW AG. Wasserstoff wird als vielseitige Energiequelle eine Schlüsselrolle bei der Energiewende und dem Klimaschutz spielen.» Die ersten Fahrzeuge des BMW iX5 Hydrogen sind seit Anfang 2023 auf den Strassen unterwegs; die Pilotflotte wird weltweit von diversen Zielgruppen zu Erprobungs- und Demonstrationszwecken eingesetzt. «Allerdings begrenzen hohe Kosten, Infrastrukturmängel und Energieeffizienz derzeit den Erfolg von Wasserstofffahrzeugen», bedauert **Lukas Hörler**.

«An ein «Ende» vom Elektroauto glaube ich nicht.»

(Noch) kein vielseitiges Produktangebot

Auch Bucher beobachtet, dass die Wasserstoff-Technologie im PW-Bereich derzeit eine unbedeutende Rolle spielt und das Netz an Wasserstofftankstellen erst im Aufbau ist. «Man muss aber auch erwähnen, dass erst zwei Hersteller Fahrzeuge für Kunden anbieten, die im Alltag funktionieren. Von einem vielseitigen Produktangebot kann man also (noch) nicht sprechen.» Bucher sieht die Anwendung von Wasserstoff zurzeit eher im Schwerverkehr oder der Luftfahrt.

Jäger stimmt zu, dass die Produktion von Wasserstoff aktuell sehr energieintensiv und der Wirkungsgrad gering sei. «Es braucht viel mehr Energie, um ein Auto zu bewegen.» Auch er sieht in der Weiterentwicklung der Technologie und Infrastruktur die grössten Herausforderungen für den Durchbruch der Wasserstoffmobilität.

NICE TO MEET YOU AGAIN.



DIE NEUEN MINI MODELLE SIND DA.

ENTDECKE DEN NEUEN MINI COOPER,
MINI ACEMAN UND MINI COUNTRYMAN
FÜR NEUEN FAHRSPASS.

BIG LOVE.



JETZT PROBEFAHRT VEREINBAREN.

Hedin Automotive Schweiz
St. Gallen | Widnau | Chur
hedinautomotive.ch

Sepp Fässler (WIL) AG
9500 Wil
faessler-garage.ch

Bruno Jäger, Verwaltungsratspräsident der Liga Wil.



Die vom LEADER befragten Experten sind sich einig, dass die Elektromobilität trotz Herausforderungen und notwendigen Weiterentwicklungen eine zentrale Rolle in der zukünftigen Mobilität spielen wird. Die Rolle von Wasserstoff als zukünftige Antriebstechnologie wird zwar anerkannt, jedoch sehen unsere Experten noch erhebliche Herausforderungen in der Umsetzung: Hohe Kosten, mangelnde Infrastruktur und Energieeffizienz sind Faktoren, die den breiten Einsatz von Wasserstofffahrzeugen derzeit begrenzen.

«Forschung und Entwicklung dürfen nicht zu stark durch staatliche Regulierungen beeinflusst werden.»

Insgesamt bleibt die langfristige Zukunft des Automobilsektors von einer Diversifizierung der Antriebstechnologien geprägt, wobei sowohl Elektrofahrzeuge als auch Wasserstofffahrzeuge ihren Platz finden werden. Die Entwicklung hin zu nachhaltigeren und emissionsärmeren Antrieben wird weiterhin im Fokus stehen, unterstützt durch technologische Innovationen und politische Massnahmen.

Text: Stephan Ziegler

Bilder: Marlies Beeler-Thurnheer, Pixabay



Die Zukunft beginnt bald.

Zwei Zuggenerationen nebeneinander: Ab 2026 kommen die ersten Fahrzeuge des Modells Flirt Evo (Zug rechts) zum Einsatz.

thurbo.ch/neubeschaffung

Ausbau von fünf auf acht Betriebe

Seit Juli 2024 agieren unter der Dachmarke «Thomann Nutzfahrzeuge» acht statt bisher fünf Betriebe. Neu sind die Standorte Ruswil, Aarau und Bassersdorf hinzugekommen.

Seit Anfang 2015 der Garagen-Neubau in Arbon bezogen wurde, waren die Thomann Nutzfahrzeuge AG mit fünf Betrieben auf dem Markt präsent. Jetzt, als Teil der Knecht-Gruppe, sind drei weitere Standorte dazugekommen. Die erweiterte Nutzfahrzeuge-Gruppe integriert die Werkstätten der Rottal Auto AG in Ruswil und der Gebr. Knecht AG in Aarau und Bassersdorf.

Besser gerüstet für Zukunftsentwicklungen

«Mit dieser stärkeren Nutzfahrzeuge-Gruppe unter Thomann-Siegel lassen sich Zukunftsherausforderungen besser meistern, sagt CEO Andrea Niggli. «Dies betrifft namentlich die grossen Umwälzungen wie die Elektromobilität oder alternative Treibstoffe», ergänzt er.

Nutzenzuwachs für die Kunden

Mit der geografischen Ausweitung vergrössert die Gruppe nicht nur die potentielle Kundschaft, sondern bietet auch den bestehenden Kunden Mehrnutzen. Sie können in neuen Regionen vom Thomann-Service und je nach Standort von kürzeren Distanzen profitieren, was wiederum die Strassenzeit der Fahrzeuge erhöht. Darüber hinaus werden gruppeninternen Synergien in den Bereichen Einkauf, Prozesse, Fahrzeugbereitstellung, Aufbauten, Ausbildung etc. erschlossen. Für die Mitarbeitenden ergeben sich zudem zusätzliche Entwicklungsmöglichkeiten. Die Bildung der Nutzfahrzeuge-Gruppe ändert nichts an der rechtlichen Struktur der Firmen Thomann Nutzfahrzeuge AG, Rottal AG und Gebr. Knecht AG.



Andrea Niggli im Kurzporträt

CEO der Gruppe «Thomann Nutzfahrzeuge»

Am 1. Mai 2023 hat der Bündner Andrea Niggli die operative Leitung des Unternehmens von Luzi Thomann übernommen. Seit seiner Lehre als LKW-Mechaniker ist er nun 27 Jahre lang ununterbrochen im Nutzfahrzeugbereich aktiv, davon 19 Jahre bei der Thomann Nutzfahrzeuge AG.

Er schreibt die Begriffe «Teamarbeit» und «Eigenverantwortung» gross und schätzt auch das Handwerkliche, war er doch Werkstattleiter, Leiter der beiden Churer Betriebe, seit 2019 als GL-Mitglied Leiter aller Thomann-Betriebe und hat die Weiterbildungen zum Automobiliagnostiker und zum Technischen Kaufmann bestanden. Kürzlich hat er zudem die Management-Weiterbildung EMBA an der HWZ Zürich erfolgreich abgeschlossen und so seine Leadership-Expertise abgerundet. Sein Hauptfokus liegt auf der ständigen Optimierung der Wertschöpfungskette.



Thomann Nutzfahrzeuge AG

Schmerikon / Frauenfeld / Arbon / Chur

Rottal Auto AG

Ruswil

Gebr. Knecht AG

Bassersdorf / Aarau



www.thomann.swiss



Wie geht es mit den Zinsen weiter?

Nach den Zinserhöhungen der letzten beiden Jahre fragen sich viele Anleger und Hausbesitzer, wie sich die Entwicklung in den nächsten Monaten fortsetzt. Walter Ernst, Leiter der Hypo Bank in St.Gallen, analysiert für den LEADER die Zinserwartungen für die Schweiz, Europa und die USA.

Die Europäische Zentralbank hat anfangs Juni den Leitzins erstmals seit fünf Jahren um 0,25 Prozentpunkte gesenkt. Sie folgt damit der Bank of Canada und der Schweizerischen Nationalbank, die bereits zuvor ihr Zinsniveau gesenkt hatten.

Die Inflation ist in allen grossen Wirtschaftsregionen seit den Höchstständen deutlich zurückgegangen, jedoch in den vergangenen Wochen auch teilweise wieder etwas gestiegen. So kletterte die Inflationsrate in der EU leicht auf 2,6 Prozent. «In der Schweiz liegt die Inflation mit 1,3 Prozent wieder klar im Zielbereich der Notenbank von zwei Prozent. Die Teuerung in den USA liegt aktuell bei 3,0 Prozent und damit immer noch deutlich ausserhalb des Zielbandes. Diese Entwicklung hat die US-Notenbank bisher davon abgehalten, die Zinsen in naher Zukunft zu senken», sagt Walter Ernst.

«Ein Präsidentenwechsel auf Donald Trump dürfte für höhere Inflationsraten sorgen.»

USA: Straffe Linie hat Bestand

Die US-Notenbank Federal Reserve hat ihre Zinsen wie erwartet unverändert gelassen; der Leitzins bleibt in der Spanne von 5,25 bis 5,5 Prozent, wie es nach der Zinssitzung im Juni hiess. Bis 2023 wurde der Leitzins im Kampf gegen die Inflation mehrfach angehoben.

«Angesichts der hartnäckig hohen Inflation in den USA hält die Notenbank Federal Reserve weiterhin an ihrer straffen Linie fest», analysiert Walter Ernst. Dazu passt, dass Zentralbank-Chef Jerome Powell jüngst signalisiert hat, dass die Hochzinspolitik wohl noch länger Bestand haben müsse, um die Inflationswelle zu brechen.

Der jüngste Kurseinbruch an den Aktienmärkten dürfte jedoch auch an der amerikanischen Notenbank nicht ganz spurlos vorbeigegangen sein. «Einer der Gründe der Korrektur waren Spekulationen über eine potenzielle Rezession in den USA, gepaart mit dem Vorwurf an die Fed, die Zinswende zu spät zu vollziehen», so Ernst. Mit in die Überlegungen kommen auch zunehmend die US-Wahlen anfangs November, da ein Präsidentenwechsel auf Donald Trump für höhere Inflationsraten sorgen dürfte.

«Wir gehen von einem unveränderten Leitzins bis Jahresende aus.»

EU: Kurswende vollzogen

Die Europäische Zentralbank hat formal die Kurswende beschlossen und die Zinsen gesenkt. Der Leitzins wurde jüngst um 0,25 Prozentpunkte nach unten auf 4,25 Prozent gesetzt. Den am Finanzmarkt massgeblichen Einlagensatz, den Banken für das Parken von Geld bei der Zentralbank erhalten, senkte sie von bisher 4,00 Prozent auf 3,75 Prozent.

«Mit diesem Schritt folgt die EZB den Notenbanken in Kanada, der Schweiz und in Schweden, die die Zinsen im Gegensatz zur US-Notenbank bereits gesenkt haben», sagt Walter Ernst. Er erwartet die nächste Zinssenkung jedoch «frühestens im Herbst».

Schweiz: Deutliche Entspannung

SNB-Präsident Thomas Jordan überraschte im Juni fast alle Marktteilnehmer, als er den Leitzins nochmals von 1,50 auf 1,25 Prozent senkte. «Der Grund dafür war, dass sich die SNB bei ihren Leitzinsentscheidungen in erster Linie an der Inflationsprognose orientiert und im Gegensatz zu den USA und der EU auch den entsprechenden Spielraum dafür hatte», erläutert Walter Ernst. Die SNB sehe eine deutliche Entspannung im Vergleich zu den letzten zwei Jahren und erwarte, dass die Inflationsrate bis Ende des Jahres bei 1,4 Prozent liegen wird. Für 2025 wurde die Prognose von 1,6 auf 1,2 Prozent nach unten korrigiert.

Das deutlich entspanntere Inflationsumfeld als in den USA und der Eurozone hat Spielraum für eine weitere Zinssenkung geboten. Trotz der erhöhten politischen Unsicherheit in Europa und der damit verbundenen volatilen Entwicklung des Franken hielt die SNB eine erneute Anpassung der geldpolitischen Ausrichtung für angemessen. «Ohne die Zinssenkung wäre die mittelfristige Inflationsprojektion der Nationalbank sogar unter die 1-Prozent-Marke gerutscht», ist Ernst überzeugt.

«Ohne die Zinssenkung wäre die mittelfristige Inflationsprojektion der Nationalbank unter die 1-Prozent-Marke gerutscht.»

Zinssenkungsbedarf hält sich in Grenzen

Der neue Zinssatz wirkt weder bremsend noch stimulierend auf die Wirtschaftsaktivität. Das heisst wiederum, dass sich der zukünftige Zinssenkungsbedarf in Zukunft in Grenzen hält. «Die Richtung der SNB-Geldpolitik wird vor allem von der Entwicklung des Schweizer Frankens in den nächsten Monaten abhängen. Nach der deutlichen Aufwertung des Frankens in den vergangenen Tagen, gehen wir derzeit von einem unveränderten Leitzins bis Jahresende aus», blickt Walter Ernst in die Zukunft.

Die Erwartungen am Terminmarkt deuten zwar immer noch auf eine Zinssenkung bis Ende Jahr hin. «Unter der Annahme eines stabilen oder gar weiter steigenden Schweizer Frankens erwarten wir keine SNB-Leitzinssenkung mehr im Jahr 2024», bekräftigt Ernst. Die längerfristigen Hypothekarmarktzinsen sind an das Zinsniveau des Kapitalmarkts gekoppelt und dürften gemäss Ernst über die nächsten drei Monate auf dem derzeitigen, wieder tieferen Niveau stabil bleiben.

Text: Stephan Ziegler

Bild: Marlies Beeler-Thurnheer



Raoul Egeli:

Umfassendes Bild.

«Liquidität ist die Atemluft jedes Unternehmens»

In der dritten Generation führt Raoul Egeli aus Teufen die Egeli-Gruppe mit 220 Mitarbeitern in St.Gallen, Arbon, Basel, Bern, Lugano und Zürich. Als Präsident des Verbandes Creditreform und von Creditreform International stehen die Interessen von Gläubigern im Mittelpunkt seines Wirkens. Der Autor mehrerer Fachbücher zu Kredit- und Debitorenmanagement weiss, worauf KMU besonders achten müssen.

Raoul Egeli, warum ist ein effektives Kredit- und Debitorenmanagement für Unternehmen so wichtig?

Liquidität ist die Atemluft jedes Unternehmens. Ohne liquide Mittel, um die eigenen Rechnungen zu begleichen, ist jede noch so gute Leistung des Unternehmens nutzlos. Das Geld in der Kasse kann nur aus eigenen Forderungen kommen. Deshalb gilt es, besonders darauf zu achten, dass dieses Geld auch fliesst – durch vorsorgende Bonitätsprüfungen und ein effizientes Inkasso.

Gegenwärtig machen wieder vermehrt sogenannte «Konkursreiter» Schlagzeilen. Wie wappnet man sich als KMU dagegen?

Das Problem beschäftigt uns schon seit Jahren. Konkursreiter werden von Unternehmen gegen ein Entgelt als einziger Vertreter ihrer eigentlich konkursreifen Firma gewählt, um diese abzuwickeln, während sie selbst ausscheiden. Diese «Bestatter» betreiben nicht selten ein doppeltes Spiel: Sie reiten die Firma in den Konkurs, bestellen vorher aber noch Waren, die sie nicht bezahlen und stattdessen weiterverkaufen. Wir von Creditreform erkennen dank vertiefter Analysen die Machenschaften solcher Personen frühzeitig. Unsere Mitglieder werden ohne Zeitverzug informiert und können die notwendigen Massnahmen ergreifen.

«Gerade die Bewirtschaftung der Bestandskunden wird gerne vernachlässigt.»

Welche Risiken bestehen, wenn Unternehmen das Kredit- und Debitorenmanagement vernachlässigen?

Sie verlieren unnötig wichtige Umsatzprozente. Wenn ein Unternehmen Debitorenverluste von 1,5 Prozent erleidet, macht das bei einem Umsatz von zwei Millionen satte 30'000 Franken aus. Bei einer Umsatzrendite von sechs Prozent kann dieser Debitorenverlust nur mit einem zusätzlichen Umsatz von einer halben Million Franken kompensiert

werden. Da liegt es nahe, alles zu tun, um die Debitorenverluste zu minimieren.

Wie kann eine gründliche Bonitätsprüfung dazu beitragen, Zahlungsverluste zu vermeiden?

Es lohnt sich immer, ein Problem an der Wurzel zu packen. Unsere Bonitätsauskünfte erlauben eine sehr zuverlässige Einschätzung, ob ein Kunde fähig ist, bei Lieferung auf Rechnung auch zu zahlen. Creditreform stellt auf breiter Datenbasis die dazu notwendigen Informationen zur Verfügung, damit sehr rasch entschieden werden kann.

«58 Prozent der Verfahren werden mangels Aktiven eingestellt, weitere 40 Prozent summarisch erledigt.»

Auf welche Bonitätskriterien sollten Firmen bei der Aufnahme neuer Kundenbeziehungen achten?

Eine Prüfung der Kreditwürdigkeit oder auch das Monitoring eines Kundenbestandes hängt nicht von einzelnen Kriterien ab. Es geht darum, sich ein umfassendes Bild zu machen. Dabei spielen Zahlungserfahrungen, Inkassofälle, Betreibungen, Verlustscheine, amtliche Meldungen wie Konkurse, Vernetzungen, aber auch Rechtsform, Branche oder das Alter einer Firma eine Rolle.

Welche Tools empfiehlt Creditreform zur Bewertung der Bonität neuer Kunden?

Das hängt ganz vom Kunden ab. Je grösser der Kundenstamm, desto wichtiger ist die Systemintegration, um die Prozesse für die Kreditwürdigkeitsprüfung oder das Monitoring des Kundenstammes zu optimieren. Hat ein Kunde einen Online-Shop, ist die Systemintegration unerlässlich. Er kann aber auch über das Web zugreifen, Plug-ins in seine Shoplösung integrieren oder dank unserer Schnittstelle die Bonitätsprüfung direkt in seine Systeme integrieren.

Cool bleiben!

**Clevere Logistik
kombiniert mit
moderner Kühltechnik.**

Kontrolliert bei
2–5 Grad oder
Tiefkühler bei fro
-25 Grad. Ihre Ware
in besten Händen. Im
riesigen vollautomatis
Hochregallager bieten w
Platz für 12'000 Paletten.

Jetzt
Lagerplatz
reservieren:
071 387 35 10

Ungekühlte,
gekühlte oder
tiefgekühlte
Palettenplätze.



 **INDUSTRIEPARK.SG**



Wie wichtig ist es, regelmässig die Bonität bestehender Kunden zu überprüfen?

Gerade die Bewirtschaftung der Bestandskunden wird gerne vernachlässigt. Dabei ist es hier besonders wichtig, denn der Niedergang eines Unternehmens kommt meist schleichend. Solche Prozesse lassen sich mit unseren Tools frühzeitig erkennen. Dann kann es mitunter gelten, die Kreditlimiten anzupassen oder einen Lieferstopp vorzunehmen.

Welche Rolle spielen Wirtschaftsauskunfteien wie Creditreform im Kredit- und Debitorenmanagement?

Nur bei bestehenden Kunden gibt es einen Erfahrungsschatz über deren Zahlungsverhalten, allerdings ist dieser nur auf die eigenen Erfahrungen beschränkt. Bei Neukunden gibt es überhaupt keine Einschätzungsmöglichkeit. Wir schliessen in beiden Fällen diese Informationslücken und bereiten diese elektronisch so auf, dass eine Bonitätsprüfung jederzeit möglich ist. Damit sind wir ein wichtiger «Enabler» für die Wirtschaft, indem wir den Vertrauensvorschuss einer Lieferung auf Rechnung absichern. Ferner unterstützen wir unsere Kunden auch bei der Geltendmachung ihrer Forderung und übernehmen für sie das Inkasso.

Welche häufigen Fehler machen Unternehmen beim Management ihrer Debitoren, und wie können diese vermieden werden?

Forderungsverluste entstehen bereits bei der Akquisition und nicht erst bei der Rechnungsstellung. Es ist zwingend nötig, die Bonität eines Kunden bereits vor Vertragsabschluss zu prüfen. Viele Gläubiger denken immer noch, dass sie ihr Geld notfalls auf dem Betreibungsweg eintreiben können. Das ist ein Trugschluss. Gerade bei kleinen Forderungen sind die Betreibungskosten viel zu hoch. Die Beseitigung eines Rechtsvorschlages scheitert meistens schon daran, dass keine handschriftlich unterzeichnete Schuldanerkennung vorliegt, und ein Prozess lohnt sich meistens nicht.

Wie hoch sind die Erfolgchancen für die Gläubiger bei einem Firmenkonkurs?

Leider ist das nahezu hoffnungslos, wie ein Blick in die Statistik zeigt. 58 Prozent der Verfahren werden mangels Aktiven eingestellt, weitere 40 Prozent summarisch erledigt. Knapp zwei Prozent der Verfahren werden widerrufen. Es gibt in der Schweiz jährlich nur noch rund ein Dutzend ordentliche Konkursverfahren, die in der Regel ausseramtlich abgewickelt werden. Erschreckend tief ist dann noch die zu erwartende Konkursdividende. Sie liegt im Schnitt bei weniger als drei Prozent. Bei einem zu erwartenden Kostenvorschuss von 5000 Franken lohnt sich das also erst ab einer Forderung von 150'000 Franken.

«Forderungsverluste entstehen bereits bei der Akquisition und nicht erst bei der Rechnungsstellung.»

Wie sollten Unternehmen mit Kunden umgehen, die bereits Zahlungsprobleme hatten?

Jeder Kunde erhält eine Lieferung oder Leistung. Als Lieferant gilt es dabei zu entscheiden, ob und bis zu welchem Betrag man in Vorleistung geht, also auf Rechnung liefert. Sind die Zahlungsprobleme zu gravierend, muss man zwingend eine Vorauszahlung verlangen. Dann wird sich rasch zeigen, ob der Kunde dazu in der Lage ist.

Text: Stephan Ziegler

Bilder: Marlies Beeler-Thurnheer



Liquiditätsmanagement – auf die richtige Balance kommts an

Liquidität schafft Vertrauen – bei Lieferanten, Geschäftspartnern und Mitarbeitenden. Doch: Wie viele flüssige Mittel sind optimal? Ein Zuviel bedeutet Renditeverzicht. Hält man zu wenig, geht unternehmerischer Spielraum verloren. Ein Balanceakt.

Zu einer verantwortungsbewussten Unternehmensführung gehört auch die Steuerung der flüssigen Mittel. Die kurzfristig verfügbare Liquiditätsreserve ist dabei ein wichtiger Puffer. Die Rücklagen auf dem Geschäftskonto sind entscheidend, um Löhne und Lieferantenrechnungen bezahlen zu können – und zwar auch in schwierigen Zeiten. So haben viele Firmen beispielsweise nach der Finanzkrise ihre Reserven aufgestockt, um auf die nächste Krise vorbereitet zu sein. Und die Coronakrise hat gezeigt, dass es trotz vollen Auftragsbüchern schnell zu Liquiditätsengpässen kommen kann. Entweder, weil es auf Kundenseite zu Zahlungsausfällen kommt oder unvorhergesehene Investitionen nötig sind.

Zielkonflikt zwischen Liquidität und Rentabilität

Die Sicherheit eines zu üppigen Liquiditätspolsters hat aber seinen Preis. Denn wer aus Angst zu stark auf Nummer sicher geht, verzichtet auf Rendite oder verpasst attraktive Anlagemöglichkeiten. Und über einen längeren Zeitraum gesehen, schmälert ungenutzte Liquidität nicht nur den Unternehmensgewinn, sondern kann auch zu Verzögerungen bei wichtigen Investitionen führen. Drängende Aufgaben, die für den langfristigen Erfolg notwendig wären, werden nicht angepackt – das Unternehmenswachstum stagniert. «Jedes Unternehmen steht im Zielkonflikt zwischen Liquidität und Rentabilität», sagt denn auch Bernd Geisenberger, Leiter Firmenkunden bei der Migros Bank. «Die Wahrheit liegt irgendwo in der Mitte». Denn eine allgemeingültige Formel für den optimalen Liquiditätsgrad von Unternehmen gibt es nicht. «Die optimale Höhe liquider Mittel unterscheidet sich zum Beispiel aufgrund saisonaler Schwankungen von Branche zu Branche oder sogar von Unternehmen zu Unternehmen.» Zentrale Führungsaufgabe bleibt also: die individuelle Überwachung des aktuellen Liquiditätsstatus, die kurzfristige Liquiditätsvorschau für das operative Geschäft und die mittel- bis langfristige Planung der Liquidität für strategische Entscheidungen.

Liquiditätsplanung: operativ, strategisch und überschüssig

Vereinfacht ausgedrückt gibt es drei Liquiditätskategorien: die operative, die strategische und die überschüssige Liquidität. Mit der operativen Liquidität decken Sie die regelmässig

anfallenden Ausgaben Ihres Unternehmens ab. Sie gehört auf ein Bankkonto, damit Sie jederzeit auf diese Gelder zurückgreifen können. Die strategische Liquidität dient der Finanzierung Ihrer mittelfristigen Planung, zum Beispiel für eine Expansion oder Ersatz-/Erweiterungsinvestitionen. Als überschüssige Liquidität gelten alle Gelder, die Sie nicht fürs Tagesgeschäft brauchen und die auch nicht strategisch geplant sind – also das, was übrigbleibt, wenn Sie von Ihrem gesamten Cash-Bestand die operative und die strategische Liquidität abziehen. Diesen Überschuss können Sie frei anlegen. Sowohl die strategische wie auch die überschüssige Liquidität eignen sich für sichere, verzinsliche Anlagen mit unterschiedlichen Laufzeiten.

Liquiditätsmanagement: Sicherheit trotz maximaler Flexibilität

Anlagemöglichkeiten für die liquiden Mittel von Unternehmen gibt es viele: von Aktien und Währungen über Anleihen, Rohstoffe und Geldmarktfonds bis hin zu Derivaten. Aber auch schon ein Festgeld kann eine sich lohnende Alternative zu Guthaben auf Ihrem Kontokorrent sein. Denn bei einer kurzfristigen Anlage von 1 bis 12 Monaten erhalten Sie einen festgelegten Zinssatz auf Ihr Kapital. Ziel des Liquiditätsmanagements ist es, durch Diversifikation zu einem optimierten Portfolio zu kommen. Im Ergebnis zeigt sich ein agiler Performance-Teppich, dessen Muster sich mit jeder Anpassung verändert.

MIGROS BANK



Möchten Sie das ganze Potential Ihrer Liquidität ausschöpfen? In einer kostenlosen Beratung erstellen wir gerne gemeinsam mit Ihnen eine Liquiditätsplanung: Vereinbaren Sie einen kostenlosen Beratungstermin.

Eigen- oder Fremdfinanzierung für KMU: Abwägen lohnt sich

Für kleine und mittlere Unternehmen stellt die Finanzierung eine entscheidende Grundlage für Wachstum, Stabilität und Erfolg dar. Ob Eigen- oder Fremdfinanzierung: Jede Methode hat ihre Vor- und Nachteile, die es zu verstehen und abzuwägen gilt, um die beste Finanzierungsstrategie für das jeweilige Unternehmen zu wählen. Edmund Mayer, Leiter Firmenkunden Ostschweiz bei der Migros Bank, weiss, worauf man dabei besonders achten muss.



Eigenfinanzierung bedeutet, dass das Unternehmen Kapital aus eigenen Mitteln oder von seinen Eigentümern respektive Gesellschaftern erhält. Dies kann durch Einlagen der Eigentümer, Reinvestition von Gewinnen oder Ausgabe von neuen Anteilen erfolgen.

Unabhängigkeit und Kontrolle ...

«Die Eigenfinanzierung bietet Unabhängigkeit und Kontrolle, da die Eigentümer die volle Kontrolle über das Unternehmen behalten und keine Entscheidungsbefugnisse abgeben. Zudem verursacht Eigenkapital keine Zinskosten, was die finanzielle Belastung des Unternehmens verringert», sagt Edmund Mayer. Ein hohes Eigenkapital verbessere die Kreditwürdigkeit des Unternehmens und erhöhe die finanzielle Stabilität, wodurch die Insolvenzgefahr reduziert werde. Und: «Eigenkapitalgeber sind oft langfristig orientiert und unterstützen nachhaltiges Wachstum.» Die Menge an Eigenkapital ist allerdings begrenzt und hängt von den finanziellen Möglichkeiten der Eigentümer ab, da sie direkt am Unternehmen beteiligt sind und so ein höheres finanzielles Risiko tragen. «Eigenkapitalgeber erwarten in der Regel eine höhere Rendite als Fremdkapitalgeber, was den Druck auf das Unternehmen erhöhen kann, profitabel zu sein», gibt Mayer zu bedenken. Ebenfalls wichtig zu beachten: «Bei der Ausgabe neuer Anteile kann es zur Verringerung der bestehenden Eigentümeranteile kommen.»

Die Fremdfinanzierung bezieht sich auf die Aufnahme von Kapital durch Kredite oder die Ausgabe von Anleihen. Das Kapital stammt von externen Gläubigern, die im Gegenzug regelmäßige Zinszahlungen und die Rückzahlung des Kapitals erwarten.

... vs. Zugang zu grösseren Kapitalmengen

«Fremdfinanzierung ermöglicht den Zugang zu grösseren Kapitalmengen, als es durch Eigenfinanzierung möglich wäre», hebt Edmund Mayer einen wesentlichen Vorteil hervor. Zinsaufwendungen sind in vielen Ländern, darunter die Schweiz, abzugsfähig, was die steuerliche Belastung des Unternehmens mindern kann. Und in der Familien-KMU-Landschaft Schweiz auch nicht unwichtig: «Die Eigentümer behalten ihre Anteile und die Kontrolle über das Unternehmen.»

«Regelmässige Zinszahlungen und die Rückzahlung des Kapitals belasten allerdings die Liquidität des Unternehmens und erhöhen das Insolvenzrisiko bei Zahlungsunfähigkeit», gibt der Migros-Bankier zu bedenken. Kreditgeber können auch bestimmte Auflagen und Einschränkungen (Covenants) auferlegen, die die unternehmerische Freiheit einschränken. «Dann hängen natürlich die Konditionen der Fremdfinanzierung stark von der Bonität des Unternehmens ab; eine schwache Bonität kann zu hohen Zinsen und erschwertem Zugang zu Fremdkapital führen», so Edmund Mayer.

Die gängigsten Quellen für Fremdkapital

Traditionell ist der Bankkredit eine der häufigsten Quellen für Fremdkapital. «Banken bieten verschiedene Kreditarten an, wie kurzfristige Betriebsmittelkredite, langfristige Investitionskredite oder spezielle Förderkredite für bestimmte Branchen oder Projekte», weiss Mayer.

Daneben gibt es auch staatliche Förderprogramme, die speziell auf die Bedürfnisse von KMU zugeschnitten sind. Diese können zinsgünstige Darlehen, Zuschüsse oder Bürgschaften umfassen. «In der Schweiz bieten etwa der Bund und kantonale Institutionen wie die BG OST-SÜD solche Förderungen an.» Leasing ist eine weitere Möglichkeit, Ausrüstungen oder Fahr-

zeuge zu finanzieren, ohne die Liquidität des Unternehmens zu belasten.

Business Angels nicht vergessen

«Für sehr kleine Unternehmen oder Start-ups können Mikrokredite eine geeignete Option sein», zählt Mayer eine weitere Option auf. Diese werden oft von spezialisierten Mikrofinanzinstituten oder gemeinnützigen Organisationen angeboten. «Auch wohlhabende Einzelpersonen oder Gruppen von Investoren, auch bekannt als Business Angels, können eine Quelle für Fremdkapital sein. Diese Investoren bieten oft nicht nur Kapital, sondern auch wertvolle Expertise und Netzwerke», sagt Mayer.

Grössere KMU können Anleihen oder Schuldscheindarlehen emittieren, um Kapital von institutionellen oder privaten Anlegern zu beschaffen. «Diese Instrumente erfordern jedoch oft eine höhere Bonität und etablierte Marktpräsenz», präzisiert Edmund Mayer. Online-Plattformen ermöglichen es hingegen auch kleineren KMU und Start-ups, Kapital von einer grossen Anzahl von Kleinanlegern zu beschaffen. «Crowdfunding kann auf Eigenkapital basieren, während Crowdlending auf Darlehensbasis funktioniert.»

«Eigenkapitalgeber sind oft langfristig orientiert und unterstützen nachhaltiges Wachstum.»

Drum prüfe, wer sich bindet

Die Entscheidung zwischen Eigen- und Fremdfinanzierung hängt demnach von verschiedenen Faktoren ab, darunter die finanzielle Situation des Unternehmens, die strategischen Ziele, die Risikobereitschaft der Eigentümer und die Bedingungen des Kapitalmarktes. «Eigenfinanzierung bietet Vorteile in Bezug auf Unabhängigkeit, Stabilität und langfristige Orientierung, ist jedoch oft durch die begrenzte Verfügbarkeit von Kapital eingeschränkt. Fremdfinanzierung ermöglicht einen grösseren Kapitalzugang und steuerliche Vorteile, geht jedoch mit Zinsbelastungen und Rückzahlungsverpflichtungen einher und kann die Flexibilität des Unternehmens einschränken», fasst Edmund Mayer die Vor- und Nachteile zusammen. Die Einflussfaktoren auf die Stabilität eines Geschäftsmodells seien vielfältig. Daher ist es für die Unternehmen von Nutzen, einen Experten der Bank als Sparringpartner beizuziehen. Im Beratungsgespräch erhalten sie eine umfassende Analyse über die Situation ihrer Firma sowie Handlungsfelder für deren strategische Weiterentwicklung.

Für viele KMU könne eine Kombination aus beiden Finanzierungsformen Eigen- und Fremdfinanzierung die beste Lösung darstellen, um die jeweiligen Vorteile zu nutzen und die Nachteile zu minimieren. «Eine sorgfältige Analyse und Planung sind unerlässlich, um die optimale Finanzierungsstrategie zu entwickeln und erfolgreich umzusetzen – am besten mit Ihrer Hausbank», so Mayer abschliessend.

Text: Stephan Ziegler

Bild: Philipp Baer

Bürgschaften als Schlüssel zur Finanzierung

Oft ist die Finanzierung das Zünglein an der Waage, wenn es um die erfolgreiche Geschäftsentwicklung geht. Wenn Investoren fehlen oder die Bank aufgrund eines vermeintlich zu grossen Risikos oder aufgrund von regulatorischen Vorgaben Vorbehalte hat, steht die BG OST-SÜD bereit. Geschäftsführer Reto Hollenstein kennt die Vorteile und Voraussetzungen für eine KMU-Bürgschaft.

Reto Hollenstein, könnten Sie kurz erklären, was eine Bürgschaft ist und wie sie im Kontext der BG OST-SÜD funktioniert?

Gemäss Obligationenrecht ist die Bürgschaft ein einseitig verpflichtender Vertrag, bei dem sich der Bürge gegenüber dem Gläubiger des Hauptschuldners verpflichtet, für dessen Schuld einzustehen. Die Bürgschaft ist als Ergänzungsfinanzierung anzusehen. Bei der BG OST-SÜD Bürgschaftsgenossenschaft können leistungs- und entwicklungsfähige kleine und mittlere Unternehmen eine Bürgschaft beantragen. Bürgschaftsnehmer können Privatpersonen (für KMU-Zwecke), Personengesellschaften oder juristische Personen sein. Die Kreditfinanzierung übernimmt die Bank; sie ist in diesem Fall die Gläubigerin, die BG OST-SÜD die Sicherungsgeberin und das KMU der Hauptschuldner.

«2024 konnten wir über 40 Bürgschaftsgesuche mit einem Volumen von rund 14 Millionen bewilligen.»

Welche spezifischen Vorteile bietet eine Bürgschaft für KMU?

Aufgrund von regulatorischen Voraussetzungen ist es den Banken nicht immer möglich, dem seitens KMU beantragten Kreditumfang nachzukommen. Dies gilt beispielsweise bei der Belehnung eines gewerblichen Objekts, wo die Belehnungshöhe tiefer angesetzt wird als bei einem Einfamilienhaus. Mit unserer Bürgschaft kann die Bank die Hypothek grundsätzlich mit einem höheren Betrag bemessen, was sich für den Eigentümer positiv auswirkt, da er weniger Eigenmittel einbringen muss und somit die Liquidität des Unternehmens geschont wird. Mit einer Bürgschaft der BG OST-SÜD erhält die finanzierende Bank eine exzellente Sicherheit und kann so Finanzierungen tätigen, die sonst nicht oder nur mit vielen Auflagen bewilligt werden könnten.

In welchen Situationen sollten Unternehmen in Erwägung ziehen, eine Bürgschaft in Anspruch zu nehmen?

Wie erwähnt, könnte eine solche Situation beim Erwerb oder dem Neubau einer Betriebsliegenschaft eintreten, da oftmals in der Praxis die Eigenmittel im benötigten Umfang von rund 30 Prozent nicht zur Verfügung stehen. Die BG OST-SÜD unterstützt KMU aller Branchen auch bei Nachfolgeregelungen, Unternehmenskäufen, Liquiditätssicherung, Investitionen in mobile Sachanlagen und mehr.

Und welche Voraussetzungen müssen Unternehmen erfüllen, um eine Bürgschaft zu erhalten?

Voraussetzung sind die positive Kreditwürdigkeit sowie -fähigkeit des Unternehmens und deren Exponenten. Wie die Banken analysieren wir die letzten Jahresabschlüsse und die Planzahlen, erstellen eine Tragbarkeitsrechnung und prüfen das Geschäftsmodell und die Exponenten.

Können Sie Beispiele für erfolgreiche Projekte nennen, die von einer Bürgschaft profitiert haben?

Die BG OST-SÜD mit Sitz in St.Gallen ist für 13 Kantone der Deutschschweiz sowie den Kanton Tessin zuständig. Im laufenden Jahr konnten wir schon über 40 Bürgschaftsgesuche mit einem Volumen von rund 14'000'000 Franken bewilligen. Als Beispiel für eine erfolgreiche Zusammenarbeit sei hier die Firma «La Bikeria» in Surrein im Kanton Graubünden erwähnt: Wir durften den Geschäftsinhaber bei der Realisierung eines Neubaus mit Laden und Werkstatt unterstützen. Im April 2024 fand die Geschäftseröffnung statt (siehe auch bgost.ch).

Wie sieht der Antragsprozess für eine Bürgschaft aus?

Der Antragsprozess startet mit dem Ausfüllen des Bürgschaftsgesuches auf bgost.ch. Dem Gesuch sind die Jahresabschlüsse der letzten drei Jahre, ein Budget inklusive Liquiditätsplanung sowie ein Unternehmensbeschrieb, der aktuelle Betriebsauszug, der Lebenslauf und die private Steuererklärung beizulegen. Geht es um eine Bürgschaft im Zusammenhang mit einer Betriebsliegenschaft, so sind weitere Unterlagen wie eine aktuelle Verkehrswertschätzung bzw. die Baukosten bei einem Neubau beizulegen. Je nach Finanzierungszweck können weitere Unterlagen erforderlich sein. Der Gesuchsteller erhält mit der Einreichung des Bürgschaftsgesuches eine Auflistung aller einzureichenden Unterlagen.

Was kostet mich eine Bürgschaft?

Wir verlangen eine Gesuchsprüfungsgebühr zwischen 500 und 3500 Franken, je nach Höhe der Bürgschaft. Die Risikoprämie beträgt 1,25 Prozent der Bürgschaftssumme per Jahr, die Dossierführungsgebühr 125 bis 250 Franken pro Jahr und Bürgschaft.

Und was passiert, wenn eine Bürgschaft zur Zahlung fällig wird?

Bei einem Konkurs fordert die Gläubigerbank den noch offenen und durch die BG OST-SÜD verbürgten Betrag schriftlich bei uns ein. Der Betrag wird anschliessend fristgerecht durch uns an die Bank vergütet. Spezielle Kosten werden unsererseits durch die Inanspruchnahme der Bürgschaft nicht in Rechnung gestellt.

«Mit einer Bürgschaft erhalten KMU Zugang zu Finanzierungen, die sonst schwer zuerreichen wären.»

Wie unterstützt die BG OST-SÜD Unternehmen nach der Genehmigung einer Bürgschaft weiterhin?

Auch nach Vertragsabschluss sind wir weiterhin in Kontakt mit dem Unternehmen. Dieses reicht uns jährlich den Jahresabschluss ein, den wir intern analysieren und gegebenenfalls mit dem Kunden besprechen. In Rücksprache mit der finanzierenden Bank können wir das KMU bei einem Liquiditätspass beispielsweise mittels Sistierung der Amortisation für eine gewisse Zeit unterstützen. Selbstverständlich stehen wir auch für eine Erhöhung einer Bürgschaft gerne zur Verfügung.

Text: Stephan Ziegler

Bild: Marlies Beeler-Thurnheer

UNTERNEHMER- GEIST KENNT SCHLISSLICH AUCH KEINE GRENZEN.

WER VIEL VORHAT, KOMMT ZU UNS.

Sind wir in der Schweiz? Noch in Österreich? Oder schon in Deutschland? Mitten auf dem Bodensee sind Grenzen nicht spürbar. Und genau so fühlen sich Bankgeschäfte mit der Hypo Vorarlberg an: Ausgezeichnete Beratung und schnelle Entscheidungen sind bei uns länderübergreifend Standard.

Hypo Vorarlberg Bank AG, Bregenz,
Zweigniederlassung St. Gallen, Bankgasse 1,
T +41 71 228 85 00, www.hypobank.ch



Arbon, Bodensee

HYPO
VORARLBERG

CREDIWEB

**VERLUSTE
VERMEIDET
MAN ONLINE**

Mit dem cleveren Monitoring von Creditreform behalten Sie stets den Überblick. Wenn sich etwas Relevantes bei Ihren Kunden ändert, erfahren Sie es zuerst. Und können so Verluste rechtzeitig vorbeugen. Doch das ist nur eines der guten Argumente für CrediWEB – die weiteren Vorteile erfahren Sie auf www.crediweb.ch.

Basel
info@basel.creditreform.ch

Bern
info@bern.creditreform.ch

Lausanne
info@lausanne.creditreform.ch

Lugano
info@lugano.creditreform.ch

Luzern
info@luzern.creditreform.ch

St.Gallen
info@st.gallen.creditreform.ch

Zürich
info@zuerich.creditreform.ch

Creditreform

cross-ING AG: Pure cross Engineering

Die cross-ING AG, mit Hauptsitz in Winterthur, ist ein führendes Unternehmen im Bereich cross Engineering und Produktentwicklung. Sie fördert innovative Methoden, die interdisziplinäre Zusammenarbeit und technologische Integration. Seit der Gründung 2019 durch Hans-Peter Gemperli hat sich die cross-ING AG einen starken Ruf aufgebaut, indem sie massgeschneiderte Lösungen für Unternehmen jeder Größe anbietet.



Die cross-ING AG ist auf Wachstumskurs. In weniger als 2 Jahren wurde die cross-ING Bodensee AG unter der Leitung von Markus Baffy gegründet. Er und sein Team sind in Kreuzlingen und in St. Gallen zu finden und haben sich bereits als zentrale Anlaufstelle für innovative Engineering-Lösungen, mit Fokus auf mehr Durchsatz und tiefere Kosten, in der Region etabliert. Das Unternehmen plant, seine Marktpräsenz weiter auszubauen und seine Dienstleistungen, weiter mit Kompetenzzentren zu diversifizieren. Generell dreht sich bei den Dienstleistungen alles rund um die interdisziplinäre Produktentwicklung in den Bereichen Mechanical-, Electrical- und Software-Engineering und zusätzlich Industrialisierung.

cross-ING sucht kontinuierlich nach engagierten Personen, die wie Markus Baffy, in ihrer Region einen eigenen Standort aufbauen und leiten möchten. Nach spätestens drei erfolgreichen Jahren gehört die lokale Aktiengesellschaft mehrheitlich der Gründerin oder dem Gründer. cross-ING übernimmt dabei administrative Aufgaben sowie die Qualitätssicherung. Mit klarem Fokus, qualifizierten Experten und einer authentischen Werthaltung ist die cross-ING AG bestens gerüstet, um auch in Zukunft das richtige Wissen zum richtigen Zeitpunkt im Bereich Engineering- und Beratungskapazität zur Verfügung zu stellen.

Seit 2022 ist cross-ING auch in der Region Bodensee vertreten. Innerhalb von nur knapp 2 Jahren entstand hier durch Markus Baffy die cross-ING Bodensee AG. Er und sein 16-köpfiges Team sind an den Standorten Kreuzlingen und St.Gallen mit einer sehr tiefen und breiten Wertschöpfungskette vertreten.

Das Unternehmen setzt auf einen interdisziplinären Ansatz, der Kundenorientierung und technologischen Fortschritt vereint. Heute, fünf Jahre nach der Gründung, betreibt die cross-ING AG 9 Standorte mit 11 Competence Centern und über 150 Mitarbeitenden. Sie ist sowohl national als auch international aktiv und bietet eine breite Palette an Ingenieursdienstleistungen, die speziell auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind. Der Fokus liegt dabei auf der interdisziplinären Verknüpfung der Fachbereiche.

Um an der Spitze zu bleiben, investiert cross-ING kontinuierlich in ihre Mitarbeitenden, in Entwicklung und Weiterbildung und sichert sich durch enge Kooperationen sowie internationale Fachkonferenzen stets die neuesten Trends, um Kunden fortschrittliche Lösungen zu bieten. Der Erfolg von cross-ING basiert auf einer starken Kundenorientierung und dem Verständnis für die individuellen Bedürfnisse und Ziele der Kunden. Dies hat zu einer beeindruckenden Erfolgsbilanz bei der Umsetzung komplexer Projekte und der Erzielung messbarer Ergebnisse geführt.



Markus Baffy

CEO cross-ING Bodensee AG
Dipl. Wirtschaftsingenieur
m.baffy@cross-ING.ch
071 220 92 50

cross-ING Bodensee AG

Redingstrasse 2
8280 Kreuzlingen

cross-ING Bodensee AG

Breitfeldstrasse 13
9015 St Gallen

www.cross-ING.ch/bodensee



«Richtung stimmt, Risiko möglicher Vorsorgelücken bleibt»

Am 22. September 2024 stimmt die Schweiz über eine komplexe Pensionskassen-Reform ab. Sie zielt darauf ab, die Finanzierung der 2. Säule zu stärken, Rentenlücken für Teilzeiterwerbstätige und Personen mit tiefen Einkommen zu schliessen sowie die Arbeitsmarktchancen älterer Angestellter zu verbessern. Alessandro Sgro, Chief Investment Officer der St.Galler Vermögensverwalterin Cronberg AG, umreist die Konsequenzen der Vorlage und weshalb es sowohl für Arbeitgeber als auch für Arbeitnehmer unerlässlich bleibt, die persönliche Vorsorge frühzeitig zu planen.

Alessandro Sgro, was bringt die Vorlage für Änderungen?

Die BVG-Reform verfolgt drei wesentliche Ziele: Erstens mehr finanzielle Stabilität bei den Vorsorgeeinrichtungen, indem der Umwandlungssatz gesenkt wird. Zweitens einen leichteren Zugang zur 2. Säule für Personen mit niedrigeren Einkommen aufgrund der Reduktion der Eintrittsschwelle, und drittens die Verbesserung der Arbeitsmarktchancen von älteren Arbeitnehmern mit der Reduktion der Sparbeiträge. Für einen Grossteil der arbeitenden Bevölkerung ändert sich allerdings kaum etwas.

Weshalb?

Die meisten Änderungen betreffen Personen in Pensionskassen, die nur das Obligatorium versichert haben. Davon betroffen sind etwa 14 Prozent aller Versicherten. Die überwiegende Mehrheit der Vorsorgeeinrichtungen setzt bereits heute Massnahmen um, die über die gesetzlichen Vorschriften hinausgehen.

«Die Rentenzuschläge für die Übergangsgenerationen werden auf 11,3 Milliarden geschätzt.»

Was ändert sich für die, welche nur im BVG-Minimum versichert sind, konkret?

Der Mindestumwandlungssatz wird von 6,8 auf 6,0 Prozent gesenkt. Zudem wird die Eintrittsschwelle von 22'050 auf 19'845 Franken Jahreslohn reduziert. Damit erhalten zusätzlich rund 70'000 Arbeitnehmer Zugang zur beruflichen Vorsorge. Auch viele Mehrfachbeschäftigte sind künftig besser versichert.

Eine Senkung des Umwandlungssatzes kommt einer Rentenkürzung gleich ...

... bei einem gleichbleibenden Altersguthaben, das stimmt. Deshalb sieht die Reform vor, dass ein höherer Betrag ange-

spart werden kann, um die Senkung des Umwandlungssatzes zu kompensieren und das Leistungsniveau der Rente zu erhalten. Dafür wird der fixe Koordinationsabzug von 25'725 Franken durch einen prozentualen Wert ersetzt: Neu werden 80 Prozent der Lohnsumme versichert, was gerade bei Personen mit niedrigen Einkommen viel ausmacht. Zudem werden die Sparbeiträge angepasst: Für junge Versicherte werden die Beiträge von 7 auf 9 Prozent angehoben, damit sie mehr von der langfristigen Verzinsung profitieren können. Im Gegenzug wird der höchste Beitragssatz von 18 auf 14 Prozent gesenkt, wodurch die Beschäftigung älterer Angestellter für Unternehmen finanziell attraktiver wird.

«Bei Löhnen über 132'300 Franken kann es sich lohnen, einen 1e-Vorsorgeplan umzusetzen.»

Sind auch Massnahmen für ältere Arbeitnehmer vorgesehen, die mit den Anpassungen weniger ansparen können und zugleich vom tieferen Umwandlungssatz betroffen sind?

Die 15 Übergangsjahrgänge erhalten je nach Alter einen monatlichen Zuschlag von bis zu 200 Franken, sofern das voraussichtliche Altersguthaben bei der Pensionierung unter 441'000 Franken liegt. Etwa die Hälfte der Versicherten in dieser Generation erfüllt diese Anspruchsvoraussetzungen. Die Rentenzuschläge für die Übergangsgenerationen werden insgesamt auf 11,3 Milliarden Franken geschätzt.

Wer finanziert das?

Die Vorsorgeeinrichtungen müssen das nötige Kapital aufbringen. Ein Teil davon kommt als Zuschuss aus dem Sicherheitsfonds, der von den Pensionskassen getragen wird. Der Rest wird je nach finanzieller Situation der jeweiligen Kasse über höhere Lohnbeiträge gedeckt. In anderen Worten: Alle Arbeitgeber und Versicherte werden direkt und indirekt einen Beitrag leisten.

Ist das nicht wieder eine Umverteilung?

Ja, und das ist ein berechtigter Kritikpunkt. Abstimmungsvorlagen sind immer ein Kompromiss der politischen Prozesse und nie perfekt. Es ist ein konstantes Abwägen zwischen den Vor- und Nachteilen, was es einem Wert ist, geplante Änderungen umzusetzen. In der aktuellen Vorlage profitieren in erster Linie Arbeitnehmer mit niedrigen Löhnen sowie Teilzeitbeschäftigte, da ihnen nun der Zugang zur beruflichen Vorsorge eröffnet wird. Es sind grundsätzlich aber alle besser gestellt, da der versicherte Lohn durch die Reform erhöht wird. Ab einem Einkommen ab 88'200 Franken spürt man aber auch die Grenzen.

Was ist denn mit Löhnen über 88'200 Franken?

Bei höheren Einkommen profitiert man zwar auch vom gesenkten Koordinationsabzug. Dennoch bleibt der maximal versicherbare Lohn im Obligatorium beim genannten Betrag. Die AHV-Rente sollte zusammen mit der PK-Rente etwa 60 Prozent des letzten Salärs erreichen, um die Weiterführung des gewohnten Lebensstandards sicherzustellen. Durch den reduzierten Umwandlungssatz wird es jedoch unwahrscheinlicher, dieses Ziel zu erreichen, was bei Personen mit höheren Einkommen zu einer grösseren Vorsorgelücke führen könnte.

Und was kann man dagegen tun?

Sofern dies vom Arbeitgeber angeboten wird, besteht die Möglichkeit zum Wechsel in ein attraktiveres Pensionskassenmodell mit überobligatorischem Teil. Bei Löhnen über

132'300 Franken kann es sich auch lohnen, einen 1e-Vorsorgeplan umzusetzen. Dieser ermöglicht es Versicherten, den überobligatorischen Teil ihrer Vorsorge flexibler auf die individuellen Bedürfnisse auszugestalten und in renditestärkere Anlagen zu investieren.

«Die AHV-Rente sollte zusammen mit der Pensionskasse 60 Prozent des letzten Salärs erreichen.»

Welche Rolle spielt dabei die private Vorsorge?

Eine wichtige, sei es über die steuerbegünstigte Säule 3a oder über ein separates Wertschriftendepot. Hier bietet sich der höchste Grad an Selbstbestimmung und die Möglichkeit, die Anlagestrategie optimal auf die persönlichen Bedürfnisse und Ziele im Alter abzustimmen. Welche Möglichkeiten genutzt werden sollen, lässt sich nicht pauschal beantworten; das ist sehr individuell. Klar ist: Die eigenverantwortliche und frühzeitige Vorsorge spielt unabhängig vom Ausgang der Abstimmung eine wichtige Rolle, um mögliche Vorsorgelücke zu schliessen. Dabei können kleine Massnahmen eine grosse Wirkung auf das Alterskapital entfalten.

Anzeige

Betriebsliegenschaft finanzieren?

Wir bürgen für Sie

BG OST-SÜD Bürgschaftsgenossenschaft für KMU
071 242 00 60 – www.bgost.ch

BGOST
CFSUD



Also empfiehlt sich der Gang zum Fachmann.

Auf jeden Fall. Die richtige Vorsorgeplanung hängt von verschiedenen Faktoren ab und kann sehr komplex sein. Bei uns ist die Vorsorgesituation der Kunden ein wichtiger Bestandteil der umfassenden Betreuung im Rahmen einer Finanzplanung. Die heuer neu eingeführten Cronberg-Vorsorgelösungen gewinnen zunehmend an Beliebtheit, weil sich nun unsere einzigartige und langjährig erfolgreiche Selektionsmethodik auch in den Vorsorgelösungen umsetzen lässt.

«Eine attraktive Pensionskasse ist ein Differenzierungsmerkmal bei der Gewinnung der besten Talente.»

Zum Schluss: Was bedeutet die Reform für Unternehmer sowie KMU konkret?

Sie bringt zwar höhere Kosten zur Finanzierung der Übergangsgenerationen und erhöhte Sparbeiträge mit sich. Das betrifft allerdings nicht alle gleich. Auf der anderen Seite ist eine attraktiv ausgestaltete Pensionskasse in einer Zeit des Arbeitskräftemangels ein wesentliches Differenzierungsmerkmal eines Arbeitgebers bei der Gewinnung der besten Talente.

Text: Stephan Ziegler

Bilder: Marlies Beeler-Thurnheer

Anzeige

Jetzt mehr erfahren:

Wie bringen wir Schwung in St.Gallens Energiezukunft?

Wir haben die Antwort.
Machen Sie es wie VeloFlicki & FeiniVelos und bestellen Sie jetzt Solarstrom von der St.Galler Solar Community. www.sgs.ch/community

sgsw
St.Galler Stadtwerke

ST.GALLER
SOLAR
COMMUNITY

Sie kennt den Modegeschmack zahlreicher Frauen

Marijana Pajovic ist mit Leib und Seele Modeberaterin. Seit zwölf Jahren arbeitet sie beim Familienunternehmen Mode Weber in St.Gallen. Die 28-jährige Thurgauerin weiss auch mit anspruchsvollen Kundinnen umzugehen.

Der Sommer ist noch nicht vorbei, doch in den Modegeschäften ist bereits der Herbst spürbar. Auch bei Mode Weber ist die neue Herbst-/Winter-Kollektion eingetroffen. Im ersten Stock des Hauptgebäudes in St.Gallen stöbern einige Frauen in den Neuheiten. Modeberaterin Marijana Pajovic geht auf eine von ihnen zu und begrüsst sie freundlich – mit Namen. Diese lächelt, als sie Pajovic sieht und grüsst zurück.

«Sie ist eine Stammkundin, wir kennen uns schon lange», wird die Modeberaterin später sagen. Sie fragt die Kundin, ob sie etwas Bestimmtes suche. Sie verneint und sagt, sie wolle sich etwas umschauen. «Sehr gerne», sagt Marijana Pajovic und fügt an: «Wenn Sie eine Frage haben, rufen Sie einfach.» Die Modeberaterin nimmt der Kundin Mantel und Tasche ab, platziert beides hinter dem Tresen und lässt die Kundin die Auswahl durchsehen. Sie selbst hält sich diskret im Hintergrund auf. «Ich mag es auch nicht, wenn man mich in einem Laden auf Schritt und Tritt verfolgt, obwohl ich nur einmal schauen möchte», sagt sie. «Ich akzeptiere den Entscheid der Kundschaft, bin aber sofort zur Stelle, wenn sie mich brauchen.»

«Man sieht sofort, wenn sich jemand in der Kleidung nicht wohlfühlt.»

Anspruchsvolle Kundinnen

Marijana Pajovic arbeitet seit zwölf Jahren als Detailhandelsfachfrau im Bereich Modeberatung bei Mode Weber. Die 28-Jährige hat bereits die Ausbildung im St.Galler Traditionsunternehmen absolviert. «Mir gefällt die familiäre Atmosphäre, die im Betrieb herrscht», sagt sie. «Zudem habe ich in all den Jahren immer wieder die Möglichkeit bekommen, mich weiterzuentwickeln.»

Hierfür habe sie ihre Chefin Vera Weber, die mit ihren Eltern und ihrem Bruder das Unternehmen führt, immer wieder etwas «schubsen» müssen. «Dafür bin ich ihr sehr dankbar», sagt Marijana Pajovic und lacht. «Ich bin ein Gewohnheitstier und tue mich manchmal schwer mit Entscheidungen.» Bereut hat sie bisher keine. Im Gegenteil. Durch die stetige Weiterbildung in den verschiedenen Modebereichen hat sie sich viel Fachwissen und ein gutes Gespür für Menschen aneignen können.

Zusammen mit zwei Kolleginnen ist die Thurgauerin in der Abteilung für exklusive Damenmode für die Betreuung und Beratung der Kundinnen verantwortlich. Hier werden Kleider

von Top-Marken wie Akris, Missoni oder Dorothee Schumacher verkauft. «Die Kundschaft ist anspruchsvoll, was auch die Beratung anspruchsvoll macht.»

Dazu kommt, dass Marijana Pajovic deutlich jünger ist als ihre Kundinnen. Das war für sie zu Beginn eine grosse Herausforderung. «Ich wollte ernst genommen werden», sagt sie. «Ich konnte ihnen nicht einfach Kleider zeigen, die auch mir gefallen, sondern musste lernen, den Kundinnen gut zuzuhören und mich in sie hineinzufühlen.» Und das gelingt ihr immer wieder ausgesprochen gut und wird von den Kundinnen sehr geschätzt, wie ihre Chefin Vera Weber betont.

Schon als Kind «Verkäuferlis» gespielt

Die Kundin im ersten Stock hat inzwischen einige herbstliche Kleider gefunden. Die Kleider sowie eine weisse Stoffhose und ein weisser Strickpullover aus dem Ausverkauf trägt Marijana Pajovic nun in die Garderobe. Die Kundin probiert zunächst ein grünes Kleid. Sie dreht sich vor dem Spiegel auf alle Seiten, scheint nicht ganz zufrieden zu sein. Auch die Modeberaterin findet das Kleid nicht ideal, was sie ihr dann auch auf einfühlsame Weise sagt: «Ich denke, es gibt passendere Kleider für Sie.» Die Kundin stimmt ihr zu und verschwindet in der Umkleidekabine. Pajovic wartet, nimmt die Kleider zurück und hängt sie wieder verkaufsbereit an den Ständer. Einmal holt sie ein Kleid in einer kleineren Nummer, ein anderes Mal schaut sie nach, ob es das Stück noch in einer anderen Farbe gibt. «Leider nein», sagt sie vor dem Garderobenvorhang stehend. Die Kundin zieht das nächste Kleid an, doch auch das ist nicht so, wie sie sich das vorgestellt hat. «Wir probieren einfach weiter», sagt die Modeberaterin aufmunternd.

Schon als kleines Mädchen hat Marijana Pajovic gerne «Verkäuferlis» gespielt. Und dass es etwas mit Mode sein wird, war ebenfalls früh klar: Im Verkaufsladen, den sie zum Geburtstag bekommen hatte, ersetzte sie das Obst durch Kleider. Sie lacht, wenn sie heute daran denkt. «Meine Mutter sagte schon damals, dass ich sicherlich einmal in einem Modegeschäft arbeiten werde.»

Nach einem Schnupperpraktikum bewarb sie sich nach der Schule bei Mode Weber um eine Lehrstelle als Detailhandelsfachfrau Modeberatung. Pajovic bekam die Stelle und arbeitete die ersten eineinhalb Jahre in der Filiale in der Shopping-Arena. Als diese 2014 geschlossen wurde, kam sie ins Hauptgeschäft in der Stadt, wo sie in verschiedenen Abteilungen tätig war. Hier beendete sie ihre Ausbildung erfolgreich. Danach wechselte sie ins Geschäft im benachbarten Einkaufszentrum Webersbleiche, wo sie acht Jahre blieb.

Zurück im Hauptgeschäft an der St.Leonhardstrasse arbeitete sie zunächst im Untergeschoss und heute berät sie seit

Modeberaterin Marijana Pajovic wollte schon als Kind Verkäuferin werden.



bald zwei Jahren die Kundinnen im ersten Stock. Der Unterschied dieser beiden Abteilungen liegt im Modestil: Im Untergeschoss wird sportlich-elegante Casual-Mode angeboten und im ersten Stock exklusive Markenkleider im höheren Preissegment.

Auf dieser Etage befindet sich auch der Kundendienst, der ebenfalls zu Marijana Pajovics Aufgabenbereich gehört. Dabei unterstützt sie die stellvertretende Filialleiterin bei Reklamationen, Retouren und beim Warenumtausch. «Die Betreuung des Kundendienstes ist nicht ganz einfach», sagt Vera Weber. «Es braucht viel Feingefühl und einen guten Umgang mit der heterogenen Kundschaft – beides vereint Marijana Pajovic bestens.»

«Aufschwätzen bringt nichts»

In erster Linie ist die Thurgauerin, die in ihrer Freizeit gerne liest und wandert, aber Modeberaterin. «Ich liebe den Kontakt mit den Kundinnen und freue mich, wenn sie sich in den neuen Kleidern wohl fühlen und das Geschäft zufrieden verlassen», sagt sie. Es gebe die unterschiedlichsten Kundinnen. «Die einen wissen genau, was sie wollen und lassen sich nicht reinreden, die anderen sind offen und probieren gerne etwas Neues aus.» Beides sei spannend und herausfordernd. «Aber natürlich ist es für eine Modeberaterin besonders schön, wenn dir jemand das Vertrauen schenkt und du sie oder ihn von Kopf bis Fuss neu einkleiden darfst.»

Dabei ist es für Marijana Pajovic besonders wichtig, dem Kunden oder der Kundin nichts aufschwätzen zu wollen. «Das bringt nichts», sagt sie. «Man sieht sofort, wenn sich jemand in der Kleidung nicht wohlfühlt.»

Auch die Dame in der Kabine hat sich in den Kleidern, die sie bisher anprobierte, nicht wohlfühlt. Nun aber strahlt sie. Die Stoffhose und der Pullover, die sie angezogen hat, sitzen ihr wie angegossen. Auch Pajovic ist begeistert. «Da muss nichts mehr angepasst werden», sagt sie. «Diese Hose und dieser Pullover sind wie für Sie gemacht.» Die Kundin lächelt, verschwindet in der Kabine und zieht sich um.

Marijana Pajovic nimmt die Kleider entgegen und geht zur Kasse. Kurze Zeit später folgt ihr die Kundin. Sie bedankt sich für die gute Beratung. Beide lächeln und Pajovic freut sich, wieder eine Kundin glücklich gemacht zu haben.

Marijana Pajovic, Mode Weber

In der Rubrik Fachkraft porträtieren wir in loser Folge Mitarbeitende von Ostschweizer Firmen, die in der Regel nicht im Rampenlicht stehen, für ihren Betrieb aber wertvoll sind. Marijana Pajovic ist Modeberaterin bei Mode Weber in St.Gallen, dem führenden Ostschweizer Modehaus für Damen- und Herrenmode. Das Familienunternehmen wurde 1919 von Ernst und Anna Weber gegründet und wird heute in der dritten und vierten Generation geführt. Zur Mode-Weber-Gruppe gehören neben den sieben grossen Multilabel-Stores das Schuhhaus Elisabeth Berger, die Weber Butikk sowie mehrere Street-One-Shops und Marc-Cain-Stores in der Ostschweiz. Das Unternehmen beschäftigt insgesamt über 200 Mitarbeitende.

Text: Marion Loher

Bild: Marlies Beeler-Thurnheer



Selma Kuyas:

**Menschen
vertrauen Menschen.**

Corporate Influencer: Wundermittel für Arbeitgebermarken?

Corporate Influencer sind in aller Munde – Angestellte, die soziale Medien mit Geschichten über ihren Arbeitgeber bedienen. Zu diesem Thema referiert Selma Kuyas Ende Oktober am WTT Young Leader Award. Im LEADER-Interview verrät sie bereits, wie Corporate Influencer den Fachkräftemangel bekämpfen und geschäftliche Opportunitäten schaffen – für ihre Arbeitgeber und sich selbst.

Selma Kuyas, warum wurden Corporate Influencer so wichtig?

Man muss Corporate Influencer von den «klassischen» Influencern, wie man sie etwa von Instagram kennt, unterscheiden. Erstere vermarkten Ideen, Expertise und Visionen, um damit die Marke ihres Arbeitgebers zu fördern – Letztere verkaufen eher Produkte. Sie wurden wichtig, weil wir Menschen vertrauen, nicht Logos. Angestellte geniessen in ihren Netzwerken maximale Glaubwürdigkeit. Sie posten nicht für Geld. Sie sind intrinsisch motiviert, weil die Unternehmenskultur für sie stimmt.

Müssen Unternehmen heute auf Corporate Influencer setzen?

Die Informationsbeschaffung verändert sich irreversibel und grundlegend: Soziale Medien konkurrenzieren Suchmaschinen; Junge stöbern ungern in Suchergebnissen – sie wollen Antworten, statt Suchmaschinen-Resultate. Künstliche Intelligenz unterstützt das. Newsfeeds folgen interessenbasierten Algorithmen, nicht mehr demografischen Kriterien. Eine natürliche digitale Evolution ist im Gange. Persönliche LinkedIn-Profilen haben verglichen mit Firmenprofilen eine höhere Sichtbarkeit und mehr Interaktionen. Corporate Influencer sind gekommen, um zu bleiben – wie soziale Medien. Wer dort nicht sichtbar ist, findet nicht statt.

«Personal Branding ist die wertvollste Kapitalanlage.»

Wie viele Unternehmen gehen bereits systematisch vor?

Ich kenne keine handfeste Statistik, aber beobachte den Arbeitsmarkt: Unternehmen mit etablierten Corporate-Influencer-Programmen gibt es in der Schweiz wenige. Diese Programme werden künftig aber fester Bestandteil von Kommunikationsstrategien. Noch gibt es Skepsis: Kontrolle abzugeben, Mitarbeiter teilhaben zu lassen, ist nicht einfach! Ein positives Beispiel ist Jobcloud – oder hier in der Ostschweiz Helvetia.

Wo sind Corporate-Influencer-Programme angesiedelt? Welche Ziele verfolgen sie?

Das ist vielfältig. Recruiting und Talent Acquisition sind zentral. Aber auch Account Manager können Corporate Influencer

sein, um Kundenbindungen zu stärken. Egal, welche Ziele verfolgt werden – Glaubwürdigkeit schafft Vertrauen und zieht Menschen an. Wenn Corporate Influencer Einblicke in die Unternehmenskultur oder ihre Expertise gewähren, stärkt das auch die Verbundenheit bestehender Angestellter.

«Etablierte Corporate Influencer schreiben keine Bewerbungen.»

Welche Rolle nehmen die Leute ein, die in Unternehmen solche Programme steuern?

Es braucht ein Kernteam, das ein Konzept erarbeitet und mit gutem Beispiel vorangeht. Es braucht Training zu Themen wie Personal Branding, Content Creation oder digitales Recht. Es geht nicht um eine einmalige Aktion, sondern ein fortwährendes Programm mit Aktivierung, Befähigung, Begleitung, Motivation.

Wie lassen sich Corporate Influencer begeistern?

Das Kernteam stellt die Role Models. Meine Hauptaufgabe als externe Beraterin ist es, Interessierten die Chancen aufzuzeigen, die Corporate Influencer dank ihres Personal-Brands erhalten. Bezahlt werden sie nicht, aber Anreize sind möglich – etwa ein professionelles Fotoshooting für die LinkedIn-Beiträge. In Trainings erhalten sie digitale Skills, die sie als Fach- oder Führungskraft enorm aufwerten. Meine Botschaft ist: Personal Branding ist die wertvollste Kapitalanlage. Wer sichtbar ist, baut sein Netzwerk und schafft geschäftliche Opportunitäten – für seinen Arbeitgeber und sich selbst. Etablierte Corporate Influencer schreiben keine Bewerbungen.

Wer kann Corporate Influencer werden?

Wer sich mit seinem Arbeitgeber, dem Beruf, der Funktion identifiziert – und etwas Affinität für soziale Medien mitbringt. Aber: Man kann niemanden zwingen, als Corporate Influencer sichtbar und aktiv zu werden.

Viele Unternehmen haben Angst vor Kontrollverlust in der Kommunikation. Wurden Sie schon gerufen, weil Corporate Influencer ausser Kontrolle gerieten?

Ich kenne keinen Fall, der ausartete. Corporate Influencer erhalten einen Rahmen und werden begleitet. Im Idealfall unterschreiben sie einen Leitfaden, der sie in Verantwortung

Platinsponsoren

sak **RZC** Rechenzentrum
Ostschweiz

Goldsponsor

// st.gallen



Digital Conference Ostschweiz

19. September 2024, ab 12.30 Uhr

Einstein Congress, St.Gallen

Prof. Dr. Miriam Meckel
Speaker Keynote



Roi Tavor
Speaker Keynote



Bigna Silberschmidt
Moderation



Programm und Anmeldung

www.digitalconference.ch



Organisation

<IT>rockt!

LEADER

east #digital



Welche Inhalte funktionieren gut?

Alles, was mit Werten und Unternehmenskultur zu tun hat, ist bei Corporate Influencern gut aufgehoben: Wie arbeiten wir? Welche Benefits bietet mein Arbeitgeber? Wie werden Angestellte gefördert? Eine gute, greifbare Unternehmenskultur zieht Arbeitskräfte an. Bereits ein Post über Geburtstagsballone am Arbeitsplatz wirkt. Solche authentischen Einblicke sind glaubwürdiger als werbliche Imagefilme. Auch fachliche Themen funktionieren gut. Ich habe einen Schmiermittelhersteller begleitet, bei dem die Ingenieure Vorher-nachher-Fotos von geschmierten Motoren veröffentlichten – sie erhielten sehr viele Likes. Im Idealfall schafft man Mehrwert fürs Netzwerk.

«Wo Profit einseitig im Fokus steht, schlägt der Fachkräftemangel heftiger zu.»

Was funktioniert nicht?

Wenn es zu privat wird. Dafür ist LinkedIn die falsche Plattform. Man muss unterscheiden: Persönlich – ja! Privat – nein! Die Faustregel ist: Alles, was man einem fremden Menschen nicht auf der Strasse erzählen würde, gehört nicht auf LinkedIn. Politik ist heikel – ausser man ist politisch tätig.

Welchen Rat haben Sie Mitarbeitern, die Corporate Influencer werden wollen?

Aus Firmensicht funktioniert es nur, wenn die Unternehmenskultur stimmt. Allerdings kann jeder seinen Personal-Brand pflegen und entwickeln, seine Talente, Expertise und Stärken sichtbar machen. Das hat nichts mit Selbstbeweihräucherung zu tun. Ein gutes Netzwerk sorgt für Wertschätzung, die manchmal in Unternehmen fehlt.

nimmt. Die Gefahr, dass ungeschulte Mitarbeiter einen Shitstorm auslösen, ist viel grösser. Die Herausforderung ist eher, Angestellte zu finden, die den Mut haben, sich zu äussern.

Was sind weitere Risiken?

Wer zu wenig Corporate Influencer aufbaut, gefährdet das Programm, wenn es sich diese anders überlegen oder das Unternehmen verlassen. Das Ziel sollte sein, etwa zehn Prozent der Belegschaft für ein Programm zu gewinnen. So wird es auf verschiedene Persönlichkeiten verteilt.

Muss die Geschäftsleitung mitmachen?

Gerade Führungskräfte sollten sichtbar sein, ja. CEOs sind «Leuchttürme», die die Vision von Unternehmen hinausstrahlen oder deren Haltung aufzeigen. Nicht Löhne halten Mitarbeiter, sondern authentisch gelebte Visionen. LinkedIn kann als Kommunikationskanal die Distanz zwischen Führung und Basis verringern. Beim bekannten Dreiklang «People – Purpose – Profit» sind Menschen und Sinnhaftigkeit entscheidend, speziell für jüngere Generationen. Wo Profit einseitig im Fokus steht, schlägt der Fachkräftemangel heftiger zu.

Der WTT Young Leader Award 2024

zeichnet am Montag, 28. Oktober, die besten Praxisprojekte von Wirtschaftsstudenten der OST – Ostschweizer Fachhochschule aus. Praxisprojekte sind Echaufträge von



Unternehmen. Award-Referentin Selma Kuyas spricht zum Leitthema «Personal Branding 4.0: digitale Authentizität – die neue Superpower». Sie gehört zu den «Top Voices» auf LinkedIn. Als Expertin für Corporate Influencing, Personal Branding und Thought Leadership folgen Kuyas über 100'000 Menschen auf ihren Social-Media-Kanälen. www.ost.ch/yla

Maximieren Sie Potenziale: Abacus-Software

- Beratung, Analyse, Support
- Installation, Konfiguration, Prozessoptimierung
- Langjährige IT-Erfahrung und Produkte-Fachwissen
- Eigenes Datencenter in Diepoldsau:
Als Kunde arbeiten Sie auf unseren lokalen Servern

— SARINA SIEBER
Business Development
Manager Abacus



hartmann.treuhand

M. Hartmann Treuhand AG · 9444 Diepoldsau · hartmann-treuhand.ch

StGallen
Bodensee

JETZT
BUCHEN!



Folge uns auf       #lovestgallen

GENUSSVOLLE ENTDECKUNGSREISE

Die Genussregion St.Gallen-Bodensee verbindet Naturidylle mit
kulinarischen Highlights – **vom Feinsten!**

Buchung und weitere Informationen:
St.Gallen-Bodensee Tourismus
Bankgasse 9, 9001 St.Gallen

Telefon 071 227 37 37
info@st.gallen-bodensee.ch
www.st.gallen-bodensee.ch



Fit für die Zukunft - dank KI-Kompetenz

Egal in welcher Branche oder Industrie, KI eröffnet revolutionäre Möglichkeiten zur Effizienzsteigerung, Innovationsförderung und Kostensenkung. Unternehmen, die KI, besonders generative KI-Tools, erfolgreich integrieren, sichern sich Wettbewerbsvorteile und bleiben langfristig konkurrenzfähig.



KI-Basis Workshop: Der Einsteiger-Kurs für alle, die entdecken wollen, wie sie KI im Alltag und am Arbeitsplatz sinnvoll nutzen können.

KI-Marketing- und Content-Kurs: Dieser Workshop vermittelt Marketingfachleuten und Content Creators, wie sie KI-Tools in der Entwicklung von Content-Strategien und Marketing-Kampagnen wirkungsvoll nutzen.

KI-Kurs für Führungskräfte: Führungskräfte von KMU lernen hier, wie sie KI strategisch nutzen, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und Kosten zu senken.

Eine zentrale Herausforderung ist dabei die KI-Literacy, also die Fähigkeit, KI-Technologien zu verstehen und anzuwenden. Diese Kompetenz ist unerlässlich, um technologische Entwicklungen nachzuvollziehen und davon zu profitieren. Ohne ausreichendes Wissen drohen Unternehmen den Anschluss zu verlieren. Das betont auch John Werner in seinem lesenswerten Artikel auf forbes.com, «Billions Of People Need To Learn AI Literacy» (17.7.24).

Massgeschneiderte Workshops

Als Agentur für Digitale Kommunikation in St.Gallen und Zürich setzt TKF seit Jahren intensiv auf KI-Tools und gibt diese Expertise in erfolgreichen Kursformaten weiter. TKF bietet verschiedene Workshops an, um Unternehmen und Einzelpersonen fit für die Zukunft zu machen. Von KI-Basics bis hin zu spezifischen Anwendungen im Marketing und Management:

Jetzt ist der Zeitpunkt richtig

Mit diesen Schulungsangeboten von TKF können Unternehmen jetzt sicherstellen, dass sie die Vorteile der KI frühzeitig ausschöpfen und sich dadurch zukunftssicher aufstellen. KI-Kompetenzen sind nicht mehr nur ein technisches Add-on, sondern ein entscheidender Erfolgsfaktor im modernen Geschäftsleben



Infos und Anmeldung für Einzelpersonen und Teams unter: www.t-k-f.ch/workshops

TKF St.Gallen
Bleichestrasse 11
9000 St.Gallen

«KI wird gleichzeitig unter- und überschätzt»

Die diesjährige Digital Conference Ostschweiz bietet tiefgehende Einblicke in spezifische Themen der Künstlichen Intelligenz und wartet mit hochkarätigen Referenten auf. Dazu gehört neben Google-Cloud-Chef Roi Tavor auch Miriam Meckel. Die Professorin für Kommunikationsmanagement an der Universität St.Gallen gibt im Gespräch einen Vorgeschmack auf ihren Beitrag.

Unter dem Hauptthema «Künstliche Intelligenz» bietet die DCONO 2024 am 19. September 2024 Fachleuten aus Wirtschaft und Bildung sowie Entscheidungsträgern eine einzigartige Plattform, um sich über die neuesten Trends und Herausforderungen auszutauschen. In Keynote-Referaten wird aufgezeigt, wie KI unsere Gesellschaft, Wirtschaft und Industrie revolutioniert. Moderiert wird der Anlass von SRF-Moderatorin Bigna Silberschmidt. «Mit der hochaktuellen Thematik der KI bieten wir eine inspirierende Veranstaltung für alle Teilnehmer», sagt <IT>rockt!-Geschäftsführerin Eva De Salvatore, die die DCONO 2024 zusammen mit dem LEADER organisiert. Inspirierend werden sicherlich auch die Ausführungen von Miriam Meckel sein. Die HSG-Professorin wird in ihrem Referat darlegen, wie künstliche Intelligenz unsere Wirtschaft und Gesellschaft verändert und wie wir die Technologie richtig nutzen. Wir haben der Expertin vorab drei Fragen zum Thema gestellt:

«Künstliche Intelligenz wird eine transformative Rolle in der Wirtschaft spielen.»

Miriam Meckel, wie sehen Sie die zukünftige Rolle der KI in der Wirtschaft? Welche Branchen werden am stärksten betroffen sein?

Künstliche Intelligenz wird eine transformative Rolle in der Wirtschaft spielen. Ihre Fähigkeiten zur Datenanalyse, Automatisierung und Entscheidungsfindung werden die Effizienz und Produktivität in vielen Branchen erheblich steigern. Besonders betroffen werden Branchen sein, die stark datengetrieben sind oder repetitive Aufgaben beinhalten – etwa die Finanzbranche, das Gesundheitswesen oder die Logistik.

Welche Fähigkeiten und Qualifikationen werden in der zukünftigen, KI-geprägten Arbeitswelt am wichtigsten sein?

Neben technischen Fähigkeiten sind kreative und soziale Kompetenzen wichtig. Problemlösungsdenken, Innovationsfähigkeit und interdisziplinäre Zusammenarbeit werden entscheidend. Zudem wird es wichtig sein, ein grundlegendes Verständnis für die Funktionsweise und die ethischen Implikationen von KI zu entwickeln. Lebenslanges Lernen und die Bereitschaft, sich kontinuierlich weiterzubilden, werden ebenfalls unerlässlich sein.

Fit für die Zukunft

Experten-Panels und Networking

Das Programm der diesjährigen Digital Conference Ostschweiz bietet neben Keynotes und Panels auch Breakout-Sessions zu Themen wie Deepfake & Propaganda, KI in der Finanzbranche und der Anwendung von ChatGPT in der lokalen Wirtschaft. Ein weiteres Highlight der DCONO ist die Wahl des «Digital Shaper Ostschweiz 2024», bei der erneut herausragende Persönlichkeiten der Region geehrt werden.

Neben den fachlichen Inhalten bietet die Konferenz auch zahlreiche Gelegenheiten zum Networking.

«Die Teilnehmer sollen zeitgemässes Wissen tanken, viel Praxis erfahren, sich vernetzen und einen tollen Tag mit vielen Gesprächen erleben können», betont Natal Schnetzer, Inhaber der LEADER-Herausgeberin Metro-Comm AG. Das Rahmenprogramm umfasst lokale Kulinarik und eine Networking-Veranstaltung am Abend, die für zusätzlichen Austausch und Verbindungen sorgt. Weitere Informationen zur DCONO 2024 finden Sie auf www.digitalconference.ch.

Tickets sind hier erhältlich:

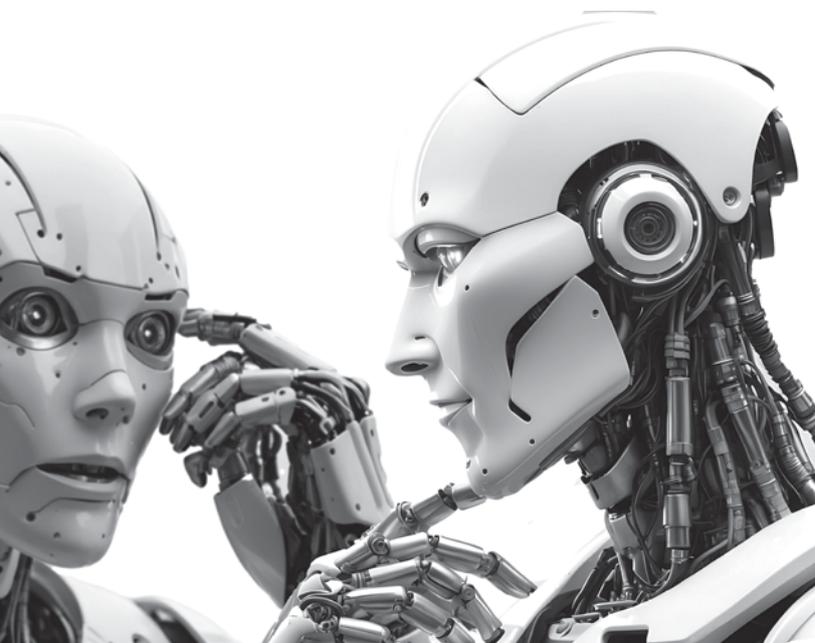


Was sind die grössten Missverständnisse, die Menschen über KI haben, und wie können diese ausgeräumt werden?

Ein häufiges Missverständnis über KI ist die Vorstellung, dass sie bald die Kontrolle über die Menschheit übernehmen könnte, ähnlich wie in Science-Fiction-Filmen dargestellt. In Wirklichkeit sind KI-Systeme Werkzeuge, die von Menschen entwickelt und gesteuert werden. Ein weiteres Missverständnis betrifft die Fähigkeiten von KI: Viele Menschen überschätzen die derzeitigen Möglichkeiten der Technologie und unterschätzen gleichzeitig ihre potenziellen Risiken.

Text: Patrick Stämpfli

Bilder: zVg, Pixabay



Die Digitalisierung und der Einsatz von Künstlicher Intelligenz beschäftigen Arbeitnehmer und Arbeitgeber. Im Wilden Osten spüren dies Firmen, die sich mit Innovationen beschäftigen, immer deutlicher.



Nehmen wir den Beruf des Maschinenbauzeichners als Beispiel. Traditionell handelt es sich dabei um eine hochqualifizierte Fachkraft, deren Expertise in der präzisen Erstellung technischer Zeichnungen unverzichtbar war.

Doch mit dem Fortschritt der Digitalisierung und der Einführung von KI-gestützten CAD-Systemen verändert sich das Tätigkeitsprofil dieses Berufs grundlegend. Routineaufgaben, die einst manuelle Präzisionsarbeit erforderten, werden zunehmend automatisiert.

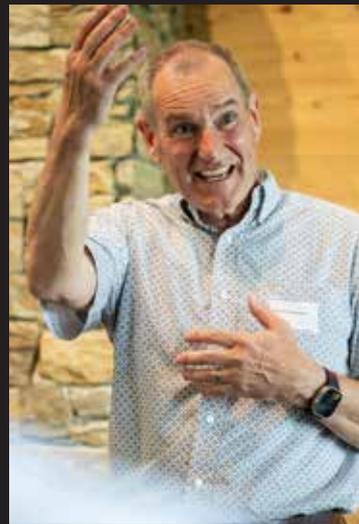
Die grösste Herausforderung dieser Entwicklung ist die Notwendigkeit der Weiterbildung und Umschulung. Diese äusserst begnadeten Fachkräfte müssen sich in neuen Technologien und Verfahren weiterbilden, um den veränderten Anforderungen des Arbeitsmarktes gerecht zu werden.

Dieser Umschulungsprozess benötigt Zeit, was zu einem temporären Mangel an Fachkräften führt.

Mein Fazit lautet daher: Jede Fachkraft sollte möglichst frühzeitig mit der kontinuierlichen Weiterbildung beginnen. Lebenslanges Lernen ist nicht nur ein Schlagwort, sondern eine Notwendigkeit in der modernen Arbeitswelt – auch im Wilden Osten.

Fachkräfte sind so besser in der Lage, sich den dynamischen Veränderungen des Arbeitsmarktes anzupassen und ihre Position in einem zunehmend digitalisierten Umfeld zu behaupten.

Philip Bischofberger
COO & Niederlassungsleiter St.Gallen
Consult & Pepper AG
Wilder-Osten-Mitglied seit 2023



2. Leadership Lounge

Am 26. Juni ging die zweite Ausgabe der «Leadership Lounge» über die Bühne. Thema war «Transformation gestalten – Erfahrungen aus der Medienbranche»; Martin Oswald, seit über 20 Jahren Treiber für digitale Transformation im Journalismus, plauderte dabei aus dem Nähkästchen. Fotografiert auf dem Hofgut Seerücken in Homburg TG für den LEADER hat Reto Martin.



Zur Bildergalerie





Start Grill & Chill

Zur Bildergalerie



Am 4. Juli fand das vierte Grill & Chill des Startnetzwerks Thurgau mit rund hundert 100 Gründern, Netzwerkpartnern, Trägern und Interessierten statt. Die Teilnehmer nutzten die Gelegenheit, intensiv mit anderen Jungunternehmern, erfahrenen Entrepreneuren und Coaches zu netzwerken. Fotografiert beim Kulturforum Amriswil hat Lilian Burger.



Nul Points

Nach seinem Auftritt am «Lakelive Festival» sprach Nemo Mettler mit dem «Bieler Tagblatt». Als die Journalistin eine Frage zum «politisch aufgeladenen ESC» in Malmö stellte, brach der St.Galler das Gespräch ab, weil sich die Fragen «wie ein Angriff» anfühlten. Offen sein sollen offenbar nur die anderen.

Das Management des Sprosses der St.Galler Textilfamilie Mettler hatte gemäss der «NZZ» zur Interview-Bedingung gemacht: «Das Thema soll die Musik sein. Bitte keine politischen oder Fragen zu Nemos Privatleben.»

Das «Bieler Tagblatt» ging nicht darauf ein und verwies auf das Presserecht, wonach Journalisten in ihren Fragen frei sind. Das Management krebste zurück; der Interviewtermin wurde auf den 31. Juli angesetzt, im Anschluss an Metters Konzert am Festival.

Nach wenigen Fragen kam Rachel Hämmerli auf den Eurovision Song Contest zu sprechen, den Nemo im Mai gewonnen hatte: «Es war ein politisch aufgeladener ESC.» Zeit, eine Frage zu stellen, hatte sie allerdings keine, denn die Presseverantwortliche griff ein und bat, die Frage nicht zu stellen. Worauf die Journalistin konterte: «Nemo muss nicht auf die Fragen antworten; ich will sie aber stellen.» Darauf folgte Mettlers Klage, sich bei diesem Interview nicht wohlfühlen; die Fragen fühlten sich wie ein Angriff, eine Provokation an. Kurzum: Nemo hatte keine Lust, das Interview weiterzuführen.

«Wasser predigen und Wein trinken.»

Heinrich Heine, deutscher Schriftsteller (1797-1785)

Dabei wollte das «Bieler Tagblatt» einige wichtige Fragen klären. Etwa zu Eden Golan, die am ESC vom Publikum ausgebuht und zur Zielscheibe antiisraelischer Anfeindungen wurde. Die Sängerin hatte zudem gesagt, sie habe Nemo zum Sieg gratulieren wollen, sei aber ignoriert worden. Weiter hat Nemo einen Brief mit anderen ESC-Teilnehmern unterzeichnet, der die «gegenwärtige Situation in den besetzten palästinensischen Gebieten und in Israel» kritisiert.

Doch diese Themen konnte Rachel Hämmerli gar nicht erst aufbringen – der «non-binäre» Sänger nutzt zwar sonst jede Gelegenheit, seine Meinung zu platzieren und die Einführung eines dritten (sic!) Geschlechts zu fordern. Dafür fliegen ihm die Herzen des woken Europas zu. Doch wenn es um wirklich wichtige Fragen geht, zieht der St.Galler den Schwanz ein. Lautstark für Offenheit zu plädieren, sich aber kritischen Fragen zu verweigern – das passt schlecht zusammen. Dafür gibt's Nul Points.

Stephan Ziegler, LEADER-Chefredaktor



LEADER

6/2024

Magazin LEADER
MetroComm AGw
Bahnhofstrasse 8
CH-9000 St.Gallen
Tel. 071 272 80 50
Fax 071 272 80 51
leader@metrocomm.ch
www.leaderdigital.ch

Verleger: Natal Schnetzer

Chefredaktor: Stephan Ziegler, Dr. phil. I
sziegler@metrocomm.ch

Autoren: Philipp Landmark, Marion Loher, Patrick Stämpfli, Tobias Hänni, Fabian A. Meyer, Stephan Ziegler, Michael Götte, Philipp Bischofberger, Robert Nef, Barbara Gysi, Sven Bradke, Roland Rino Büchel, Walter Ernst, Ramon Bühler

Fotografie: Marlies Beeler-Thurnheer, Gian Kaufmann, Rebekka Grosslauser, Daniel Ammann, Adrian Ehrbar, Stefan Risi, Reto Martin, Thomas Hary, Lilian Burger, Philipp Baer, Pixabay, 123RF, zVg

Gestaltung: Robert Di Falco
rdifalco@metrocomm.ch

Herausgeberin, Redaktion und Verlag: MetroComm AG
Bahnhofstrasse 8
CH-9000 St. Gallen
Tel. 071 272 80 50
Fax 071 272 80 51
www.leaderdigital.ch
www.metrocomm.ch
leader@metrocomm.ch

Geschäftsleitung: Natal Schnetzer
nschnetzer@metrocomm.ch

Verlags- und Anzeigenleitung: Oliver Iten
oiten@metrocomm.ch

Marketing- und Abowaltung: Fabienne Schnetzer
info@metrocomm.ch

Abopreis: CHF 61.50 für 18 Ausgaben

Erscheinung: Der LEADER erscheint 9 x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni/Juli, August, September, Oktober, November/Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben

Produktion: Ostschweiz Druck AG,
CH-9300 Wittenbach

Die mit «Profil» gekennzeichneten Beiträge sind Sponsored Content.

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





Zentrum für berufliche
Weiterbildung

BILDUNG TRIFFT

DEN
TON

LERNEN. VERSTEHEN. UMSETZEN.

zbw.ch



PATEK PHILIPPE
GENEVE

BEGINNEN SIE IHRE EIGENE TRADITION



EINE PATEK PHILIPPE GEHÖRT EINEM NIE GANZ ALLEIN.
MAN ERFREUT SICH EIN LEBEN LANG AN IHR, ABER EIGENTLICH
BEWAHRT MAN SIE SCHON FÜR DIE NÄCHSTE GENERATION.

CALATRAVA REF. 6119



HUBER

WWW.HUBER.LI