

SPECIAL

WTT Young Leader Award 2024

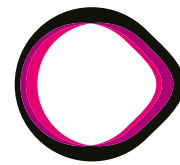


Award in Marktforschung
Team «Martin Stiftung»
Entscheidungsgrundlagen für die künftige Strategie

Award in Managementkonzeption
Team «Würth Finance»
Konzept einer konzernweiten Einkäufer-Plattform

Personal Branding 4.0

Wie präsentiert man sich authentisch in Sozialen Medien? Award-Referentin und «LinkedIn Top Voice» Selma Kuyas ermutigte die Finalistinnen und Finalisten zu mehr Sichtbarkeit.



OST
Ostschweizer
Fachhochschule

WO WISSEN WIRKT.



**Jetzt zu den
Infoveranstaltungen
anmelden!**

School of Management Praxisnah und chancenreich studieren.

Bachelor-Studium

- Betriebsökonomie
- Management und Recht
- Wirtschaftsinformatik

ost.ch/studiumwirtschaft

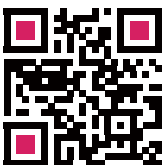
Master-Studium

- Business Administration
- Wirtschaftsinformatik

Weiterbildung in Wirtschaft

- Accounting und Corporate Finance
- Banking und Finance
- Betriebswirtschaft
- Human Resources
- Nachhaltigkeitsmanagement
- Unternehmensführung
- Wirtschaftsinformatik
- Wirtschaftsrecht

ost.ch/wb-wirtschaft



ost.ch/infoveranstaltungen

Erfolgreich in einer vernetzten Welt

Dölf Biasotto
Regierungsrat,
Appenzell
Ausserrhoden



Liebe Leserin, lieber Leser

Appenzell Ausserrhoden, Heimat von Brauchtum, Tradition und oft auch kreativer Ideen – hier schlägt mein Herz. Während ich auf die grünen Hügel blicke, stelle ich fest, dass Innovation nicht nur in grossen Städten stattfindet, sondern auch in kleinen Kantonen. Wer hätte gedacht, dass in der Ostschweiz – für Käse, Bier, Äpfel und Sântis bekannt – junge Köpfe so sprudeln? Als Ausserrhoder Bau- und Volkswirtschaftsdirektor, dessen Herz für Fortschritt schlägt, freue ich mich, den WTT Young Leader Award 2024 zu begleiten. Hier werden junge Menschen für visionäre Ideen ausgezeichnet – genau das





brauchen wir! Talente, die innovative Ideen entwickeln und es verstehen, sie authentisch zu präsentieren, selbständig umzusetzen und auf den Boden zu bringen. Das führt mich zum Motto dieses Jahres: Personal Branding. Vielleicht denken Sie, das sei ein Trendwort der Grossstadt, aber ich bin überzeugt: «Personal Branding» gibt es im Appenzellerland seit Jahrhunderten – wir nennen es nur anders. Es geht darum, wer man ist, wofür man steht, und

wie man sich selbst und seine Werte sichtbar macht. Ob beim Brauchtum, beim Käsen, beim Bauen oder in der High-Tech-Industrie; Authentizität, Echtheit und Glaubwürdigkeit sind entscheidend. Ein junger Mensch, der weiss, wie er seine Persönlichkeit mit beruflichen Zielen verbindet, hat einen Fuss in der Tür des Erfolgs – ein erster Schritt zum Leader.

Der WTT Young Leader Award zeigt, dass «Personal Branding» keine Modeerscheinung ist, sondern eine Fähigkeit, um in der vernetzten Welt erfolgreich zu sein. Es geht darum, sich selbst treu zu bleiben, ehrlich und authentisch, und sich damit als Marke zu positionieren. Das kann – wie ich aus eigener Erfahrung weiss – manchmal bedeuten, einen Schuh aus einem Kuhfladen «rausziehen» zu müssen, bevor man den Gipfel erreicht.

Lassen Sie uns gemeinsam Talente der Zukunft feiern. Sie haben Grosses vor!

Sponsoren

 St.Galler Stadtwerke Networking Sponsor	 Preisponsor 1. Rang	 Preisponsor 1. Rang	 Preisponsor 2./3. Rang	 Genossenschaft Migros Ostschweiz Preisponsor 2./3. Rang	 Celebration Sponsor	 ENTSORGEN OHNE SORGEN Nachhaltigkeitspartner
 Digital Partner	 Live Broadcast Partner	 First TV Sponsor	 Technikpartner	 Invitation Sponsor	 Weinsponsor	 Talent Promotion Sponsor
 Community Sponsor	 Community Sponsor	 Medienpartner	 Medienpartner	 Medienpartner	 Content Production Partner	 Staging Partner
 Supporting Partner	 Supporting Partner	 Internationalisierungspartner	 Patronatspartner	 Patronatspartner	 Patronatspartner	 Patronatspartner
 Patronatspartner						

RED CARPET



Anzeige

Nähe ist... sich aufeinander verlassen können.
Setzen wir uns zusammen.

 **Clientis**
Biene Bank
im Rheintal



Leader aus Hochschule und Praxis

Acht Ostschweizer Führungskräfte bewerten als Jury die Schlussberichte der Studierenden.

- 1 Mario Davatz, Leiter Bühler Energy Center
- 2 Thomas Harring, CEO Leica Geosystems
- 3 Thomas Bosshard, Co-CEO & Mitinhaber, Oertli Instrumente
- 4 Heidi Bösch, Leiterin Direktion Personelles & Klubschule, Genossenschaft Migros Ostschweiz
- 5 Martin Knöpfel, Direktor, PwC St.Gallen
- 6 Daniel Wessner, Amtsleiter, Amt für Wirtschaft und Arbeit, Kanton Thurgau
- 7 Prof. Dr. Daniel Seelhofer, Rektor, OST
- 8 Prof. Thomas Metzger, Leiter Departement Wirtschaft, OST



Anzeige

OSTSCHWEIZ DRUCK

**Druck ist
unsere Passion**

ostschweizdruck.ch

Leistungen feiern und sichtbar machen

Eine Marktforschung für die Martin Stiftung und eine Einkäufer-Plattform für die Würth Finance überzeugten die Jury. Den Publikum-Award holte ein Praxisprojekt für die Abacus Research. Award-Referentin Selma Kuyas ermutigte die Studierenden, ihre Fähigkeiten und Haltungen in sozialen Medien sichtbar zu machen.

Marco Letta (St.Galler Stadtwerke) überreichte den Publikum-Award an Rico Eberle, Projektleiter Teams «Abacus Research».

«Die Praxisprojekte der OST – Ostschweizer Fachhochschule bringen Akteure aus Wirtschaft und Wissenschaft zusammen und zeigen, was Junge auf die Beine stellen können», lobte die St.Galler Bildungsdirektorin Bettina Surber. «Bleiben Sie in der Ostschweiz!», riet sie ihnen. Mit rund 600 Gästen in der Tonhalle St.Gallen zelebrierte die OST am Montagabend, 28. Oktober, herausragende Arbeiten junger Wirtschaftstalente und verlieh die WTT

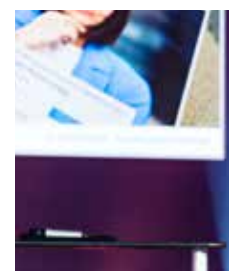
Young Leader Awards. «Solche Leistungen darf man trotz der aktuellen Weltlage feiern», sagte OST-Rektor Daniel Seelhofer.

Drei Awards vergeben

In der Kategorie Marktforschung gewann das Team «Martin Stiftung». Das Team legte damit die Grundlage für einen Strategieprozess für die Stiftung, die sich seit 1893 um Menschen mit Beeinträchtigungen kümmert. Das Team «Würth Finance International» holte die Trophäe in der Kategorie Managementkonzeption. Es erarbeitete eine Einkäufer-Plattform, um die Lieferantensuche im Würth-Konzern zu vereinfachen. Der Publikum-Award ging ans Team «Abacus Research».

Sichtbare Champions sind gefragt

Das Leitthema der Award-Verleihung hiess Personal Branding 4.0. Als Expertin und «LinkedIn Top Voice» motivierte Selma Kuyas in ihrem Referat die Studierenden und Saalgäste, digital sichtbar zu sein. Es gehe darum, in sozialen Medien auf authentische Art für seine Haltungen, Werte und



Visionen einzustehen. «Nicht der oder die Beste erhält Jobs und Aufträge, sondern die Sichtbarsten», so Kuyas. Personal Branding bestimme, was die Leute über einen sagen, wenn man nicht im Raum sei.

«Nicht Hidden Champions sind gefragt, sondern sichtbare Champions.»

Dem stimmte auch Jury-Mitglied und Preissponsor Thomas Bosshard bei, Mitinhaber der Oertli Instrumente: «Man kann kaum genug betonen, wie wichtig das ist. In sozialen Medien sind wir KMU den Konzernen ebenbürtig. Wir erreichen weltweit ein immenses Publikum und entschärfen damit den Fachkräftemangel.» Nicht mehr «Hidden Champions» seien gefragt, sondern sichtbare Champions.

Breite Unterstützung des Praxisprojekt-Modells

Die OST-Praxisprojekte sind schweizweit einzigartig. Die Wirtschaftsstudierenden verbringen einen Fünftel ihres Studiums in bezahlten Echaufträgen von Unternehmen und Organisationen. Der WTT Young Leader Award wird ideell und finanziell von rund dreissig Ostschweizer Unternehmen und Organisationen mitgetragen. Dank ihnen erhielten die Finalistinnen und Finalisten Preisgelder von insgesamt 22 000 Franken.



N°1 ERP der Schweiz

Entdecken Sie die Vielfalt
der Abacus-Lösungen



Swiss made



Ganzheitlich



Modular



Modern



Übersichtlich



Weitere Informationen
finden Sie unter:
abacus.ch/erp-abacus

 **ABACUS**

Handlungsoptionen für die Martin Stiftung

Ein Team aus fünf angehenden Betriebsökonominen wagte den Blick in eine soziale Organisation: Die Martin Stiftung ist für Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen da. Die Identifikation mit der Stiftung und ein Thema, das den Studentinnen am Herzen lag, waren das Erfolgsrezept zum Gewinn des WTT YOUNG LEADER AWARD in Marktforschung. Die Martin Stiftung erhielt Entscheidungsgrundlagen für ihre künftige strategische Ausrichtung.

Gratulation, was machen Sie mit 6000 Franken Preisgeld?

Nadia Bürge: Wir wissen es noch nicht. Wir rechneten nicht mit dem Sieg, deshalb ist es noch nicht verplant. Es ist schön, ein solches Preisgeld zu bekommen. Das war aber nicht unsere Motivation, um alles zu geben.

Sie überzeugten die Jury mit einer Umfeldanalyse für die Martin Stiftung? Was analysierten Sie genau?

Leana Peretti: Wir untersuchten, welche politischen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen, technologischen, ökologischen und rechtlichen Faktoren das Angebot der Stiftung beeinflussen. Unsere Erkenntnisse diskutierten wir sodann mit zwanzig

Expertinnen und Experten. Daraus ergaben sich die Chancen und Risiken.

Iris Niedermann: Diese kombinierten wir in unserer Analyse mit den Stärken und Schwächen, die wir zuvor durch Observation in der Martin Stiftung ermittelten. Daraus leiteten wir Handlungsoptionen für die strategische Richtung ab.

Wie ist es für angehende Betriebsökonominen, in eine soziale Organisation zu blicken? Was lernten Sie?

Alina Hegelbach: Die Offenheit und gegenseitige Unterstützung in der Branche beeindruckten uns. In der Betriebswirtschaft behält man Vorteile möglichst für sich.

Anzeige

MARTIN STIFTUNG

NADIA BÜRGE UND TEAM: IHR SEID WIRKLICH «ANDERS MIT AUSSICHT». WIR GRATULIEREN HERZLICH ZUM 1. PREIS IN DER KATEGORIE MARKTFORSCHUNG.

MEHR
ERFAHREN



ANDERS MIT AUSSICHT

Jasmina Amidzic: Der unkomplizierte Umgang in der Stiftung war erfreulich. Die Bewohnerinnen und Bewohner kennenzulernen, zu sehen, wie sie leben und arbeiten war ebenfalls interessant.

Was war Ihr Erfolgsrezept?

Nadia Bürge: Wir identifizierten uns stark mit unserer Kundschaft. Das Thema lag uns am Herzen.
Iris Niedermann: Die Chemie stimmte. Es war ein Miteinander – kein Müssen, sondern ein Wollen. Wir verstanden uns gut mit den Leuten in der Stiftung.

Leana Peretti: Unser Engagement wurde wahrgenommen und geschätzt. Das ist sehr wertvoll und motiviert, alles zu geben.

«Nicht die Besten, die Sichtbarsten bekommen Jobs und Aufträge», sagte Selma Kuyas im Award-Referat über digitales Personal Branding. Was nehmen Sie daraus mit?

Nadia Bürge: Mutiger zu sein! Wenn man stolz auf etwas ist, darf man das zeigen.

Alina Hegelbach: Man muss nicht immer ein perfektes Bild abgeben oder allen gefallen. Authentisch und einzigartig zu sein, ist entscheidender.

Jasmina Amidzic: Ich bin noch nicht sehr aktiv auf LinkedIn. Das Referat fand ich aber spannend. Man sollte sich gut überlegen, wie man sich dort zeigt – nicht einfach losschiessen.

Was bringt der Award für Ihren Personal-Brand gegenüber der Arbeitswelt?

Er beweist, dass wir als Team zu Bestleistungen fähig sind. Das darf man teilen und für seine berufliche Zukunft nutzen.

«Man muss nicht immer ein perfektes Bild abgeben oder allen gefallen. Authentisch und einzigartig zu sein, ist entscheidender.»

Wie sieht diese aus? Wo stehen Sie aktuell?

Leana Peretti: Wir sind alle Teilzeit-Studentinnen und sechzig bis achtzig Prozent berufstätig. Unsere Berufserfahrung ist übrigens ein Vorteil für die Praxisprojekte, gleichzeitig ist die Terminkoordination dafür sehr herausfordernd. Ich habe meine Ausbildung auf einer Bank absolviert und arbeite nun im Bereich der Wirtschaftsprüfung. Bei meinem Wirtschaftsstudium habe ich die Vertiefung Accounting und Controlling gewählt.

Nadia Bürge: Ich arbeite aktuell im Bereich Financial Services bei Bühler in Uzwil. Auch ich vertiefte mich im Studium in Accounting und Controlling und möchte mich künftig in diesem Bereich weiterentwickeln.



V. l. n. r.: Jasmina Amidzic (Rorschach), Alina Hegelbach (Wittenbach), Leana Peretti (St.Gallen), Nadia Bürge (Herisau) und Iris Niedermann (St.Gallen).

Alina Hegelbach: Derzeit arbeite ich in der Forschung an der Pädagogischen Hochschule St.Gallen. Mich interessiert die Erwachsenenbildung in der Wirtschaft. Ich war schon als Lehrerin im Einsatz und könnte mir beispielsweise vorstellen, an einer Berufsschule zu unterrichten. Meine Studienvertiefung ist New Business und Strategie.

Jasmina Amidzic: Ich bin beim Kanton St.Gallen angestellt, im Amt für Verbraucherschutz und Veterinärwesen – seit letztem Jahr als Teamleiterin. Ich wählte im Studium Marketing als Vertiefung. Das könnte ich mir auch beruflich vorstellen und bin künftig auch für die Privatwirtschaft offen.

Iris Niedermann: Ich bin Mitglied der Geschäftsleitung einer Non-Profit-Organisation, die für den Kanton Thurgau Asylunterkünfte führt. Im Studium vertiefte ich mich in die Wirtschaftspsychologie und Organisationsentwicklung. Die Kombination von Wirtschaft und Sozialem macht mir Freude.

Das sagt der Coach

«Aus der Fülle verfügbarer Informationen eine zielführende Umweltanalyse zu gestalten, ist eine grosse Herausforderung. Mit Engagement und Professionalität führte die Projektgruppe einen Workshop, Interviews und eine gründliche Sekundärrecherche durch. Diese kombinierten sie mit der Unternehmensanalyse, um strategische Handlungsempfehlungen zu entwickeln, die der Martin Stiftung den Weg zu einer neuen Angebotsgestaltung aufzeigen.»

Dr. Sonia Lippe Dada
OST – Ostschweizer Fachhochschule



LEDVANCE

RE NEW ABLES

LEDVANCE ALL-IN-ONE LÖSUNG

Die ganzheitliche PV-Lösung LEDVANCE RENEWABLES bringt Effizienz auf den Punkt: Alle Elemente sind perfekt aufeinander abgestimmt und garantieren damit höchsteffiziente Energieerzeugung, einfache Installation und nahtlose Integration. Alles aus einer Hand, mit dem Versprechen maximaler Kompatibilität und einem Ansprechpartner für all Ihre Anliegen. Gehen Sie mit uns aufs Ganze!

POWER THROUGH LIGHT



Neugierig?
Entdecken
Sie die volle
Systemstärke

ENGAGIERT, TEMPOREICH UND MIT EINER PASSION FÜR PRÄZISION REVOLUTIONIEREN WIR DIE WELT DER VERMESSUNG – IN ECHTZEIT

Unsere innovativen Lösungen und Produkte sind gekennzeichnet durch höchste Effizienz und Zuverlässigkeit und werden überall dort eingesetzt, wo es ums Erfassen, Analysieren und Präsentieren von 3D Informationen geht. Verbessere auch Du mit uns die Zukunft, werde Teil unseres Teams und einer globalen Erfolgsgeschichte.

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



MIT 3D VERMESSUNG & KI ZUM DIGITALEN ZWILLING DER ZUKUNFT

Elektronikschrott und Altmetall in verantwortungsvollen Händen

soRec ist Innovationsführer im Recycling von Elektronikschrott und Toner. Zudem sind wir Ihr zuverlässiger Partner für Gewerbe- und Industrientsorgung und bieten individuelle Entsorgungskonzepte zu fairen Preisen. Kompetenz, Flexibilität und eine schnelle Abwicklung ist garantiert. Wir setzen uns für eine nachhaltige Kreislaufwirtschaft ein, verfolgen die Sustainable Development Goals der UN und bieten auch Ihnen Unterstützung in diesem Bereich.

 Jetzt Rohstoffretter werden!
Moosburg, Gossau • Tel. 071 385 32 20
soRec.ch



Neugierig in neue Welten getaucht

Eine gute Auftragsklärung, eine grosse Portion Offenheit und Methodenkompetenz – das waren gemäss Auftraggeber Philippe Dietiker die Erfolgsfaktoren zum Award für Marktforschung. Die Martin Stiftung schätzte die Neugier des Projektteams gegenüber einer Organisation, die für Menschen mit Beeinträchtigungen da ist.

Philippe Dietiker, wie erlebten Sie den Award-Abend?

Wunderbar und professionell! Die OST nutzt die Gelegenheit, Wirtschaft und Politik zu zeigen, was geleistet wird – beste Werbung für die Absolventinnen und Absolventen sowie die Praxisprojekte.

Ihr Team lobte, dass die Chemie mit Ihrer Stiftung stimmte. Überzeugte es auch fachlich?

Absolut! Die gute Chemie war die Basis dafür. Wir erlebten angehende Betriebsökonominen, die mit grosser Offenheit und Neugier in unsere Welt eintauchten und den Sinn in unserem Tun entdeckten. Das motivierte sie. Gleichzeitig begeisterte die Haltung des Teams unsere Mitarbeitenden.

Was war rückblickend Ihr grösster Nutzen?

Die Studierenden brachten Struktur und Übersicht in unsere Analyse. Ihre zu

Philippe Dietiker
Mitglied des
Stiftungsrats
Martin Stiftung,
Erlenbach



Stossrichtungen verdichteten Erkenntnisse bilden eine ausgezeichnete Ausgangslage, um die Strategie weiterzuentwickeln. Ohne die Methodenkompetenz der Studentinnen wäre uns das kaum so gut gelungen.

Was empfehlen Sie künftigen Praxisprojekt-Auftraggebern?

Der vertiefte Einblick in unsere Kultur machte die Ergebnisse anschlussfähig. Die Auftragsklärung ist wichtig. Gerade wenn die Wunschliste lang ist, gilt es zu klären: Was hilft am meisten?

Anzeige

Wie mache ich mein Unternehmen fit für die digitale Zukunft?

Wir haben die Antwort.

Ob hochverfügbares Internet, Standortvernetzung oder sicheres Lagern von IT und Daten: Im Gespräch finden wir die beste Lösung für Sie. Versprochen. Rufen Sie uns an. 071 224 62 64.


St.Galler Stadtwerke



Personal Branding für die Energiezukunft

Transparenz herstellen, Vertrauen schaffen, Werte vermitteln. Und die St.Galler Stadtwerke als zuverlässigen Partner für die Energiewende positionieren. Deshalb setzen wir auf Personal Branding.

Im digitalen Zeitalter gewinnt das Konzept des Personal Branding zunehmend an Bedeutung – nicht nur für Einzelpersonen, sondern auch für Unternehmen. Als städtisches Energieversorgungsunternehmen, das auch regionale Kooperationspartnerschaften eingeht, ist es für die St.Galler Stadtwerke (sgsw) essenziell, unser Sachverständnis nicht nur im klassischen Rahmen zu präsentieren, sondern uns auch im Sinne des Personal Branding neu zu positionieren.



Marco Letta, Unternehmensleiter sgsw.

Personal Branding bedeutet für die St.Galler Stadtwerke, dass wir unsere Stärken und Werte auch in digitalen und multimedialen Kanälen sichtbar machen. Als Energieversorger stehen wir vor der Herausforderung, komplexe und teils abstrakte Themen verständlich und ansprechend zu vermitteln. Dabei möchten wir nicht nur unsere Dienstleistungen hervorheben, sondern auch als verlässlicher und zukunftsorientierter Partner für die

Energiewende wahrgenommen werden. Wir präsentieren uns dabei als Lösungsanbieter, der im Dialog Transparenz herstellen und Vertrauen schaffen möchte.

Ein wesentlicher Bestandteil von Personal Branding ist für uns eine glaubwürdige Kommunikation mit authentischen und nachvollziehbaren Inhalten. Regelmässig lassen wir die Menschen hinter unseren Projekten zu Wort kommen und zeigen die positiven Auswirkungen unserer Arbeit auf die Umwelt und die Gesellschaft. Damit schaffen wir Nähe und machen die St.Galler Stadtwerke erlebbar. Plattformen wie LinkedIn, Facebook oder Instagram sowie unser eigener News-Hub ermöglichen es, praxisnahe Einblicke hinter unsere Kulissen zu teilen, den Arbeitsalltag unserer Mitarbeitenden zu zeigen, aktiv mit unseren Anspruchsgruppen in Kontakt zu treten und das Vertrauen in unsere Marke zu stärken. Finden Sie mehr dazu heraus unter www.sgsw.ch/news.

Unser Ziel ist es, langfristige Partnerschaften aufzubauen – sowohl mit unseren Kundinnen und Kunden als auch mit anderen Gemeinden und Städten in der Region. Dies erreichen wir mit einem beständigen Austausch, in dem wir die Interessen und Bedürfnisse unserer Kundschaft und Partner ernst nehmen. Denn die St.Galler Stadtwerke wissen, dass der ökologische Umbau der Energieversorgung im Sinne des städtischen Energiekonzepts 2050 ein Generationenprojekt darstellt, das wir alle gemeinsam angehen müssen.

Deshalb genießt das Personal Branding, das wir als kontinuierlichen Prozess verstehen, einen hohen Stellenwert für uns.

Erfahren Sie mehr über die St.Galler Stadtwerke:



Auf den Ehrenplätzen in Marktforschung

2. Rang: Team «SpectraPix»

Projekt

Finanzierungsmöglichkeiten im Schweizer Spielfilmwesen

Kunde

SpectraPix GmbH, St.Gallen
Paddy Rubin
Vorsitzender der Geschäftsführung

Projektteam

Mathias Ergin, Projektleiter (Wilten bei Wil)
Aidan Patrick Gerber (St.Gallen)
Dominik Christoffel (Buchs)
Marcelle Graf (St.Gallen)
Dario Rossi (St.Gallen)

Projekt-Coach

Rolando Zahner, lic. oec. HSG



Preissponsor Thomas Bosshard (Oertli Instrumente, links) und OST-Coach Roland Zahner (rechts) umrahmen das Projektteam.

3. Rang: Team «Abacus Research»

Projekt

Nutzenanalyse zu DeepO in der Kreditorenbuchhaltung

Kunde

Abacus Research AG
Maurin Büche
Business Development ERP & Deep Things

Projektteam

Rico Eberle, Projektleiter (Engelburg)
Adel Kuc (Rorschach)
Shana Hauri (Romanshorn)
Erik Poznicek (Altstätten)
Filip Ravic (St.Gallen)

Projekt-Coach

Dr. Ing. Wolfgang Groher



Das Team Abacus Research holte nicht nur den 3. Platz in Marktforschung, sondern auch den Publikum-Award – hier mit Auftraggeber Maurin Büche (Abacus Research, rechts) und Preissponsor Thomas Bosshard (Oertli Instrumente)

Einfachere Lieferanten- suche bei Würth

Auch wenn der Award ein Ziel war – während des Projekts konzentrierte sich das Siegerteam in Managementkonzeption darauf, seinen Kunden zufriedenzustellen. Die Würth Finance International ermutigte die Studierenden zur eigenen Meinung, schenkte ihnen Freiräume und Vertrauen. Das zahlten sie zurück: mit einem Award-würdigen Konzept für eine Einkäuferplattform für den Konzern mit über 2700 weltweiten Niederlassungen.

War es Euer Ziel, den Award zu gewinnen, und habt Ihr entsprechend gefeiert?

Luca Hagenmayer: Natürlich haben wir angestossen – zunächst in der Tonhalle und dann in der Stadt. Der Award war in der Tat schon beim Projektstart Thema; die Zufriedenheit der Würth Finance war für uns aber das höchste Ziel.

Fabian Brändle: Wir zogen alle am selben Strick. Wir waren ambitioniert und wollten vor allem für unseren Kunden das Beste herausholen.

Sarina Breu: Die Würth Finance brachte uns von Anfang an Wertschätzung entgegen und lud uns zum Schluss zum Nachtessen ein. Das gute Kundenfeedback war uns genauso wichtig wie der Award. Das motivierte uns während des Projekts ständig.

Ihr habt eine Einkäuferplattform konzipiert. Was kann die?

Michael Schürpf: Die Plattform soll Einkäufern im Würth-Konzern helfen, gute Lieferanten zu identifizieren. Sie berücksichtigt dabei etwa die EU-Sorgfaltspflichten oder die finanzielle Stabilität der Zulieferer. Zudem unterstützt die Plattform durch Vorschläge mittels KI.

«Gutes Kundenfeedback war uns ebenso wichtig wie der Award.»

Anzeige



GALLUS MEDIA www.gallusmedia.ch

Deinen Event setzen wir einprägsam in Szene!

Was war die Herausforderung?

Rahel Buob: Wir mussten zuerst verstehen, wie der riesige Konzern funktioniert. Die Würth Finance kann zentral Dienstleistungen anbieten, aber die operativen Gesellschaften sind nicht verpflichtet, diese zu nutzen. Deshalb bauten wir die Plattform modular auf, um möglichst viele Nutzer zu gewinnen. Die Gesellschaften können so den Funktionsumfang wählen.

Jury-Mitglied Thomas Haring sagte, es brauche Mut, um als junge Studierende in einer Konzernzentrale Vorschläge einzubringen.

Sarina Breu: Wir spürten viel Vertrauen seitens Würth Finance, wurden ermutigt, uns an den Besprechungen einzubringen, kritisch zu hinterfragen und eigene Ideen zu entwickeln.

Fabian Brändle: Wir bekamen viel Freiraum und fühlten uns ernst genommen von den Auftraggebern.

Nivetha Manoharan: Deshalb wollten wir den Konzern verstehen, uns in seine Lage versetzen.

Wie waren die Reaktionen auf Euren Sieg?

Michael Schürpf: Wir waren im TV, in Zeitungen und in sozialen Medien präsent. Deshalb meldeten sich viele Leute aller Generationen: Arbeitskollegen, Verwandte, Freunde, Sportverein, Bekannte ...

Luca Hagenmayer: Die Lokalmedien schlugen einige Wellen. Die Rückmeldungen waren sehr positiv. Die Leute interessierten sich vor allem fürs Projekt und wollten wissen, weshalb wir nominiert sind.

Nivetha Manoharan: Ich wurde sogar in Bern, wo ich arbeite, auf den Award angesprochen.

Sarina Breu: Bei meiner Arbeitgeberin fieberte das Team mit. Mein Vorgesetzter und seine Frau kamen an die Award-Verleihung und drückten uns die Daumen.

Stichwort Soziale Medien: Im Award-Referat von Selma Kuyas ging es um Personal Branding. Was nehmt Ihr Euch zu Herzen?

Fabian Brändle: Das wird immer wichtiger. LinkedIn bietet extreme Vorteile fürs Netzwerk und die Jobsuche – gerade, weil wir bereits in jungen Jahren mit dem Aufbau beginnen können.

Luca Hagenmayer: Das Referat war interessant. Ich setze schon viel um und mache positive Erfahrungen.

Michael Schürpf: Nicht nur digital zählt. Für mich sind persönliche Kontakte ebenso wichtig, denn Follower alleine haben nicht denselben Wert.

Wie geht es beruflich weiter?

Fabian Brändle: Aktuell absolviere ich einen MBA in Finance in den USA. Ab Frühling 2025 suche ich eine Teilzeitarbeit in der Schweiz und möchte mein Studium im Sommer abschliessen.

Sarina Breu: Neben meinem Studium arbeitete ich im Team Gewerbekunden bei der SGKB. Nächstes Jahr plane ich einen Sprachaufenthalt in England. Danach kommt ein Masterstudium infrage.

Luca Hagenmayer: Ich verfolge ein Projekt namens Eatomics, eine Food-Matchmaking-Plattform, die Gastronomieerlebnisse inklusiver macht. Zurzeit suche ich einen technischen Co-Founder.

Michael Schürpf: Ich arbeite bei der OB T in einem Team, das sich um die Digitalisierung im Treuhandwesen kümmert. Im Januar beginne ich ein Masterstudium «Behavioral Computer Science».

Nivetha Manoharan: Aktuell bin ich bei Ernst & Young als Audit-Assistentin tätig. Mich interessiert die Wirtschaftsprüfung, eine vierjährige Ausbildung liegt vor mir.

Rahel Buob: Nach meiner zweimonatigen Reise durch Südostasien beginne ich im Januar als Vermögens- und Vorsorgeberaterin bei der Raiffeisenbank Region Rorschach.

V. l. n. r.: Nivetha Manoharan (St.Gallen), Michael Schürpf (Appenzell), Luca Hagenmayer (Flawil) und Sarina Breu (St.Gallen); abwesend: Fabian Brändle (Mosnang) und Rahel Buob (Rorschacherberg).



Das sagt der Coach

«Das Team hat sehr eigenständig das Projekt vorangetrieben und ist dabei fokussiert und systematisch vorgegangen. Die hervorragenden und fundierten Ergebnisse sprechen für sich und die Würth Finance erhielt direkt anwendbare Ergebnisse.»

Dr. Sebastian Scheler
OST – Ostschweizer Fachhochschule

Bedarf für Einkäuferplattform aufgezeigt

Das Siegerteam in Managementkonzeption begeisterte seinen Kunden mit Leistung und wertvollen Impulsen fürs Tagesgeschäft. Die Studierenden wurden bei der Würth Finance entsprechend geschätzt. Den Award traute ihnen Auftraggeber Kim Meyer deshalb zu.

Kim Meyer, hatten Sie Ihr Team für den Sieg auf der Rechnung?

Schon beim ersten Meeting spürten wir grosses Interesse und enorme Motivation. Das versprach eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Wir vermuteten, dass die Studierenden mit dem Projekt weit vorn landen könnten. Nach der Nominierung fürs Finale hofften wir auf den Sieg – doch wussten wir nicht, wie stark die Konkurrenz sein würde.

Was waren Ihre wichtigsten Erkenntnisse aus dem Projekt?

Die Machbarkeitsstudie zeigte, dass unsere Einkäufer eine gemeinsame Plattform wünschen: Die Zentralisierung von Lieferanteninformationen schüfe Synergien. Dank der Handlungsempfehlungen der Studierenden erhielten wir wertvolle Impulse, wie eine solche Plattform gestaltet werden könnte.

Kim Meyer
Stv. Teamleiter
Vertragsmanagement &
Business Administration
Würth Financial International B.V.



Welchen Tipp geben Sie künftigen Praxisprojekt-Teams?

Wichtig ist, dass sie am Anfang genau zuhören, damit sie die Wünsche ihrer Kundschaft genau verstehen. Wenn sie zudem «Out-of-the-box-Denken» und neue Perspektiven einbringen, schätzt das ein Auftraggeber besonders.

Stichwort «Personal Branding»: Was löste das Award-Referat bei Ihnen aus?

Es motivierte, LinkedIn aktiv zu nutzen. Sich digital gut zu präsentieren, gehört heute einfach dazu.

Anzeige

Alles im Eimer. Jetzt smart recyceln!

recoloop
smart recycling

Mit recoloop wird Büro-Recycling smart.
Mit unserer dynamischen Sammelstation sammeln und trennen Sie Wertstoffe direkt bei sich im Büro. So bringen wir gemeinsam alle Wertstoffe effizient und umweltgerecht zurück in den Kreislauf.

Testen Sie jetzt!
Eine Füllung kostenlos

zur Bestellseite

recoloop.ch

Operating partner
T. 071 244 55 03
info@zanotta.ch

ZANOTTA AG

Auf den Ehrenplätzen in Managementkonzeption

2. Rang: Team «Tolus Group»

Projekt

Optimierung und Automatisierung von Gruppenreportings für interne Anspruchsgruppen

Kunde

TOLUS Group AG, Eschenbach
Fabienne Spring
Group CFO

Projektteam

Nino Schmed, Projektleiter (Oberurnen)
Till Bircher (Stäfa)
Tim Bütler (Uznach)
Patrick Bränn (Rapperswil)
Joel Previdoli (Zürich)
Samuel Ziegler (Galgenen)

Projekt-Coach

Dr. Uwe Riss



Das Team Tolus Group mit OST-Coach Uwe Riss (links), Auftraggeberin Fabienne Spring (Tolus Group, Mitte) und Preissponsorin Heidi Bösch (Genossenschaft Migros Ostschweiz, rechts).

3. Rang: Team «OST – Ostschweizer Fachhochschule»

Projekt

Automatisierte KI-gestützte Markenanalyse und GAP-Identifikation

Kunde

OST – Fachhochschule Ostschweiz, Institut für Strategie und Marketing ISM
Sandra Rohr
Projektleiterin Marketing & Events

Projektteam

Sarah Bilgeri, Projektleiterin (Widnau)
Arumish Sivakurunathan (St.Gallen)
Julien Bühler (Vaduz)
Michael Duss (St.Gallen)
Dilani Sivakumar (St.Gallen)

Projekt-Coach

Dr. Ronald Ivancic



Preissponsorin Heidi Bösch (Genossenschaft Migros Ostschweiz, rechts) freut sich mit dem Team Abacus Research und OST-Coach Ronald Ivancic (hinten mitte) und Auftraggeberin Sandra Rohr (OST, links)

AWARD DINNER



LEADER SPECIAL ZUM WTT YOUNG LEADER AWARD 2024

Magazin LEADER,
MetroComm AG,
Bahnhofstrasse 8
9000 St.Gallen,
T 071 272 80 50
leader@metrocomm.ch
www.leaderdigital.ch

Verleger: Natal Schnetzer

Chefredaktor: Dr. Stephan Ziegler,
Dr. phil. I, sziegler@metrocomm.ch

Autor: Pascal Tschamper,
pascal@tschamper.com

Fotografie: Marlies Beeler-
Thurnheer, Roger Oberholzer, zVg

Geschäftsleitung: Natal Schnetzer,
nschnetzer@metrocomm.ch

Anzeigenleitung: Oliver Iten,
oiten@metrocomm.ch

Marketingservice/Aboverwaltung:
Fabienne Schnetzer,
info@metrocomm.ch

Abopreis: CHF 60.-
für 18 Ausgaben

Erscheinung: Der LEADER er-
scheint 9x jährlich mit Ausgaben
Januar/Februar, März, April, Mai,
Juni, August, September, Oktober,
November/Dezember, zusätzlich
9 Special-Ausgaben

Gestaltung/Satz: Beatrice Lang,
blang@metrocomm.ch

Druck: Ostschweiz Druck AG,
Wittenbach.

Die als «Profil» gekennzeichneten
bezahlten Beiträge sind kommer-
ziell ausgerichtet.

LEADER ist ein beim Institut für
geistiges Eigentum eingetragenes
Markenzeichen. Nachdruck, auch
auszugsweise, nur mit schriftlicher
Genehmigung des Verlages. Für
unverlangt eingesandte Manu-
skripte übernimmt der Verlag keine
Haftung.

ISSN 1660-2757





Willkommen im Energy Center

Das Bühler Energy Center vereint Bildung, Gesundheit, Innovation und Kollaboration. Unsere Räumlichkeiten und Dienstleistungen können auch von Externen gebucht werden.

Angebote (Montag - Sonntag)

- 1 Roof Top Open-Air Classroom
- 1 offene Lernlandschaft
- 1 Input Arena
- 3 Schulungsräume
- 1 Sitzungszimmer
- 1 Lounge
- Catering- und Hoteldienstleistungen
- Lern- und Gesundheitsmodule

Kontakt

+41 71 955 22 11
energy.center@buhlergroup.com
CH-9240 Uzwil

Innovation

Innovator:innen bringen die Schweiz voran.
Abraxas gratuliert allen Preisträger:innen des
«WTT Young Leader Award 2024».

abraxas.ch

Für die digitale Schweiz.
Mit Sicherheit.


abraxas