

DIE OSTSCHWEIZ

Nº 06/22

Der Tag der Abrechnung

National- und Ständeratswahlen 2023: Die Politikerinnen und Politiker bringen sich in Stellung.

CHF 12.-
EUR 12.-



Ausserdem:

Autor Giuseppe Gracia über die Faszination «James Bond». Esther Federspiel: «Es kommt darauf an, wer zuletzt lacht.»

Verena Herzog. Sie habe immer gesagt, was Sache ist. Wellness-Experte Hans-Peter Veit will keine «Planscher».

Und:

Jürg Engler von der St. Galler Fachstelle Psychische Gesundheit über Depressionen und Angststörungen.

*„Kunden-
begeisterung
ist bei der
Schwizer
Haustechnik AG
die wichtigste
Prämisse!“*

„Auch dieses Jahr durften wir wieder viele spannende Projekte in den Bereichen Badumbau, Sanitär, Heizung und Lüftung realisieren!“

Im Namen der Schwizer Haustechnik AG bedanke ich mich bei allen Kunden für das Vertrauen und die gute Zusammenarbeit.

Wir freuen uns darauf, DIE OSTSCHWEIZ auch im kommenden Jahr mit tollen Projekten zu begeistern.“

Ihr Markus Beeli

Firmeninhaber & Geschäftsleiter





Liebe Leserin, lieber Leser

Liebe Leserin, lieber Leser

Wie schon 2021 bieten wir Ihnen zum Abschluss des Jahres eine Ausgabe, die zahlreiche Gespräche mit Ostschweizer Persönlichkeiten beinhaltet. Lesen Sie Interviews zu den unterschiedlichsten Bereichen wie Politik, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft. Klar, damit wird nur ein Bruchteil der Vielfalt der Region ersichtlich – die Auswahl fiel uns wahrlich schwer. Und hier zeigt sich einer der Vorteile unserer Onlinepublikation dieostschweiz.ch: unbeschränkter Platz. 2023 werden wir den Fokus noch stärker auf Menschen, Meinungen und Hintergründe legen. So freut es uns auch, dass wir den Kreis unserer Gastautorinnen und -autoren laufend erweitern können. Ihre Stimmen sorgen dafür, dass unterschiedliche Themenbereiche aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet werden. Es lohnt sich also, hin und wieder – nein, eigentlich täglich – einen Blick auf die Seite zu werfen.

Wie eigentlich alle Medien entwickeln auch wir uns laufend weiter. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, eine starke Stimme für die Ostschweiz zu werden, ein Schaufenster für Innovationen, eine Plattform für kritische Auseinandersetzungen. Daraufhin arbeiten wir Schritt für Schritt.

Ein wichtiger Meilenstein konnte erst kürzlich erzielt werden. Durch die Beteiligung der Galledia Group an unserem Medienunternehmen eröffnen sich neue Möglichkeiten. Angepeilte Entwicklungsschritte können schneller vorangetrieben und Synergien genutzt werden. Mehr dazu auf den Seiten 10 und 11 in dieser Ausgabe.

Zum Jahresende wünschen wir Ihnen von «Die Ostschweiz» entspannte, besinnliche und genussvolle Tage. Wir freuen uns, wenn wir auch im nächsten Jahr einen Teil Ihres Alltags sein können – kritisch, überraschend, emotional. Wir dürfen 2023 bereits ein kleines Jubiläum feiern. Im April wird es fünf Jahre her sein, seit wir diese Medienmarke neu zum Leben erweckt haben. Herzlichen Dank, dass Sie uns bis hierhin begleitet haben.

Herzlich
Marcel Baumgartner

Wenn Sie neu auf uns gestossen sind und keine Ausgabe verpassen wollen, dann abonnieren Sie unser Magazin unter abo@dieostschweiz.ch oder per Telefon unter 071 221 20 90.

*Am schnellsten geht es online:
www.ostschweizermedien.ch/angebote*



Herausgeber, Redaktion und Verlag:

«Die Ostschweiz»
Ostschweizer Medien AG
Marktgasse 14
9000 St. Gallen

T. +41 71 221 20 90
info@dieostschweiz.ch
www.dieostschweiz.ch

Verlags- und Redaktionsleitung: Marcel Baumgartner, baumgartner@dieostschweiz.ch
Anzeigenleitung: Martin Schwizer, schwizer@dieostschweiz.ch | **MarketingService:** Katja Zambelli, zambelli@dieostschweiz.ch | **Redaktion:** Michel Bossart, Manuela Bruhin, Denise Bächler | **Autoren:** Hansjörg Hinrichs, Giuseppe Gracia, Andreas Felder, Michael Steiner, Andy Givel, Lea Müller, Lea Tuttlies, Sarah Roth, Roman Schmid. | **Fotografie:** Bodo Rüedi | **Korrektur:** Galledia Print AG, Flawil | **Aboverwaltung:** KünzlerBachmann Verlag AG, abo@dieostschweiz.ch, Abopreis: CHF 69.– für 6 Ausgaben | **Erscheinung:** «Die Ostschweiz» erscheint 6 Mal jährlich mit Ausgaben April, Mai, Juli, August, Oktober, Dezember | **Gestaltung/Satz:** Ammarkt AG, St. Gallen | **Produktion:** Galledia Print AG, Flawil

E

EINSTEIN

ST. GALLEN

Platz für bis zu
330 Personen



Erfolgreich tagen.
Ausgelassen feiern.
Individuell erleben.

Einstein St.Gallen

Berneggstrasse 2 | 9000 St.Gallen, Schweiz

+41 71 227 55 55 | info@einstein.ch | einstein.ch

Inhalt

06/22

Die Ostschweiz

- 8 Mitarbeiter & Gastautoren
- 9 Einige Highlights aus dem Online-Bereich
- 10 Galledia beteiligt sich an Ostschweizer Medien AG

Wahlen 23

- 12 4 Frauen, 4 Fragen, 4 Antworten**
- 14 Die Amtierenden haben das Wort

Gespräche

- 20 Humor soll Platz haben. Jens Jäger
- 22 Marianne Rapp: «Sammler sind glückliche Menschen»
- 24 Gesagt, was Sache ist. Verena Herzog**



- 27 Ab in den Playboy. Salomé Lüthy

Mehr Infos via QR-Code

Sie finden in diesem Magazin bei mehreren Artikeln QR-Codes, die Sie zu weiteren Infos führen. Hinweis: Bei neueren Handys einfach Kamera aktivieren und auf dem QR-Code platzieren. Die meisten Zusatzinfos finden Sie zudem auf www.dieostschweiz.ch unter dem Menüpunkt «Magazin».



28 Muss sich nicht entscheiden: Claudia Brönimann

- 32 Hans-Peter Veit über Gigantismus

34 «Bierphase» mit Esther Federspiel

- 38 Jürg Engler. Von Depressionen und Angstzuständen
- 40 Markus Bänziger, liegen die Nerven blank?
- 44 Hoffnungsträgerin Sandra Krucker
- 48 Sabrina Huber: «Reputation färbt ab»

50 Was es mit «saturday. and.sunday» auf sich hat

Genuss

- 53 Wilder Genuss mit Renato Mariana und Eliane Widin
- 54 Vor einer entscheidenden Phase: Markus Bernhardsgrütter
- 56 Etwas Fisch mit Martin Junker

Meinungen/Kolumnen

- 6 Hansjörg Hinrichsund der Tod in der Antarktis
- 18 Giuseppe Gracia über seine Liebe zu James Bond



58 Andreas Felder und die dummen Werber

58 Michael Steiner nimmt sich der Inflation an

- 59 Handschriftliches von Michèle Mégroz
- 61 Das Wort des Jahres von Andy Givel
- 64 Drei Mal junge Ostschweiz
- 66 Berührende Momente mit Roman Schmid





Tod in der Antarktis

Auch er überlebte nicht. Wie und unter welchen Umständen der Norweger Tommerm Hans Albert Gulliksen sein Leben verlor, ist unbekannt. Vielleicht erfror er. Möglicherweise ertrank er beim Walfang. Oder er starb an Erschöpfung oder durch einen Vulkanausbruch. Sein Grab befindet sich auf der «Insel der Täuschung», auf Deception Island, in der Antarktis – einem Vulkan, der seine ersten Entdecker mit seiner Silhouette offenbar täuschte. Seine weit aufgerissene Caldera – später Whalers Bay genannt – erweckte den Eindruck einer

riesigen Bucht, umgeben von einem sanften, kaum vereisten Hügelzug. Sie wähten sich auf einer sicheren Insel. Tatsächlich aber befanden sie sich auf einem vulkanischen Kochtopf, verschlossen mit einem dünnen Landschaftsdeckel aus kalter Lava, den Trümmern früherer Vulkanexplosionen.

Sicher ist, dass Hans Albert Gulliksen, Angestellter der norwegischen Trankocherei Hvalfangerselskabet, miterlebte, was damals in Whalers Bay abging: industrielle Walverwertung. Von 1912 bis 1931 wurden harpunierte Wale in grossen Mengen in die

Bucht geschleppt und auf blutdurchtränkten Rampen zerlegt. Die abgelöste Speckschicht wurde in der Trankocherei zu Walöl verarbeitet und in mächtigen Tanks gelagert. Weil Holz fehlte, dienten verendete Pinguine als Heizmaterial. Mit dampfbetriebenen Knochensägen wurde das Walskelett zerkleinert. Innereien wurden herausgelöst und zu Fischmehl, Gefrierfleisch und Pökel verwertet. Dürftige Behausung, schwere Zeiten schier endloser Dunkelheit und eisige Kälte setzten den Arbeitern zu. Ihr Fluchen und Leiden, das Zischen der Tranöfen



und das Wimmern verendender Tiere dürften öfters im Heulen und Pfeifen gnadenloser Polarstürme untergegangen sein. Bekannt ist, dass der penetrante Gestank von Tod, Moder und Verwesung ständig über der ganzen Insel lag.

Verheerende Vulkanausbrüche führten im Laufe der Zeit zur Schliessung der Walfangstation. 1995 wurden ihre Überreste als «Historic Site and Monument No. 71» gemäss Antarktis-Vertrag unter Schutz gestellt.

Hansjörg Hinrichs, Fotojournalist und Expeditionsleiter, bereist von seinem Wohnort Appenzell aus den Südpazifik und dessen Randgebiete seit über 30 Jahren. Als Impulsreferent zeigt er auf, was nicht nur Manager von Urvölkern lernen können.

Sein Unternehmen PACIFIC SOCIETY bietet exklusive Erlebnisprojekte in der Südsee an.
www.pacificsociety.ch



Sämtliche Kolumnen von Hansjörg Hinrichs finden Sie hier:





Der Rechtschreib-Nerd

Andere verdrehten die Augen, wenn es in der Schule hiess, dass ein Aufsatz ansteht – ich aber freute mich jedes Mal. Auf dem Papier tobte ich mich so richtig aus, erfand Geschichten, erweckte Helden zum Leben oder liess sie sterben – gerade so, wie es eben passte. Auch die Rechtschreibung und die Kommaregeln waren für mich immer ganz logisch. Noch heute schmerzt es mich, wenn ich falsch, gesetzte Kommas sehe oder einen Buchstaben, der da nicht hingehört.

Zugegeben: Ich bin wohl ein kleiner (Rechtschreib-)Freak. Trotz dieser Vorlieben entschied ich mich nach der Schulzeit für eine Lehre. Bereits kurze Zeit später war aber klar, dass ich das Schreiben zu meinem Beruf machen will. Brav, wie ein Schweizer eben ist, zog ich die Lehrzeit durch – und gelangte schliesslich über Umwege zum Ziel. Heute könnte ich mir nichts Schöneres vorstellen, als von Tatortreinigern über Politiker bis hin zu Bauern mehr über ihr Leben zu erfahren. Ich werde quasi dafür bezahlt, neugierig zu sein – perfekt, oder?

Manuela Bruhin,
Redaktorin bei «Die Ostschweiz»

Die Form des «uneingeschränkten Denkens»

Ich bin in der heilen Ostschweiz aufgewachsen. Trotzdem wurde ich später Weltreisender, CEO, Unternehmensberater und Unternehmer ...

Dazwischen, ich war 17 Jahre alt und las Stefan Zweig, wollte ich unbedingt Schriftsteller werden. Mit 18 leistete ich mir ein «Weltwoche»-Abo und sah mich bereits als Wirtschaftsjournalist. Ich studierte Betriebswirtschaft in St. Gallen, im Nebenfach Publizistik. Mein anschliessender beruflicher Werdegang liess es immerhin zu, dass ich dauernd den Werbeagenturen dreinreden konnte und zu deren Entsetzen oft selber textete.

Heute bin ich mehr oder weniger ein digitaler Nomade und ein bekennender Newsjunkie. Vor ein paar Jahren begann ich mit dem Schreiben von Kolumnen. Und hier trat dann auch Max Waldmeyer in mein Leben: meine Kunstfigur, welche ohne Unterlass und mit viel Ironie und Sarkasmus allerlei Missstände in Wirtschaft und Gesellschaft in Form einer Glosse reflektiert. Glossen haben den Vorteil, dass man dafür nicht mühsam recherchieren muss. Ausserdem muss nicht alles anständig und/oder sozialverträglich sein. Notfalls ist es auch nur Waldmeyer und nicht Weber, welcher über die Stränge schlägt. Das ist ganz praktisch, denn so habe ich eine Form des «uneingeschränkten Denkens». Als Waldmeyer langsam entstand, erhielt ich aus meinem Umfeld kritische Reaktionen, wie «Das geht jetzt aber gar nicht» oder «Jetzt gehst du weit». Ab diesem Moment war ich nicht mehr zu bremsen.

Roland V. Weber,
Gastautor bei «Die Ostschweiz»



Dies und Das

Krankheit. Klänge. Heimat. Und dann noch eine Heilige. Hier haben wir einige «Häppchen» für Sie zusammengestellt, die in den vergangenen Wochen auf dieostschweiz.ch publiziert worden sind.



Der Kampf zurück ins Leben

Lymphdrüsenkrebs. Diese Diagnose erhielt Marco Schwinger 2017. Seither galt er zweimal als geheilt. Doch der Krebs meldete sich zurück. Ein Podcast-Gespräch über ein Leben zwischen Hoffnung und Verzweiflung.



«Es hat mich so tief berührt wie noch nichts»

Helen Heules Fachgebiet sind Klänge. Mit ihnen hilft sie in den unterschiedlichsten Lebenssituationen. Was es mit diesen Klangmassagen auf sich hat, erzählt sie im Podcast-Gespräch.



Ein Leben zwischen Meer und Heimat

Sie ist als DJ und Musikproduzentin eine der bekanntesten Persönlichkeiten der Szene. Sie touret um die ganze Welt. Wir sprechen mit Tanja La Croix über Einsamkeit, Glücksgefühle und Leidenschaft.



«Ich liefere keine vorgefertigten Antworten. Ich predige nicht.»

Im Oktober sprach die 29-jährige Theologin Ines Schaberger aus St. Gallen im TV das erste Mal das «Wort zum Sonntag». Im Gespräch sagt sie, welches die grosse Frage des Lebens ist.



«In meinem Beruf gibt es nicht viele freudige Ereignisse»

Die Polizei. Sie polarisiert. Sie ist nicht überall beliebt. Hanspeter Krüsi, Leiter Kommunikation der Kantonspolizei St. Gallen, über fehlendes Personal und Bilder, die ihn verfolgen.



Was ist schön? – Wie Ideale sich wandeln

In Hochglanzmagazinen, auf Plakaten, im TV und in den Social Media begegnen uns makellose Damen und Herren. Wir bekommen einen Spiegel vorgehalten, wie wir aussehen sollen, um zu beeindrucken.



Von Pat Von Engberg



The Woman King

Ist es tatsächlich ein Fortschritt, wenn Schwarze in Filmen, die von Weissen gecastet, geschrieben und inszeniert werden, in die Rollen von Weissen schlüpfen dürfen? Von David Klein



Kurz nach Ägypten fliegen und das Klima retten

An der UNO-Welt Klimakonferenz nahmen über 40 000 Teilnehmende aus 200 Staaten teil. Im Durchschnitt schickt somit jeder Staat rund 200 Personen nach Scharm El-Scheich. Komplett übertrieben. Von Martin Lörtscher



Fachkräfte versus Personalchef:in (w/d/m)?

Oder was Toiletten, gendergerechte Sprache und Gleichstellung mit attraktivem Arbeitsplatz und Fachkräftesicherung zu tun haben. Von Thomas Tanner



Die hl. Simonetta

Simonetta Sommaruga tritt zurück – und aus dem linksliberalen Medien-Mainstream ergossen sich umgehend Elogen über sie. Von Thomas Baumann





galledia group

beteiligt sich an der

Ostschweizer Medien AG

Die Ostschweizer Medien AG, Herausgeberin der Publikation «Die Ostschweiz», erweitert ihren Aktionärskreis. Durch eine Minderheitsbeteiligung der galledia group ag können bei mehreren Projekten wichtige Entwicklungsschritte vorangetrieben und Synergien genutzt werden.

Werden Sie Teil von der «Ostschweiz».

Die im April 2018 neu lancierte Publikation «Die Ostschweiz» kann auf eine starke Entwicklung zurückblicken. In den knapp fünf Jahren konnten mit der Online-Plattform redaktionelle Akzente gesetzt und eine stetig steigende Stammleserschaft gewonnen werden. Laufend wurde die Webseite auch durch neue Gefässe wie etwa Podcasts, Video-Talks oder verschiedene Journale erweitert. Die Marke «Die Ostschweiz» wird seit drei Jahren auch mit einem hochwertigen Printmagazin und künftig auch mit Events nach aussen getragen.

Bereits seit 2020 besteht eine Zusammenarbeit mit der galledia group ag. Die Galledia ist seit der Lancierung der Printpublikation für die Druckabwicklung zuständig. Zudem wurden auch einzelne Projekte im IT-Bereich gemeinsam entwickelt.

«Dass diese beiden Medienunternehmen nun noch näher zusammenrücken, ist ein logischer Schritt und führt dazu, dass wir zahlreiche Projekte und Ideen schneller und unter Einbezug von noch mehr Know-how vorantreiben können», erklärt Marcel Baumgartner, Verlagsleiter der Ostschweizer Medien AG. Namentlich sollen in den Bereichen IT, Marketing, Printabwicklungen und Events rasch Akzente gesetzt werden. Baumgartner: «Galledia wird für uns zu einem wichtigen Partner im Betrieb, in der Technologie und der Marktausweitung.»

«Die Ostschweiz» wird als unabhängige Publikation weiterhin zur Medienvielfalt in der Region beitragen. Die nun gefestigte Partnerschaft mit der galledia group ag ermöglicht es, sich in der sehr dynamischen Digitalwelt noch schneller auf Marktsituationen einstellen und eigene Innovationen im Markt etablieren zu können.

Im Zuge der Minderheitsbeteiligung der galledia group ag nimmt deren VR-Präsident, Urs Schneider, Einsitz im Verwaltungsrat der Ostschweizer Medien AG.

Als Follower

Facebook



Instagram



Twitter



LinkedIn



Als Clubmitglied

Werden Sie jetzt eine von jenen Persönlichkeiten, die unsere Publikation in der Weiterentwicklung unterstützt und sich mit Gleichgesinnten vernetzen kann.



Als Gastautor/in

Ob Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Sport oder Kultur:

In der «Ostschweiz» werden die unterschiedlichsten Themen behandelt. Sie können Ihr Wissen, Ihre Meinung, Ihre Denkanstösse als Gastautorin oder -autor einer breiten Leserschaft mitteilen. Kontaktieren Sie uns für weitere Infos via info@dieostschweiz.ch.



Als Unterstützer/in

Möchten Sie unabhängigen Journalismus unterstützen? Möchten Sie einen Teil dazu beitragen, dass wir die Marke «Die Ostschweiz» laufend weiterentwickeln können? Hier finden Sie die verschiedenen Möglichkeiten.



4 Frauen, Fragen, Antworten

Wer holt sich den Ständeratssitz von Paul Rechsteiner? Ins Rennen steigen die St. Galler Nationalrätinnen Franziska Ryser (Grüne), Barbara Gysi (SP), Susanne Vincenz-Staufacher (FDP) und Esther Friedli (SVP). Der erste Wahlgang findet am 12. März statt, ein allfälliger zweiter am 30. April.

Umsetzung: Marcel Baumgartner,
Bilder: KEYSTONE / Gian Ehrenzeller / Marcel Bieri

Was wird 2023 das dominierende Thema in der Politik sein?

Franziska Ryser: Wir haben verschiedene Herausforderungen, für die wir seitens der Politik Lösungen brauchen: eine sichere und grüne Energieversorgung, die Zusammenarbeit mit der EU, ein Umgang mit der Teuerung. Das wichtigste Thema wird aber weiterhin unsere Antwort auf die Klimakrise sein. Der Umbau der Wirtschaft, des Verkehrs und der Gebäude hin zu einer fossilfreien und klimatauglichen Gesellschaft wird uns auch im nächsten Jahr grossmehrheitlich beschäftigen.

Barbara Gysi: Die Sorgen der Menschen sind die massive Teuerung, stark steigende Krankenkassenprämien und dass ihnen am Ende des Monats nicht genug zum Leben bleibt. Doch auch Klima- und Energiekrise, Versorgungssicherheit und der Ukrainekrieg beschäftigen uns weiterhin. Die Bevölkerung und das Gewerbe müssen genügend unterstützt werden.

Susanne Vincenz: Sicherheit in all ihren Facetten: Versorgungssicherheit bei der Energie, Arbeitsplatzsicherheit und Preisstabilität, Sicherheit bei der Altersvorsorge und Sicherheit im militärischen Kontext sowie bei der Migration. Das alles in einem Wahljahr, in dem Nationalrat und Ständerat teilweise neu zusammengesetzt werden und anschliessend die Gesamterneuerungswahl des Bundesrats ansteht.

Esther Friedli: Die genügende, sichere und bezahlbare Versorgung mit Energie, speziell mit Strom. Dies ist für die Erhaltung unseres Wohlstands zentral. Wir brauchen eine Energiepolitik, die so viel Energie wie möglich in der Schweiz produziert, damit wir weniger vom Ausland abhängig sind. Dabei müssen wir alle Formen der Energiegewinnung und der technischen Innovationen berücksichtigen.

In welchen Bereichen ist die Politik zu dominant?

Franziska Ryser: Die Politik ist da, um gesellschaftliche Themen zu diskutieren. Sie gibt uns die Möglichkeit, die Rahmenbedingungen für unseren Wirtschaftsstandort genauso wie für unser Zusammenleben gemeinsam zu definieren. Deshalb ist es wichtig, dass verschiedene Themen und verschiedene Blickwinkel in die Politik eingebracht werden können.



Franziska Ryser, Grüne-Nationalrätin:

«Wer glaubt, dass immer alles beim Alten bleiben muss, der sollte mich vielleicht besser nicht wählen.»

Barbara Gysi, SP-Nationalrätin:

«Die Bevölkerung und das Gewerbe müssen genügend unterstützt werden.»

Bei neuen Gesetzen müssen wir aber aufpassen, dass kein Micromanaging betrieben wird. Jeden Sonder- und Ausnahmefall kann man nicht auf Gesetzesstufe lösen. Da ist manchmal der Fokus auf das Grundsätzliche gefragt.

Barbara Gysi: Nirgends. Es ist wichtig, dass die Politik dafür sorgt, dass alle Menschen genug zum Leben haben, eine Ausbildung erhalten und dass unsere Lebensgrundlagen geschützt werden. Das bedeutet, dass es auch Regulierungen in der Wirtschaft und Finanzwelt braucht.

Susanne Vincenz: Überall dort, wo der Staat Aufgaben übernimmt, die Private und die Gesellschaft besser und günstiger lösen könnten – ganz im Sinne von: Mehr Freiheit, weniger Staat.

Esther Friedli: Die Eigenverantwortung ist für mich ein zentrales politisches Anliegen. Leider schwächt die Politik die Eigenverantwortung der Bürgerinnen und Bürger, indem der Staat immer mehr regelt und bestimmt. Hier sollten wir allgemein zurückhaltender sein. Dafür die Bürgerinnen und Bürger als eigenverantwortliche und mündige Personen wahrnehmen und behandeln.

Wie würden Sie Ihre politische Grundhaltung mit drei Wörtern beschreiben?

Franziska Ryser: Ökologisch, faktenbasiert, lösungsorientiert

Barbara Gysi: Sozial, gerecht, nachhaltig



Susanne Vincenz, FDP-Nationalrätin:

«Ich verstehe mich als Brückenbauerin.»

Susanne Vincenz: Ermöglichen (nicht verhindern), vernetzen (nicht abschotten), vorwärts machen (nicht blockieren)

Esther Friedli: Liberal, freiheitlich, föderalistisch

Wer sollte Sie auf keinen Fall wählen?

Franziska Ryser: Wer glaubt, dass immer alles beim Alten bleiben muss, der sollte mich vielleicht besser nicht wählen.

Barbara Gysi: Alle dürfen mich wählen.

Susanne Vincenz: Personen, die nicht an Lösungen interessiert sind und Probleme nur bewirtschaftet sehen wollen. Ich verstehe mich als Brückenbauerin – zwar mit einem klaren liberalen Kompass, aber auch mit der Fähigkeit, mit Kolleginnen und Kollegen anderer politischer Couleur mehrheitsfähige Kompromisse zu schmieden und umzusetzen.

Esther Friedli: Ich freue mich auf jede Stimme. Aber wer sich als Kommunist oder Kommunistin bezeichnet, ist von meinem politischen Kompass wohl sehr weit entfernt.

Esther Friedli, SVP-Nationalrätin:

«Die Eigenverantwortung ist für mich ein zentrales politisches Anliegen.»



Die Amttierenden haben das Wort

26 Nationalrats- und Ständeratssitze gilt es nächstes Jahr für die Kantone SG, TG, AR und AI neu zu besetzen. Das Jahr 2023 wird geprägt durch Wahlen – ordentliche und Ersatzwahlen. Wir machen den Auftakt, indem wir die amtierenden Parlamentarierinnen und Parlamentarier zu unterschiedlichen Fragestellungen zu Wort kommen lassen.

Umsetzung: Marcel Baumgartner, Bilder: KEYSTONE / PHOTOPRESS-ARCHIV / Str / parlament.ch



Welche Branche oder Gruppierung ist im Parlament deutlich untervertreten?

«Junge Menschen sind im Parlament deutlich untervertreten. Unsere Bevölkerung ist im Median rund 42 Jahre alt (per Zufall genau mein Alter). Im Nationalrat aber ist der Schnitt bei 52, im Ständerat gar bei 57 Jahren. Vor allem die Generation U30 ist kaum abgedeckt – allerdings auch Ü70 nicht.»

Andrea Caroni, FDP, AR, Nationalrat von Dez. 2011 bis Nov. 2015, Ständerat seit Nov. 2015



Welche Branche oder Gruppierung ist im Parlament deutlich übervertreten?

«Es ist nicht an mir, die Vertretung von Branchen oder Gruppierungen zu bewerten und zu kommentieren. Die Zusammensetzung des Parlamentes ist eine Folge der Wahlentscheide der Wählerinnen und Wähler. Bei den im Majorzverfahren gewählten Ständesvertretern gilt dies erst recht. Als Ständerat vertrete ich daher meinen Kanton Appenzell Innerrhoden und weder eine Branche noch eine Gruppierung oder Partei.»

Daniel Fässler, Mitte, AI, Nationalrat von Dez. 2011 bis Juni 2019, Ständerat seit Juni 2019



Sind Sie in Bern in erster Linie die Stimme der Bauern?

«Ich bin sicher eine der Stimmen der Bäuerinnen und Bauern sowie des ländlichen Raumes, die gehört wird und oft in den Medien zu Wort kommt. Als Mitglied der Wirtschaftskommission des Nationalrates bearbeite ich aber sehr viele Themen aus dem Steuerbereich und den verschiedenen Bereichen der Wirtschaft, die für die gesamte Bevölkerung von Bedeutung sind. Meist erfolgt die mediale Wahrnehmung aber nur über den eigenen Kernbereich und nicht über eine grosse Themenbreite.»

Markus Ritter, Mitte, SG, Nationalrat seit Dez. 2011



Sie werden immer wieder mit allen möglichen politischen Ämtern in Verbindung gebracht. Sorgt das für Druck und Unabhängigkeit?

«Nein, überhaupt nicht. Ich fühle mich seit dem ersten Tag in der Politik total unabhängig und spüre auch keinen Druck, für etwaige Ämter kandidieren zu müssen. Aber es ist klar, wenn man in einer gewissen Position ist, kommen immer wieder Anfragen auf einen zu, wo man Entscheidungen treffen muss. Manchmal ist das einfacher, manchmal schwieriger. Schlussendlich muss ich aber niemandem etwas beweisen, sondern entscheide jeweils so, wie es für mich, aber auch insbesondere für unsere Familie stimmt. Mit dieser Grundeinstellung bin ich bis heute gut gefahren.»

Diana Gutjahr, SVP, TG, Nationalrätin seit Nov. 2017



Wie lange benötigt man als Politikerin, bis man sämtliche Mechanismen des Parlaments kennt und beherrscht?

«Hier kann ich nur für mich antworten. Es war sehr hilfreich, dass ich vor der Zeit als Nationalrätin im Thurgauer Grossen Rat, also in einem kantonalen Parlament, Erfahrungen sammeln konnte. So habe ich mich schnell im Parlamentsbetrieb in Bern zurechtgefunden. Im Ständerat sind vor allem Erfahrung und ein gutes Netzwerk wichtig, denn schliesslich geht es darum, für seine Anliegen Mehrheiten in den Räten zu erzielen.»

Brigitte Häberli-Koller, Mitte, TG, Nationalrätin von Dez. 2003 bis Dez. 2011, Ständerätin seit Dez. 2011



Wie stark versuchen Verbände oder Privatpersonen, Sie als Politiker zu instrumentalisieren?

«Selbstverständlich lasse ich mich nicht instrumentalisieren. Dass Bürgerinnen und Bürger, aber auch Verbände – vom WWF bis zum Gewerbeverband – versuchen, Parlamentsmitglieder mit ihren Argumenten zu überzeugen, ist normal und gehört zum Wesen eines Parlaments. Als Volksvertreter bekomme ich wohl deutlich über 1000 solche Mails pro Jahr. Es ist wichtig, dass man spezifisches Fachwissen von ausserhalb mitbekommt. Ich bin offen für den Kontakt mit Verbänden auf allen Seiten, orientiere mich dann aber bei der Entscheidungsfindung an meinen eigenen Überzeugungen einer bürgerlichen Politik mit sozialer Verantwortung.»

Nico Paganini, Mitte, SG, Nationalrat seit März 2018



Werden Sie so lange politisieren, wie es Paul Rechsteiner getan hat?

«Das würde bedeuten, dass ich noch 30 Jahre in Bern Politik mache. Dieser Rechsteiner-Rekord ist kaum zu übertreffen und für mich nicht erstrebenswert. Entscheidend aber sind Positionen und Themen der Politik sowie die Motivation, mit Herzblut für das bürgerliche St. Gallen zu kämpfen.»

Lukas Reimann, SVP, SG, Nationalrat seit Dez. 2007



Wo kamen Sie bisher als Ständerat an Ihre Grenzen?

«Das Tempo des Gesetzgebungsprozesses zum COVID-Gesetz war äusserst problematisch und nicht mehr seriös. Dem Parlament war es kaum mehr möglich, die Auswirkungen der verschiedenen Entscheide sauber zu analysieren und zu diskutieren. Selbst für die Spezialistinnen und Spezialisten der Verwaltung war dies grenzwertig. Es ist wichtig, dass die Gesetzgebung nun wieder in den normalen Bahnen verläuft.»

Benedikt Würth, Mitte, SG, Ständerat seit Juni 2019



Was führte bei Ihnen in Bern schon zu heftigem Kopfschütteln?

«Relativ rasch gefällte Entscheide des Parlaments in gesellschaftlichen Fragen wie zum Beispiel, dass jede Person ihr eingetragenes Geschlecht im Zivilstandsregister ändern lassen kann, wenn sie der festen innerlichen Überzeugung ist, dem anderen Geschlecht zuzugehören. Dass wenigstens Kinder und Jugendliche bis 16 Jahre dafür noch die Zustimmung ihrer Eltern brauchen, ist ein schwacher Trost. Für betroffene Minderheiten finde ich den Entscheid richtig – in seiner Allgemeingültig- und Voraussetzungslosigkeit aber kann er das langfristige Wohlergehen und Glück vieler Menschen bedrohen.»

Jakob Stark, SVP, TG, Ständerat seit Dez. 2019



Ist der Politbetrieb effektiv so lahm, wie immer wieder gesagt wird?

«Aus meiner bisherigen dreijährigen Erfahrung im Nationalrat klar nein. Von einem lahmen Politbetrieb, wie von aussen immer wieder behauptet wird, kann keine Rede sein: Um gute Lösungen und Mehrheiten zu finden, wird hart und leidenschaftlich gerungen, zuerst in den vorberatenden Kommissionen, dann im Plenum. Dass es allenfalls länger als in anderen Parlamenten dauert, bis eine Vorlage unter Fach und Dach ist, hat mit unserem politischen System zu tun: Es beruht auf der direkten Demokratie und dem Föderalismus, was ich als Vertreter eines kleinen Kantons als ganz zentral erachte. Und wenn einmal dringende Probleme anstehen, hat das Parlament bewiesen, dass es auch sehr schnell handeln kann, wie die jüngsten Beschlüsse zur Förderung der erneuerbaren Energien bewiesen haben.»

Thomas Rechsteiner, Mitte, AI, Nationalrat seit Dez. 2019



Ist die Zeit des grünen Aufschwungs 2023 vorbei?

«Die Zeit des grünen Aufschwungs ist kaum vorbei. Es sind die Resultate an der Urne – und nicht der Umfragen –, auf die es ankommt. Die Umfrage ist eine Momentaufnahme. Über längere Zeit betrachtet, legen die Grünen weiterhin zu. Sie haben bei den kantonalen Wahlen in den letzten drei Jahren am meisten Sitze von allen Parteien gewonnen (+52 Sitze). Und der Mitgliederzuwachs ist mit über einem Viertel seit 2019 überdurchschnittlich hoch.»

Die ökologische Herausforderung ist während der Umfrage durch den Krieg etwas in den medialen Hintergrund getreten, weshalb sowohl die Grünen als auch die GLP (–0,5) im Vergleich zum Barometer 2021 etwas verloren haben. Die Umfrage zeigt auch, dass die Grünen bezüglich Herausforderungen der Ukraine Krise aus Sicht der Wählerinnen und Wähler als kompetenteste Partei in Energiefragen angesehen wird.»

Kurt Egger, Grüne, TG, Nationalrat seit Dez. 2019



In welchem Bereich sollte sich der Berner Politbetrieb dringend erneuern?

«Die Weiterentwicklung soll darin bestehen, dass wir wieder eine massvolle und nachvollziehbare Politik betreiben, die auch von Respekt und Vertrauen geprägt ist. Ich wünsche mir Kolleginnen und Kollegen in Bern, die auch bereit sind, Haltungen zu zeigen und sich für Werte einzusetzen. In verschiedenen wichtigen Bereichen braucht unser Land Entscheidungen, die auf Fakten basieren, die aber durchaus kontrovers diskutiert werden dürfen. An der konstruktiven, verantwortungsvollen Politik müssen sich zwingend alle beteiligen.»

Christian Lohr, Mitte, TG, Nationalrat seit Dez. 2011



Wie hat sich Ihr Leben seit der Wahl in den Nationalrat verändert?

«Die grössten drei Veränderungen für mich und mein Umfeld sind, dass ich 15 Wochen pro Jahr in Bern bin, seither eine öffentliche Person bin und die Arbeit sehr fragmentiert ist und häufig am Abend stattfindet. Ich empfinde es als Privileg, mich gesetzgeberisch einzubringen und einen Beitrag zu leisten, die Schweiz vorwärtszubringen.»

Marcel Dobler, FDP, SG, Nationalrat seit Nov. 2015



Womit kann man Sie als Politikerin heute noch aus der Fassung bringen?

«Aus der Fassung bringt mich, wenn auf der rechten Seite mit grossen Worten Steuererleichterungen angepriesen werden, von denen man genau weiss, dass sie für die Leute mit kleinen und mittleren Einkommen kaum bis gar nichts bringen, im Gegenteil, dass das damit fehlende Geld in der Kasse bei ihnen eingespart wird.»

Claudia Friedl, SP, SG, Nationalrätin seit März 2013



Wie stehen Sie zu einer Erweiterung des Bundesrats auf neun Mitglieder?

«Die Idee ist verlockend, aber ausschliesslich bei neun SVP-Bundesratsmitgliedern. Spass beiseite, ich stehe vollumfänglich zur Konkordanz, bei der alle politisch relevanten Kräfte gemäss ihrer Stärke in der Regierung vertreten sein sollten! Zu Ihrer Frage: Die Bundesverwaltung beschäftigt heute bereits gegen 40 000 Mitarbeitende. Sie verdienen im Schnitt gut 122 000 Franken. Ein um zwei Departemente erweiterter Bundesrat würde den Staat mit zusätzlichen Stellen völlig unnötig aufblähen und zu jährlichen Mehrkosten von rund 40 Mio. Franken führen. Dafür haben wir kein Geld! Und sowieso: Eine angemessene Vertretung von Landesgegenden und Sprachregionen ist eine Frage des politischen Willens. Neun Bundesräte wären zwei zu viel!»

David Zuberbühler, SVP, AR, Nationalrat seit Nov. 2015



Bangen Sie um Ihren Sitz?

«Nein, denn insgesamt leisten wir Grünliberale in Bern so sach- wie zukunftsorientierte Aufbauarbeit im Interesse unseres Landes. Konkret besteht diese aus einer Fülle wichtiger Einzeldossiers in Umwelt-/Energie-, Wirtschafts-/Finanz-, Gesellschafts-/Bildungs- und Aussen-/Europa-Themen. Eine zunehmende Wählerschaft schätzt unser nachhaltigkeitsorientiert-konstruktives Engagement, was auch in regelmässigen Abstimmungserfolgen honoriert wird.»

Thomas Brunner, GLP, SG, Nationalrat seit Dez. 2019



Was geht Ihnen in Bern am meisten auf die Nerven?

«Wir haben Krieg in Europa. Wegen Corona und der riesigen Flüchtlings- und Immigrationswelle burden wir unseren Kindern Dutzende Milliarden an Staatsschulden auf. Und was macht Bundesbern? Die links-grüne Politik beschäftigt sich mit dem Genderstern! Die «Parlamentarier:innen», «Politiker*innen» und «NationalrätInnen» machen aus einer merkwürdigen Welle, welche aus den USA und von Deutschland her in unser Land geschwappt ist, einen veritablen Tsunami. Dieser verwüstet und verheert unsere Sprache mit einer gewaltigen Wucht.»

Roland Rino Büchel, SVP, SG, Nationalrat seit März 2010



Zirkuläres Bauen für die Zukunft

Die Kreislaufwirtschaft zeigt den Weg in eine nachhaltige Bauzukunft. Wenn Materialströme zirkulär und nicht mehr linear fließen, kann aus Materialien oder ganzen Bauteilen, die an einem Ort nicht mehr gebraucht werden, andernorts Neues entstehen. Das spart enorm Ressourcen und Energie, und es würdigt das Bestehende.

Stream zum Themenabend Kreislaufwirtschaft konkret:



Baumaterial, ob neu oder gebraucht, wird in Zukunft einen ganz anderen Stellenwert bekommen.

Mit dem Anspruch, den CO₂-Ausstoss zu senken, steht die Baubranche vor neuen Herausforderungen. Die Bauten der letzten 100 Jahre basierten auf einem linearen Materialfluss: erstellen, nutzen, abreißen, entsorgen. Mit Blick auf schwindende Ressourcen und steigende Energiepreise ist diese Bauweise weder nachhaltig noch attraktiv. In bestehenden Bauten lagern enorme Mengen Material und graue Energie. Solange die Bauten einen Nutzen bringen, können wir sie erhalten und weiterbauen. Wenn dabei qualitativ hochwertige, langlebige und materialreine Produkte und trennbare Konstruktionen aus nachwachsenden Rohstoffen zum Einsatz kommen, lassen sie sich in Zukunft zirkulär weiterverwenden. Neue Bauten können wir so entwickeln und konstruieren, dass sich Bauteile zusammenbauen, auseinander- und wieder zusammenbauen lassen.

Umgang mit dem Bestand

Wenn bestehende Bauten ihren Zweck nicht mehr erfüllen, muss das nicht ihr Ende besiegeln. Insbesondere gewerbliche und industrielle Bauten haben enormes Potenzial, eine andere Nutzung zu bedienen. Bei einem Umbau geben sie und andere Bauten Bauteile und Materialien frei. Die können in einem anderen Gebäude weiter ihren Zweck erfüllen oder neue Aufgaben übernehmen. Als Beispiel hat ein aus- und andernorts wieder eingebauter Stahlträger einen Wiederverwendungswert von 95 Prozent. Holz ist ein mächtiger CO₂-Speicher. Aber nur so lange, wie das Holz weiter- und wiederverwendet wird, also einen Nutzen bringt. Wie ein Stahlträger kann ein Holzträger oder Parkett aus- und wieder eingebaut werden. Bauholz ohne Weiterverwendung lässt sich als Industrieholz wiederverwenden.

Das Potenzial des zirkulären Bauens ist gross und vielseitig. Um es zu nutzen, sind alle Beteiligten der Baubranche aus Planung, Produktion und Ausführung gefragt. Es braucht neue Kompetenzen und innovative Wege dazu. Das bedeutet, dass die planerischen Aufgaben wachsen und zusätzliche Fachleute mit neuem Wissen benötigt werden. Zukünftig werden wir mehr Geld für Arbeit und weniger für Ressourcen ausgeben – ein ökologischer und wirtschaftlicher Fortschritt.

Livestream

Mit dem ecocircle sensibilisiert die Energieagentur St. Gallen zur Kreislaufwirtschaft. Der ecocircle wird als Livestream übertragen. Alle Aufzeichnungen können Sie auf der Website abrufen.

Die nächsten Termine, immer am Donnerstagmorgen von 7 bis 8 Uhr:

02. März 2023
01. Juni 2023
21. September 2023
07. Dezember 2023



ecocircle

Mister Kiss-Kiss, Bang-Bang

James Bond wird 60 Jahre alt. Im Oktober 1962 erschien das erste Abenteuer von 007, «Dr. No», und seither begeistert der britische Agent im Dienst Seiner Majestät weltweit die Massen.

Text: Giuseppe Gracia, Bild: zVg.

Seit sechs Jahrzehnten lässt der tadellos gekleidete Bond, James Bond die Kassen klingeln. Er erobert die schönsten Frauen an den schönsten Orten der Welt. Er fährt die schönsten Autos mit den coolsten Gadgets, in der Tasche des massgeschneiderten Anzugs die Lizenz zum Töten. Mit lockeren Sprüchen darf Bond die Bösen niedermähen, überfahren, ersäufen, in die Luft jagen, in den Weltraum schiessen – die Walther PPK in der einen Hand, den Wodka-Martini in der anderen.

Nicht Hollywood, sondern die britische Eon Productions hat es geschafft, die langlebigste Kinoserie der Filmgeschichte zu kreieren. Einen Kinohelden für ein generationenübergreifendes Millionenpublikum. Mit mondäner Eleganz, halsbrecherischen Weltklasse-Stunts und traumhaften Sets. Mit Beluga-Kaviar, Dom Pérignon und Luxussuiten, in denen weibliche Sexbomben warten, geschüttelt, nicht gerührt.

«Nobody does it better», singt Carly Simon in «Der Spion, der mich liebte» (1977). In der Tat: Keiner macht es besser als 007. Keiner macht es kostspieliger. Keiner kämpft, taucht, fliegt und fährt besser Ski. Keiner rettet die Welt eleganter.

Viele haben versucht, den anhaltenden Erfolg der Serie zu erklären. Mit Analysen über den Kalten Krieg als Durchlauferhitzer des Agenten-Genres. Über Bondfilme als moderne Märchen mit entstellten Bösewichtern, magischen Frauen und magischer Technologie. Über 007 als Spiegel der westlichen Dekadenz und

des Sexismus privilegierter weisser Männer. Aber vielleicht ist es einfacher. Vielleicht wollen alle Männer im Grunde sein wie Bond, und alle Frauen wollen einen solchen Mann. Deswegen gehen sie seit 60 Jahren ins Kino, um Bond zu sehen. So sieht es Ian Fleming, der Erfinder von 007: «Bond ist die Art von Mann, die sich jedes Mädchen insgeheim wünscht, und er führt das Leben, das jeder Mann insgeheim gern führen würde.»

In seinen grossen Momenten wirkt 007 wie der Inbegriff der Überlegenheit des Westens über andere Kulturen. Der beste Stil, die besten Waffen. Die besten Autos, Frauen und Grandhotels. Die beste Musik, die besten Schurken und Sprüche. Bond verrät niemals sein Land. Im Dienst Seiner Majestät ist er stets auf dem Sprung in die nächste Lebensgefahr – und ins nächste Bett. So singt es Tom Jones in «Thunderball» (1965): Bond handelt, während andere Männer nur reden.

Unverkennbar «bondisch» sind nicht nur die Songs, sondern auch die Titelsequenzen. Zwischen 1962 und 1989 schuf der Designer Maurice Binder traumwandlerische Sequenzen mit Frauensilhouetten, die von allen Seiten über die Leinwand schweben. Frauen, die vorbeitauchen, vorbeitanzen, vorbeirennen. Im Wasser schwebende, im Mondlicht schimmernde Frauenhaare. Frauen, die auf Riesepistolen turnen. Frauenaugen, die diamanthaft im Welt- raum blitzen. Frauenbeine und Frauenschultern, auf denen Flammen züngeln. Frauenmünder, aus denen Kugeln schiessen.

«Im Wasser schwebende, im Mondlicht schimmernde Frauenhaare. Frauen, die auf Riesepistolen turnen.»

Im Rückblick ist es erstaunlich, wie genau ein 007-Vorspann seine Epoche spiegelt. Manche wirken wie visuell-akustische Miniaturen ihrer Zeit. Die Sean-Connery-Bonds



Giuseppe Gracia ist Schriftsteller und Kommunikationsberater. Seit «Moonraker» (1979) ist er Bond-Fan.

(1962–1968) reflektieren den Kalten Krieg, das gefährliche Agentenleben. In den 1970er-Jahren wird es leichter, mit Frauen auf Seidenbetten, neben weissen Katzen mit Diamanthalband. Roger Moore verkörpert einen schwerelosen Optimismus. Eine Discostimmung, die bis in die 1980er-Jahre anhält, mit blinkenden Neonfarben. Farben, die nach der Reagan-Thatcher-Ära verschwinden. Die Filme mit Timothy Dalton (1987–89) werden härter. 007 schwitzt und blutet, offensichtlich inspiriert vom Erfolg der «Stirb langsam»-Filme (ab 1988). Dann kommt mit Pierce Brosnan 1995 wieder ein Roger-Moore-Typ. Doch die kulturelle Stimmung der 2000er-Jahre ist nicht optimistisch, sondern kühl, angespannt. Das spiegelt sich in den Brosnan-Titelsequenzen mit dieselschwarz glänzenden Waffen und androgynen Frauen im Kampfmodus. Auch die Songs wirken pessimistischer, nichts mehr vom Traum der Überlegenheit westlicher Lebensweise. Noch härter wird es 2006 mit Daniel Craig. Der Erfolg der «Jason Bourne»-Filme (2002–2016) veranlasst die Bond-Macher, 007 grimmiger und verschrammter zu machen. Ein Bond, der mit Selbstzweifeln kämpft und infrage gestellt wird, selbst von der eigenen Regierung. Vor lauter Rennen und Schwitzen bleibt kaum Zeit für Optimismus und Eleganz. Entsprechend elegisch kommen die Songs daher, mit Titelsequenzen aus einer Welt voller Schatten und Feindschaft. Eine Dämmerstimmung, in der sich niemand über den Weg traut. Dazu passend wird Bond mit «Skyfall» (2012) und «Spectre» (2015) psychologisiert und problematisiert. Die Storyline kreist nicht

mehr um äussere Feinde (Feinde des Westens, Feinde der Menschheit), sondern um Bonds eigene, innere Abgründe. So, als wollten die Filme sagen: «Schaut, was aus dem westlichen Lebensmodell geworden ist. Schaut, wie wir uns problematisieren, weil wir uns nicht mehr über den Weg trauen.»

Unter der Oberfläche seiner durchtrainierten, verschwitzten Rastlosigkeit wirkt Craigs Bond letztlich irgendwie depressiv. Und vielleicht muss das so sein. Bond spiegelt immer den Zeitgeist. Und unsere Gegenwart: Ist sie unter der digitalen Oberfläche nicht tatsächlich oft müde und depressiv? Leben wir nicht in einer Gesellschaft, die den kapitalistisch-freiheitlichen Westen im Grunde ablehnt, die den Menschen für einen missratenen Umweltverschmutzer hält und sich den kulturellen «Reset»-Knopf wünscht?

Bleibt zu hoffen, dass die gesellschaftliche Stimmung sich eines Tages wieder aufhellt, so dass auch Bond wieder hoffnungsfroher werden darf. Es wäre schön, wenn nach dem letzten, depressiven «No time to die» Eleganz und Optimismus in die Serie zurückkehren. Auf 007 kann sich das Kino schliesslich verlassen. Seit 60 Jahren verspricht der Abspann: «James Bond will return.» Seit 60 Jahren hält Bond dieses Versprechen.

«Bleibt zu hoffen, dass die gesellschaftliche Stimmung sich eines Tages wieder aufhellt, so dass auch Bond wieder hoffnungsfroher werden darf.»

Kantonsratspräsident
Jens Jäger:
«Auch Humor soll
Platz haben.»

«**Der Staat** soll mir
nicht vorschreiben, wie ich
zu leben habe.»

FDP-Politiker Jens Jäger (*1977) präsidiert 2022/2023 den St. Galler Kantonsrat. Dass in der breiten Bevölkerung kaum jemand weiss, wer dieses Amt bekleidet, stört ihn nicht. Wie und wo aber will er trotzdem Akzente setzen?

Interview: Marcel Baumgartner, Bild: zVg.

Jens Jäger, würden Sie die aktuelle Phase auch als «Ruhe vor dem Sturm» bezeichnen?

Von Ruhe kann aktuell keine Rede sein in der Politik. Mit den Bundesratswahlen im Dezember und den Ständeratswahlen im März stehen zwei wichtige Wahlen an. Für die Schweiz und den Kanton St. Gallen.

Sämtliche Parteien bereiten sich auf die bevorstehenden Wahlen vor. Wann geht das eigentlich intern so richtig los? Ab wann beschäftigt man sich mit den entscheidenden Fragen?

Die Vorbereitungen für die Nationalratswahlen haben bereits vor Monaten begonnen. Auch die Ständeratswahlen wurden bereits intensiv diskutiert, bevor bekannt wurde, dass im Frühling bereits Erneuerungswahlen für den Ständerat anstehen. Gut für die FDP – sie ist nämlich bereit für das Wahljahr 2024.

Ich mache mir nichts vor. Auf die Frage, wie gut die FDP gerüstet ist, werden Sie mir eine Standardantwort liefern. Entsprechend frage ich anders: Vor welcher anderen Partei muss man sich in Acht nehmen? Wem trauen Sie – abgesehen von der FDP – am meisten zu?

Es ist an den Wählerinnen und Wählern, zu entscheiden, wer gut gerüstet ist. Noch wichtiger ist, welche Partei die besten Lösungen für unser Land und unseren Kanton hat. Mit ihren starken Werten Freiheit, Gemeinsinn und Fortschritt bringt die FDP die beste Basis für genau diese guten Lösungen mit.

Stehen Wahlen an, richtet sich der mediale Blick auf die Köpfe. Leidet darunter das Tagesgeschäft?

Es ist nicht wegzudiskutieren, dass in Wahljahren vermehrt versucht wird, das Profil zu schärfen. Das ist auch an der Zunahme von parlamentarischen Vorstössen ablesbar – ob in der Vereinigten Bundesversammlung oder auch im Kantonsrat. Dass das «Tagesgeschäft» darunter leidet glaube ich nicht. Die Sessionstage werden vielleicht einfach etwas länger – zumindest im Kanton St. Gallen. (lacht)

Sie selbst sind derzeit noch mehr im Rampenlicht. Seit Mitte 2022 üben Sie die Funktion des Kantonsratspräsidenten aus. Was bringt dieses Amt – abgesehen von einer Vielzahl von Einladungen – mit sich?

Abgesehen von den vielen tollen Menschen, die ich treffen darf, bringt dieses Amt einen vertieften Einblick in die Funktionsweise unseres Parlaments und damit auch unserer Demokratie mit sich. Die Führung der Sessionen und auch der Präsidiumssitzungen sind meine zusätzlichen Aufgaben. Es ist eine grosse Ehre und Verpflichtung, den Kantonsrat zu präsidieren.

Muss, will, soll man in dieser Funktion auch etwas bewegen, klare Akzente setzen?

Als Kantonsratspräsident macht man selbst keine Politik. Akzente setzt man damit, dass man den Rat kompetent und umsichtig leitet. Gerade dann, wenn aufgrund von emotionalen Themen die Diskussion etwas hitziger ist, muss man den Überblick und die Ruhe bewahren. Zudem kann man auch Akzente setzen, indem man zwischendurch auch den Humor nicht zu kurz kommen lässt. Auch das ist in einem Parlament wichtig und gelingt mir hoffentlich.

Wenn man auf der Strasse Passantinnen und Passanten fragt, wer aktuell Präsident des Kantonsrats ist, wird man in 90 % der Fälle wohl nur Schulterzucken als Antwort erhalten. Das dürfte Sie nicht wirklich erfreuen?

Dieselben 90 % kennen vermutlich auch den Regierungspräsidenten nicht oder können nicht alle sieben Bundesrätinnen und Bundesräte aufzählen. Für mein Verständnis geht es beim Politisieren nicht um irgendeine Art Promi-Status, sondern darum, etwas für die Menschen und die Wirtschaft im Kanton sowie in der Schweiz zu bewegen.

«Für mein Verständnis geht es beim Politisieren nicht um irgendeine Art Promi-Status.»

Wo sind Sie ein typischer Freisinniger?

Ich stehe für Freiheit und Selbstbestimmung ein. Ich stehe dafür ein, dass nicht nur der Staat Probleme löst, sondern auch die Zivilgesellschaft ihrer Pflicht nachkommt. Meines Erachtens braucht es einen schlanken, aber starken Staat. Das heisst: Der Staat muss die notwendigen Aufgaben effektiv lösen, dabei aber möglichst effizient sein. Zu guter Letzt bin ich auch der dezidierten Ansicht, dass die Steuerbelastung sinken muss und die Staatsquote nicht weiter steigen darf – um das zu erreichen, braucht es im Kanton einen tiefgreifenden Strukturwandel.

Den vollständigen Artikel lesen sie hier:



Die Schatzsucherin

Als Geschäftsführerin des Auktionshauses Rapp und der Galerie Rapp in Wil ist Marianne Rapp (*1976) von schönen und wertvollen Gegenständen umgeben. Ein Gespräch über Millionenbeträge, Enttäuschungen und Leidenschaft.

Interview: Marcel Baumgartner, Bild: zVg.

Marianne Rapp, was ist Ihr persönliches Lieblingsschmuckstück?

Mein Favorit ist der Aquamarin. Ich liebe Schmuckstücke mit diesem Edelstein, der von hellblau bis kräftig himmelblau funkelt.

Haben sie einen materiellen Wert?

Ja, diese Stücke variieren von ein paar Hundert Franken bis hin zu einigen Tausend Franken.

Sie beschäftigen sich täglich mit Werken und Objekten, die teilweise zu hohen Preisen den Besitzer wechseln. In wie vielen Fällen geht es um Leidenschaft und in wie vielen um die reinen Finanzen, um Investitionen?

Es geht eigentlich fast immer zuerst um Leidenschaft. Viele Menschen haben eine Passion, die sie mit dem Sammeln von Münzen, Uhren, Briefmarken oder schönen Schmuckstücken verbinden. Wir betreuen Sammler, die ein grosses Budget zur Verfügung haben, und beraten sie natürlich auch, sinnvoll in Investitionsobjekte mit Leidenschaft zu investieren.

«Sammler sind glückliche Menschen.»

Können Sie persönlich nachvollziehen, wieso jemand horrenden Summen für ein Kunststück, ein Sammelobjekt bezahlt?

Ja, sehr gut. Es gibt doch dieses bekannte Sprichwort von Goethe: «Sammler sind glückliche Menschen.» Und genau darum verstehe ich

auch, dass man für Objekte mit einem besonderen geschichtlichen Hintergrund oder Seltenheitswert hohe Summen ausgeben kann.

Die Frage muss ja kommen: Was war der höchste Preis, der bei Ihnen jemals für ein Objekt bezahlt worden ist? Und um welches Objekt handelte es sich?

Wir durften schon viele ganz herausragende Objekte in der über 50-jährigen Firmengeschichte verkaufen. Ganz speziell war sicherlich die Briefmarkensammlung «Alma Lee», die wir für die Royal Philatelic Society, welche unter dem Patronat der verstorbenen Queen Elizabeth stand, versteigern durften. Diese Sammlung hat gegen zwei Millionen Franken eingebracht. Oder natürlich auch die lange verschollen geglaubte Briefmarkensammlung «Ticino», die für über 4,5 Millionen Franken versteigert wurde.

«Diese Sammlung hat gegen zwei Millionen Franken eingebracht.»

Waren Sie auch schon einmal enorm enttäuscht, weil ein Objekt deutlich unter Wert den Besitzer gewechselt hat?

Gewisse Objekte sind auch für uns schwierig einzuschätzen. So gab es auch schon Enttäuschungen, aber zum Glück gibt es viel mehr positive Überraschungen.

Ich habe vorhin bewusst das Wort «Besitzer» verwendet. Von aussen betrachtet, hat man den Eindruck, es seien vermehrt Männer, die in Ihrem Business mitmischen. Ein falsches Bild?

Marianne Rapp:

«Es geht eigentlich fast immer um Leidenschaft.»



«So unrecht haben Sie nicht, wir betreuen eine grosse Anzahl an männlichen Kunden.»

So unrecht haben Sie nicht, wir betreuen eine grosse Anzahl an männlichen Kunden. Aber vermehrt auch Frauen, insbesondere in den Bereichen Schmuck und Edelsteine sowie bei Luxushandtaschen und zeitgenössischer Kunst.

Trifft man gerade an Auktionen eigentlich immer wieder dieselben Personen an? Gibt es richtige Stammkunden?

Ja, wir haben Stammkunden auf der ganzen Welt. Viele Kunden sind auch zu Freunden geworden. Gerade in den Segmenten Uhren und Schmuck sind in den letzten Jahren aber enorm viele Neukunden zu uns gekommen. Speziell aus Asien, aber auch Amerika. Da ist es leider nicht mehr möglich, alle persönlich zu kennen.

Haben Sie schon einmal ein Objekt aus einer eigenen Auktion ersteigert?

Dieser Versuchung zu widerstehen fällt einem tatsächlich nicht immer so leicht.

Wie schwierig ist es grundsätzlich, an wirklich interessante Objekte zu kommen?

Es ist immer wieder von Neuem eine grosse Herausforderung, ein attraktives Auktions-

angebot zusammenzutragen. Da fühlen wir uns oft wie richtige Schatzsucher.

Auf welchen Wegen, mit welchen Kanälen streckt man hierzu die Fühler aus?

Primär erfolgt die Akquisition über persönliche Kontakte in unserem langjährigen Kundennetzwerk. Zudem gewinnen wir über unser Markenbotschafterprogramm Neukunden durch Weiterempfehlungen. Besonders ergiebig sind auch unsere öffentlichen «Expertentage», bei denen unkompliziert eine Erstmeinung eingeholt werden kann. Aber auch Social Media werden natürlich zunehmend wichtig.

Haben Sie für das Jahr 2023 schon gewisse Highlights in der Hinterhand?

Uns wurden bereits in allen Segmenten tolle Auktionsobjekte anvertraut. Dabei sind eine exklusive Schmucksammlung von Cartier, eine Neuentdeckung eines Basler-Taube-Briefes sowie auch hervorragende Münzen. Sie dürfen sich also heute schon auf ein spannendes Auktionsangebot freuen. Einige der Highlights zeigen wir vorab an unserer exklusiven Ausstellung «Treasures & More» im Dezember.

«Highlights brauchen Geduld.»

Nach zehn Jahren im Nationalrat hat SVP-Politikerin Verena Herzog (*1956) genug. Die Thurgauerin tritt 2023 nicht mehr an. Nun kann sie offen sprechen und sagt deutlich, was sie an einem Grossteil der Parlamentarierinnen und Parlamentarier stört und weshalb sie nicht Platz für einen «Nachrutscher» gemacht hat.

Interview: Marcel Baumgartner
Bild: KEYSTONE/Alessandro della Valle

Verena Herzog, Sie werden bei den eidgenössischen Wahlen 2023 nicht mehr antreten. Nun können Sie als Politikerin endlich sagen, was Sache ist. Ein schönes Gefühl?

Glücklicherweise blicke ich auf eine politische Karriere zurück, in der ich immer sagte, was Sache ist. Ich machte nie «Stimmenfängerpolitik», sondern auf Fachwissen abgestützte Sachpolitik, die ich stets aus Überzeugung vertreten konnte. Populismus war nie mein Ding.

«Ich habe immer gesagt, was Sache ist.»

Sie politisieren seit 2013 im Nationalrat. Was hat Sie während all den Jahren am meisten überrascht – oder beeindruckt?

Ich war überrascht, dass ein Grossteil der Parlamentarier, von links bis rechts, nicht nur Vertreter des Volkes, sondern gewählte Lobbyisten sind. Dadurch wird eine effektive Sachpolitik enorm erschwert.

So hat mich beispielsweise beim Eintritt die grosse Anzahl von mit Krankenkassen oder der Industrie verhandelten und von ihnen bezahlten Politikern in der Gesundheitskommission schockiert. Auch wenn Netze ausgeworfen wurden, lehnte ich immer ab. Mir war meine Unabhängigkeit für meine politische Arbeit zentral.

Es hat mich stark beeindruckt, dass in persönlichen Gesprächen mit Bundesräten aller Couleur meine politischen Anliegen einfach und unkompliziert deponiert und diskutiert werden konnten.

Was waren für Sie die persönlichen Highlights?

Gesetzesvorlagen, die in der Kommission während vieler Sitzungen ausgearbeitet wurden, zum Durchbruch verhelfen zu können, so zum Beispiel bei der Weiterentwicklung der Invalidenversicherung, der Reform der Ergänzungsleistungen und vor allem bei den beiden AHV-Vorlagen. So konnte ich sowohl in der Kommission als auch in vielen öffentlichen Auftritten meinen Beitrag leisten, dass die ungeeignete AHV2020-Vorlage vom Souverän versenkt wurde. Dies ermöglichte eine neue, bessere AHV2021-Vorlage auszuarbeiten und ihr zum Durchbruch zu verhelfen.

Highlights brauchen Geduld. Meine Motion von 2015 gegen das zu leichtfertige Verschreiben von Methylphenidat – enthalten in Ritalin – für Schulkinder hatte im Nationalrat zwar Zustimmung erhalten, wurde jedoch vom Ständerat abgelehnt. Als Folge meines 2019 eingereichten Postulats «ADHS. Resultate des Projektes FOKUS in die Ausbildung integrieren», dem beide Räte zugestimmt hatten, konnte nun endlich ein Bericht dazu im Herbst in der Kommission diskutiert werden. Ziel ist, dass das Projekt Fokus in der Weiterbildung der Lehrpersonen ein fester Bestandteil wird und Kindern mit ADHS-Symptomen besser begegnet werden kann.



«Ich bereue nichts.»
SVP-Nationalrätin Herzog
(links) im Gespräch mit
Ruth Humbel.

Die vielen wohlwollenden Zuschriften sind persönliche Highlights. Leute aus der Bevölkerung bedankten sich immer wieder für meinen Einsatz auch für unpopuläre Themen wie gegen die schleichende Cannabislegalisierung, gegen die hinterlistige Frühsexualisierung von Kindern und für eine gute Bildung, die den Namen verdient.

Was bereuen Sie?

Ich bereue nichts und würde alles genau gleich wiedermachen.

Von aussen wird der gesamte Politbetrieb als träge wahrgenommen. Mussten Sie diese Erfahrung auch machen?

Es liegt in unserem politischen System, dass schnelle politische Wüfde in bedeutenden

Angelegenheiten kaum möglich sind. Und das ist gut so. Die Folgen von international ausgelösten Schnellschüssen als Reaktion auf Katastrophen, Krisen und Kriege, denen wir uns nicht entziehen konnten, werden uns die nächsten Monate oder Jahre sinnlos unproduktiv beschäftigen.

Sie kündigten an, bis zum letzten Tag 100 % Einsatz für die Schweiz und den Thurgau zu geben. Kann man als Nationalrätin effektiv etwas für den eigenen Kanton bewirken?

Einzelleistungen sind meist Medienflops.

Der Einsatz für den Kanton oder die Region ist Teamarbeit. So kämpft man nicht mit heroischen Einzelleistungen,

«Einzelleistungen sind meist Medienflops.»

sondern als Mitglied eines Teams, das sich für und nicht gegen die Interessen der eigenen Region einsetzt. So könnte sich das Team der Thurgauer Parlamentarier geschlossen für ein Projekt, zum Beispiel die von einer Mehrheit der Thurgauer Bevölkerung gewollte Bodensee-Thurtalstrasse (BTS), einsetzen. Leider scheren einzelne Thurgauer Parlamentarier aus parteiideologischen Überzeugungen aus.

Weiter resultieren auch durch die Mitgestaltung in der nationalen Gesetzgebung bessere oder schlechtere Bedingungen für den eigenen Kanton. So setzte ich mich jüngst sowohl in einem eigenen Vorstoss als auch in der Gesundheitskommission für eine bessere Versorgung in der Kinder- und Jugendmedizin ein. Meine Motion wurde von National- und Ständerat erheblich erklärt.

Nun waren gerade die letzten beiden Jahre anspruchsvoll. Hat die Gesellschaft erkannt, was während dieser entscheidenden Phase in Bern abgelaufen ist?

«Weder Gesellschaft noch Medien haben wirklich erkannt, was abgelaufen ist.»

Weder Gesellschaft noch Medien haben wirklich erkannt, was abgelaufen ist. Bundesbern wurde seit Jahrzehnten zum ers-

ten Mal in einem Krisenmanagement herausgefordert. Plötzlich waren in unserem System tatsächlich schnelle Reaktionen gefordert. Denn das Virus wartet nicht, bis die Räte beschlossen haben. Nicht die vorübergehende straffe Führung war das Problem, sondern die durch entsprechende Selbstdarsteller widersprüchliche Kommunikation sowie die meistens zu späte Einführung verschiedener Massnahmen. Dass gewisse einzelne Medien damit ebenfalls grosse Schwierigkeiten bekundeten, erschwerte die Problemlösung und machte es für die Gesellschaft weder transparenter noch einfacher. Die Verharmlosung der Virusinfektion, abgestützt auf Propaganda in den sozialen Medien, verunsicherte viele Menschen zusätzlich.

Die straffe Führung und die unter Medien- druck entstandenen parlamentarischen Beschlüsse über eine klar begrenzte Zeit zu akzeptieren stellte viele vor eine grosse Herausforderung. Die Folgen dieser Schwierigkeiten werden ja erst jetzt nach und nach spürbar, so die aktuellen Krankenkassenprämien-Erhöhungen und künftig die langfristigen Folgekosten, die den Staatshaushalt massivst belasten werden.

Ich hoffe, es wurde realisiert, dass zwar erste Programme zur Unterstützung notwendig waren, jedoch die Messlatte für Staatsausgaben in unverhältnismässigem und nicht verantwortbarem Ausmass nach oben verschoben worden ist.

Es gibt andere Politiker, die ihren Stuhl auch mit über 70 noch nicht zur Verfügung stellen. Wann fassten Sie für sich den Entschluss, das Amt abzugeben?

Ich plane langfristig. Den Entschluss, die ganze Legislatur mitzuarbeiten und zu Ende zu führen, jedoch 2023 nicht erneut zu kandidieren, habe ich schon unmittelbar nach der Wiederwahl 2019, in Absprache mit der Familie und meinem engen politischen Kreis, gefasst.

Damit haben Sie einem Ersatzmann das Nachrutschen verunmöglicht. Was sind die Gründe dafür?

In den letzten Wahlen hat die SVP Thurgau bewiesen, dass nicht reservierte Sessel, sondern der Einsatz und Kampf um einen frei gewordenen Sitz möglichst viele Stimmen bringt. Die Motivation und das volle Engagement aller Kandidaten ermöglichte der SVP Thurgau auf sensationelle Art und Weise, wieder drei der sechs Sitze zu halten. Dafür sind «Nachrutscher» anderer Parteien rausgefallen. Somit ist klar, welche Strategie die richtige ist.

2023 beginnt nun also ein neuer Lebensabschnitt für Sie. Wie werden Sie diesen gestalten?

Ich habe drei erwachsene Kinder mit hervorragenden Ausbildungen und möchte jetzt dazu beitragen, da alle Kinder haben, ihnen noch vermehrt den Rücken frei zu halten. Auch die nächste wissensdurstige Generation darf auf meine Unterstützung zählen. Auch meine Hobbys, die in den letzten Jahren zurückgestellt werden mussten, werde ich wieder intensivieren. Und zu guter Letzt werde ich mich weiterhin in der Freiwilligenarbeit, so zum Beispiel als Präsidentin des Vereins «Jugend ohne Drogen», für die Gesundheit der Kinder und Jugendlichen und als Mitglied des Stiftungsrates von Pro Seneclute Thurgau für das Gemeinwohl einsetzen.

«Mein Freund steht zu 100% hinter mir»

«Deutschlands schönste Barkeeperinnen» lautete kürzlich die Schlagzeile auf dem Playboy-Cover. Damit verbreitet das Männermagazin aber gewissermassen «Fake News», denn eine der abgebildeten Damen ist Salomé Lüthy, Geschäftsführerin der Bar «Alt» in St. Gallen. Im Interview erzählt sie, wie es zum Engagement gekommen ist.

Interview: Marcel Baumgartner, Bilder: playboy

Salomé Lüthy, wie kam es zum Engagement beim «Playboy»?

Es war schon immer ein grosser Traum von mir. Und ich habe mich innerhalb von 15 Jahren auch schon dreimal beworben, jedoch nie eine Antwort erhalten ...

Als nun aber die schönsten Barkeeperinnen gesucht wurden, sah ich meine Chance gekommen. Und sie kam.

Den «Playboy» verfolge ich schon lange und bin auch der Meinung, dass er die schönsten Frauen zeigt. Mir gefällt die Umsetzung. Man zeigt sich weiblich, ästhetisch, erotisch – halt so, wie wir Frauen sind.

Sie mussten sich also für das Shooting bewerben?

Ja, ich musste einige Angaben zu mir machen

und natürlich auch Fotos senden. Ich habe allerdings keine Nacktaufnahmen geschickt.

Wie ist schliesslich das Shooting abgelaufen?

Wir wurden von Experten geschminkt, frisiert und gestylt. Die Wahl der Unterwäsche wurde uns überlassen, wir konnten also selber entscheiden, was uns gefällt. Es lief alles sehr locker, aber doch professionell ab. Und auch ein feines italienisches Buffet war vorhanden. (lacht)

Hatten Sie anfänglich auch gewisse Bedenken, sich nackt zu zeigen?

Ja, auf jeden Fall. Ich ziehe mich zwar sehr gerne sexy und knapp an, aber komplett nackt ist dann schon noch etwas anders. Mir gefällt jedoch mein Körper und ich zeige mich gerne. Von daher war es an der Zeit, mich zu trauen. Jede Frau sollte den eigenen Körper auch so lieben, wie er ist. Dann kommt die Liebe auch zurück.

Wie zufrieden sind Sie mit dem Ergebnis?

Sehr zufrieden. Bei der Arbeit oder anderen Shootings schminke ich mich in der Regel zwar etwas mehr. Entsprechend ist das Ergebnis im «Playboy» sehr natürlich geworden. Das finde ich toll.

Wie waren die Reaktionen aus Ihrem Umfeld?

Sehr gut. Ich habe so viele tolle Komplimente erhalten – vor allem auch von Frauen. Immer wieder kommen Leute in die Bar und gratulieren mir. Ich hätte nicht erwartet, dass sich die Menschen so für mich freuen. Was mir ebenfalls sehr wichtig ist: Mein Freund steht zu 100 Prozent hinter der Aktion und unterstützt mich.

Können Sie entsprechend auch geschäftlich davon profitieren?

Ich hoffe, dass ich das kann. Natürlich freue ich mich, wenn mehr Leute meine Bar besuchen und ich mir vielleicht mit Modeljobs einen Nebenverdienst aufbauen kann.

Weitere Bilder

Hier gibt es weitere Aufnahmen vom Shooting:



Ausgabe mit Salomé Lüthy

Hier kann die November-Ausgabe bestellt werden:



Die St. Gallerin Salomé Lüthy (links im Bild) posierte für den «Playboy».

«Kein Elfenbeinturm»

Claudia Brönimann (*1982) wurde 2022 zur neuen Leiterin der Wissenstransferstelle (WTT) der OST ernannt. Wie erlebt sich das Spannungsfeld zwischen Wirtschaft und Wissenschaft? Welche Akzente kann hierbei eine Hochschule setzen? Im Interview sagt sie klar: «Wir dürfen nicht jeder Mode hinterherrennen.»

Interview: Marcel Baumgartner, Bild: zVg.

Claudia Brönimann, wann hatten Sie zum ersten Mal mit dem WTT Young Leader Award zu tun?

Bereits im Studium an der ehemaligen FHS St. Gallen, der heutigen Ostschweizer Fachhochschule – OST. Bereits damals war er ein Highlight und motivierte uns zu Höchstleistungen. 2006 durfte ich mit meinem Team sogar den Pokal als Award-Siegerin entgegennehmen – ein unvergessliches Erlebnis. Für den Berufseinstieg war das sehr hilfreich.

Nun werden Sie als neue Leiterin der Wissenstransferstelle (WTT) der OST das neue Aushängeschild für dieses Format. Dabei ist der eigentliche Award – obwohl er medial eine grosse Aufmerksamkeit erreicht – ja wohl nur ein Teilbereich Ihrer Tätigkeit. Was beschäftigt Sie am meisten?

Mit der Fusion zur OST hat sich unser Marktgebiet erweitert. Wir wollen das Modell der Praxisprojekte nun in einer grösseren Region bekannt machen und anbieten. Ebenso wichtig ist, die Praxisprojekte sinnvoll in neue Studiengänge zu integrieren. In unserem Departement sind dies neben Betriebswirtschaft auch Wirtschaftsinformatik sowie neu «Management und Recht». Hier bieten wir nun erstmals auch Praxisprojekte an. Die Wissenstransferstelle (WTT) wird sich künftig zudem auch stärker in die Forschung einbringen – beispielsweise, wenn es eben um Wissenstransfer geht.

Sie sind nun im Spannungsfeld zwischen Wirtschaft und Wissenschaft. Wo sehen Sie hier die grössten Herausforderungen?

Dass es uns gelingt, aktuelle Themen aus den Unternehmen rasch in die Ausbildung und Praxisprojekte für unsere Studierenden aufzunehmen. Dafür müssen wir Trends rechtzeitig erkennen, dürfen aber nicht jeder Mode hinterherrennen.

Die Wirtschaft ist – das haben wir in den vergangenen Jahren erlebt – äusseren Einflüssen ausgesetzt. Mag da ein «träger» Apparat wie eine OST mithalten?

Der zunehmende Wettbewerb unter den Hochschulen fördert unsere Agilität. Seit der Fusion zur OST nutzen wir die Kompetenzen der drei Standorte noch stärker und entwickeln uns stark weiter. Inhaltlich und fachlich müssen wir als Hochschule mit der Wirtschaft nicht nur mithalten können, sondern Entwicklungen auch antizipieren und ihnen vorausgehen. Unsere Absolventinnen und Absolventen müssen sich ja später in der Wirtschaft behaupten können.

Einmal Hochschule, immer Hochschule. Kann man das so sagen? Oder hätte Sie auch ein ganz anderer Bereich gereizt?

Das ist nicht mein Werdegang. Ich arbeitete mehrere Jahre in der Privatwirtschaft – etwa im Bankenwesen. Dabei lernte ich sehr viel, das

mir heute an der Hochschule zugutekommt. Zudem fühle ich mich alles andere als im Elfenbeinturm: Ich engagiere mich genau an der Schnittstelle von Wirtschaft und Wissenschaft. Bei meiner täglichen Arbeit bin ich für viele spannende Unternehmen aus verschiedensten Branchen im Einsatz. Gleichzeitig im Bildungswesen tätig zu sein gibt mir eine besondere Sinnstiftung und Motivation. Schön, dass ich mich also gar nicht zwischen Hochschule und Wirtschaft entscheiden muss.

«Schön, dass ich mich nicht zwischen Hochschule und Wirtschaft entscheiden muss.»

Für Sie beginnt ein neuer Lebensabschnitt. Ende 2023: Wann bezeichnen Sie es als erfolgreiches Jahr?

Einerseits wollen wir unseren Studierenden – auch dank den Praxisprojekten – eine hochwertige Ausbildung ermöglichen. Diese befähigt sie, berufliche Ziele zu verfolgen. Andererseits wollen wir viele Fragestellungen von Unternehmen in der Region aufnehmen und sie mit unserer Expertise ein Stück vorwärtsbringen. Vom gelebten Wissenstransfer profitieren Unternehmen, Dozierende und Studierende.

Und wie fällt ihre Bilanz für das Jahr 2022 aus? Positiv, negativ, mittelmässig?

2022 war spannend, aber auch herausfordernd – aufgrund vieler Veränderungen. Dass dabei nun wieder engerer Kontakt mit Studierenden, Unternehmen und Kollegen möglich war, erlebte ich als sehr positiv. Die Jury des WTT Young Leader Awards – gestandene Führungskräfte aus der Praxis – sprach von einem «ausgezeichneten Jahrgang» von Finalisten und Praxisprojekten. Darauf darf das WTT-Team auch ein bisschen stolz sein.

«Die aktuelle Lage führt vielleicht dazu, dass Studierende nicht allzu langfristige Pläne schmieden – zum Beispiel Auslandsaufenthalte.»

Welchen Eindruck haben Sie bisher von den jungen Studenten der OST erhalten? Werden diese beeinflusst von den negativen Meldungen der jüngsten Zeit. Hemmen sie?

Unsere Studierenden nehme ich als gut informiert wahr. Die aktuelle Lage führt vielleicht dazu, dass sie nicht allzu langfristige Pläne schmieden – zum Beispiel Auslandsaufenthalte. Im Moment ist noch immer Flexibilität gefordert. Kurzfristige Opportunitäten können aber manchmal auch ihren Reiz haben.

Und wie sieht das bei Ihnen aus?

Viele der gehäuften negativen Meldungen hätten wir vor einiger Zeit noch kaum für möglich gehalten. Natürlich kann einen das beschäftigen, die Folgen sind kaum absehbar. Aber genau deshalb ist es auch wichtig, aufs Hier und Heute zu fokussieren, statt sich mit hypothetischen Fragen zu quälen.

Braucht es mehr Gelassenheit in der Gesellschaft?

Das wäre wünschenswert. Die letzten Jahre zeigten besonders: Angst und Panik sind schlechte Ratgeber. Zudem können wir nicht alles vorhersehen und beeinflussen.



Claudia Brönimann:
«Der zunehmende Wettbewerb unter den Hochschulen fördert unsere Agilität.»

Ein Kind im Spielzeugladen

Jakob «Köbi» Gülünay und Louis Grosjean – zwei Menschen, deren Lebensgeschichten unterschiedlicher nicht sein könnten. Zum einen der aramäische Secondo, Sohn einer Arbeiterfamilie aus Urnäsch. Zum anderen der Sprössling einer 400-jährigen Winzerdynastie aus dem Neuenburger Auvonnier. Heute prägen die beiden die Zukunft des Ostschweizer Beratungsunternehmens altrimo, Gülünay als Verwaltungsrat, Grosjean als Mitinhaber. Eine Erzählung aus dem Leben zweier aussergewöhnlicher Menschen.

Es ist ein freundlicher Herbstabend in der «Freihof-Brauerei» in Gossau. Gülünay ist erschöpft von der Züglerei seiner Bürolokalitäten vom Unterdorf in den ehemaligen Polizeiposten in Urnäsch. Grosjean schlendert unüblich lässig für einen Anwalt in einem blauen altrimo-Hoodie mit Cap in die Bierstube. Ein Tenue, das nicht unbedingt dem Klischee von Treuhändern oder Anwälten entspricht. Ein bisschen anders sein: persönlich engagiert. Der Slogan der altrimo ag ist nicht einfach so dahergesagt.

Lehr- und Wanderjahre

Wir kommen auf die Jugendjahre der beiden Unternehmer zu sprechen. Gülünay erzählt von seiner Kindheit als junger Bursche im Appenzellerland, als Sohn eines eingewanderten Hilfsarbeiters aus Midyat, im Südosten der Türkei. Er habe eine schöne Kindheit erlebt, im «Bad» in Urnäsch. Die Schule war für die Gülünay-Kinder die Chance zum sozialen Aufstieg – so sah es Vater Hazni. Er wollte seinen Nachkommen eine bessere Perspektive bieten, als er eine hatte. «Als Secondo musst du immer etwas mehr leisten als die anderen», so der Rat des Vaters. Dass «Köbi» ein guter Schüler war, sprach sich im Dorf herum. Die Mutter wurde auf offener Strasse darauf angesprochen. Ungewöhnlich, aber passend zur damaligen Zeit. Als Gülünay im Jahr 1983 seinen neunten Geburtstag feierte, erblickte auf der anderen Seite der Schweiz – im neuenburgischen Auvonnier – der kleine Louis

im geschichtsträchtigen Familien-Château das Licht der Welt. Als erstes von vier Kindern, Sohn des späteren Regierungsrats Thierry Grosjean und seiner Gattin Isabelle. Geboren in eine Winzerdynastie, die seit 1603 im Schloss wohnt – im Himmelbett schlafend, fast blaublütig, könnte man meinen. Der Alltag ist ein anderer. Louis wird geprägt von der klaren Wertvorstellung der Familie: Ohne Fleiss kein Preis. Thierry gab ihm früh zu verstehen, dass das elterliche Nest zwar wohligh warm sei, die Sporen aber weit weg von zu Hause verdient werden müssen. Perfektes Deutsch und eine Portion Selbstständigkeit seien die besten Voraussetzungen dafür, das Unternehmen in die 15. Generation zu überführen. Mit 18 Jahren zog es Louis ins ferne St. Gallen, er studierte an der HSG Jura. Daneben durchlief er seine militärische Karriere, hin zum Major des Mechanisierten Bataillon 18.

Nicht Winzer, sondern Banker

Was Grosjean und Gülünay verbindet, ist die Leidenschaft für Innovation und Markt. «Ich war schon immer ein «Gwunderfitz», erfragte alles Erdenkliche», erzählt Gülünay. Er wollte Pilot werden – zuvor sollte es aber eine technische Grundausbildung sein. Er schloss eine Elektroniker-Lehre bei der PT Telecom ab. Noch im Angestelltenverhältnis baute er die ersten Webshops auf, verkaufte Micro Scooter. Mit einer Software, die 99 Franken kostete, erwirtschaftete er einen Jahresumsatz von einer Viertelmillion Franken. Die Eltern haben Jakob machen lassen: «Meinem Vater war es wichtig, dass ich genug Geld verdiene. Ob mir die Arbeit Spass macht, hat er mich nie wirklich gefragt.» Louis schlug den klassischen Weg ein – absolvierte nach dem Studium ein Anwaltspraktikum bei der Kanzlei Des Gouttes & Associés in Genf – und kehrte damit zurück in die Romandie. In sicherer Distanz zum wohligen Nest – die Wanderjahre waren schliesslich noch nicht vorbei. Er lernte

«Meinem Vater war es wichtig, dass ich genug Geld verdiene. Ob mir die Arbeit Spass macht, hat er mich nie wirklich gefragt.»

seine Frau Tina kennen, eine Appenzeller Kommunikationsspezialistin. Der Ehe entsprossen später vier Kinder. Zusammen mit Tina verabschiedete sich Louis definitiv von der Romandie und lancierte eine Karriere als Banker, bei der drittgrössten Bank der Schweiz, der Raiffeisen. Zwölf Jahre diente er der Genossenschaftsbank in unterschiedlichen Funktionen. Die Wege von Louis und Jakob kreuzten sich bei Raiffeisen ein erstes Mal, im Raiffeisen-Unternehmerzentrum. Militär, Juristerei, Bank, Beratung – das tönt alles ziemlich langweilig. «Das waren gute Lebensschulen.

«Das waren gute Lebensschulen. Das dort Erlernte möchte ich als Unternehmer nicht missen.»

Das dort Erlernte möchte ich als Unternehmer nicht missen.» Ob Louis heute bereit, nicht in die Fussstapfen seines Vaters Thierry getreten zu sein?

«Der Weg der Firmen-

übernahme war einfach eine logische Idee. Allerdings merkten mein Vater und ich schnell, dass ich die falsche Person bin». 30 Jahre dieselbe Erde beackern, 10 Stunden bei Wind und Regen im Weingut stehen – so ganz traditionell hätte das seine intellektuelle Neugier nicht befriedigt, sagt er. Etwas überheblich? Mitnichten – Louis begann mit 36 Jahren sein zweites Studium in Philosophie und beschäftigt sich in der Freizeit gerne mit Werken von Aristoteles, Kant oder Arendt. Das Château d'Auvernier führt heute sein Bruder Henry, weitsichtig und erfolgreich. Als Präsident des Beirates hat Louis immer noch einen direkten Bezug zum Familienunternehmen.

Der Weg in die Selbstständigkeit

Als «Köbi» im Jahre 2005 die Chance bekam, für das Telekommunikationsunternehmen Orange in der Ostschweiz im Partnerstatus das Firmenkundengeschäft aufzubauen, war seine Frau Alexandra mit dem dritten Kind, Nino, schwanger. Was Alexandra zu Jakobs Plänen, raus aus dem sicheren Hafen, wohl sagen würde? «Wenn alles bergab geht, gehe ich halt auch arbeiten.» Eine rationale Betrachtung der Drogistin, für die Jakob bis heute dankbar ist. «Dieses gegenseitige Urvertrauen bleibt bis heute bestehen und führte zu dieser funktionierenden Konstellation von Familie und Unternehmertum.» Im Jahre 2008 verkaufte Jakob sein Unternehmen an mobilezone und machte damit einen Millionengewinn. Alle waren happy, ausser Vater Hazni. «Ich glaube, er hat mir und meinem Bruder Tom nie verziehen, dass wir unser Lebenswerk verkauft haben.» Später folgten Stationen als Verwaltungsrat beim FC St. Gallen und als Blockchain-Unternehmer. Auch Coaching- und Beratungsverweiterbildungen gehörten



Die beiden Unternehmer: Louis Grosjean und Jakob Gülünay.

dazu. «Ich tanzte auf vielen Hochzeiten, verlor viel Geld und verdiente wieder welches. Ich war wie im Spielzeugladen, wollte alles haben und verlor auch wieder das Interesse.» Etwas ruhiger und gesitteter gehe es heute zu. Für die Goba leitet er Digitalisierungsprojekte, gründete das Unternehmen Urstamm und ist als Digitalisierungs- und Innovationspartner aktiv.

Die Wege kreuzen sich wieder

Auch Louis' Werdegang bei Raiffeisen stoppte im Jahre 2020 abrupt. «Ein Tor geht zu, ein anderes auf.» Der Löwe brach aus dem Käfig aus. Er verabschiedete sich vom Banking und wurde Partner bei der altrimo. Schon das erste Gespräch mit Gründer Sepp Eugster habe ihm gezeigt, dass es bei der altrimo um echtes Unternehmertum, um viel mehr als 08/15-Beratung gehe: «Familien und Unternehmen brauchen Unterstützung aus einer Hand. Das können wir bieten. Dafür brennen meine Kollegen und ich. Wir arbeiten für die Zukunft.» Er suchte einen Partner dafür und erinnerte sich an Jakob.

«Familien und Unternehmen brauchen Unterstützung aus einer Hand. Das können wir bieten.»

Und so kreuzten sich die Wege von Grosjean und Gülünay ein zweites Mal. Die altrimo wollte im Verwaltungsrat keine zusätzlichen fachlichen Spezialisten, sondern echte Visionäre. «Jakob hat uns alle mit seiner Energie schnell überzeugt. Mit innovativen Köpfen in unseren strategischen und operativen Gremien können wir mit dem Kunden geistig Schritt halten – das hilft enorm». Die zwei Stangen Bier im «Freihof» sind ausgetrunken. Die beiden Unternehmer werden auch in Zukunft Ostschweizer Geschichten schreiben.

Wellness-Experte
Hans-Peter Veit:

«Die 2000er-Jahre
waren geprägt von
Gigantismus.»

«Wir möchten nicht den reinen **«Planscher»** anlocken»

Er ist einer der renommiertesten Spa- und Health-Experten in Europa: Der ehemalige Spitzensportler Hans-Peter Veit (Marathon, Triathlon) hat Spa-Bereiche im Brenners Park-Hotel, im Victoria-Jungfrau Grand Hotel Interlaken, in Marrakesch und auf den Seychellen entwickelt und aufgebaut. Seit Juli 2020 wirkt Veit als Director Health & Spa im Grand Resort Bad Ragaz.

Interview: Marcel Baumgartner, Bild: zVg.

Hans-Peter Veit, wenn Sie bei sich zu Hause Gäste empfangen, sind Sie dann ausserordentlich pingelig, überkorrekt?

Ja, aber nicht nur bei Gästen. Da ich unter der Woche in der Schweiz arbeite und wohne, bin ich nur am Wochenende zu Hause. Und als Erstes muss ich erst wieder alles symmetrisch anordnen, was meine Kinder unter der Woche «verwüstet» haben. Auch kann ich beispielsweise – selbst wenn ich alleine bin – keine Pizza aus dem Karton essen, sondern das Set-up muss stimmen.

Welche Ihrer Eigenschaften hat Sie quasi zu einem Wellness-Experten gemacht? Entspannen Sie einfach gerne?

Es sind keine Eigenschaften, sondern die jahrzehntelange Erfahrung im Wellnessbereich. Ich hatte seit Anfang der 2000er-Jahre das grosse Glück, als Hoteltester für den «Gala Spa Award» und die «World Spa & Wellness Awards» tätig sein zu dürfen, und so habe ich über 150 Spa-Hotels auf dem ganzen Globus kennengelernt.

In diesem Segment ging in den vergangenen Jahren einiges. Was früher noch aussergewöhnlich war, ist heute Standard. Womit kann man sich heute noch hervorheben?

Spa ist in der Hotellerie das jüngste Kind, was gestern top war, ist heute Durchschnitt und morgen ungenügend. Spa-Gäste sind erwachsen geworden. Das heisst, sie wissen jetzt genau, was sie erwarten dürfen, und können sehr differenziert die Leistung der Therapeuten beurteilen. Neben einer Topqualität ist aber heute mehr denn je die Individualität und Flexibilität der Schlüssel zum Erfolg.

Viele Anbieter haben heute aufgeholt. Man hat einen Pool, eine Sauna, einen Massagebereich. Wo führt das noch hin? Sind wir verwöhnt geworden? Suchen wir nach immer mehr?

Die 2000er-Jahre waren geprägt von Gigantismus. Hoteliers meinten, es komme auf die Grösse des Spa-Bereiches an. Heute erhalten wir hierfür die Quittung, da die Betriebskosten bei vielen Anlagen bei Weitem keine Profitabilität zulassen. Wir sollten uns in der Luxushotellerie eher auf Behandlungen und individuelle Spa- und/oder Healthcare-Programme konzentrieren, als durch überdimensionierte Spa-Bereiche den reinen «Planscher» anzulocken, der kein Geld ausgibt, aber alles mitnimmt. Fürs Planschen sind meines Erachtens jetzt die öffentlichen Bäder und Thermen zuständig – nicht mehr die Luxushotellerie.

Könnte der Trend dereinst wieder in die andere Richtung gehen – in Richtung Reduktion, Natur?

Der Trend geht ganz klar in Richtung Ganzheitlichkeit und Mental Balance.

Was sind für Sie die absoluten Highlights in Ihrem jetzigen Wirkungsgebiet?

Meine Highlights sind ganz klar unsere hochkarätigen, ultra-anspruchsvollen Gäste. Die unmöglichsten Wünsche zu erfüllen und Erwartungen zu übertreffen gibt mir persönlich die Erfüllung im Beruf.

Welche Art von Kritik ärgert Sie am meisten?

Mich ärgert es am meisten, wenn ich für Dinge verantwortlich gemacht werde, die ich nicht eigenverantwortlich entscheiden durfte.

Entspannen Sie sich jeweils auch an Ihrem Arbeitsort?

An meinem Arbeitsort widme ich mich voll und ganz unseren Gästen und meinen Mitarbeitern. Entspannen tue ich nach Feierabend auf einer Bergwanderung oder einer Joggingrunde am Rhein.

Was gehört für Sie zur Entspannung dazu?

Ein freier Kopf. Kein Handy, keine Erreichbarkeit – nur den Körper und die Natur spüren ...

Woran orientiert man sich, wenn man einmal einen gewissen Standard erreicht hat?

Was sind jeweils die nächsten Ziele?

Wie bereits erwähnt, bedingt das relativ junge Spa-Geschäft die stetige Verbesserung, um auch morgen noch erfolgreich zu sein. Wir versuchen, die Trends und Schwingungen in der Branche permanent zu erfassen und dann möglichst proaktiv zu agieren. Es ist immer besser, Vorreiter zu sein, als den Trends hinterherzuschwimmen.

«Spa-Gäste sind erwachsen geworden. Das heisst, sie wissen jetzt genau, was sie erwarten dürfen.»

Abgesehen vom Grand Resort Bad Ragaz: Welchen Spa-Tempel sollte man unbedingt einmal entdecken, erleben?

Da gibt es so viele Top-Spas auf der Welt und es hängt stark von den eigenen Interessen und Ansprüchen ab. Für mich sind das «Chedi» und der «Bürgenstock» in der Schweiz echte Topadressen; in Europa der neue «Pallazo Fiuggi» oder der neue «Lanzerhof» auf Sylt.



Esther Federspiel:
«Die ‹Bierphase› ist
nicht zu unterschätzen.»

Der Heureka- Moment

Esther Federspiel ist Dozentin und Projektleiterin am IDEE Institut für Innovation, Design und Engineering der OST – Ostschweizer Fachhochschule. Die ausgebildete Psychologin berät Unternehmen in den Bereichen Innovationsentwicklung und -management. Eines ihrer Schwerpunktthemen ist die Innovationskultur. Was aber ist eigentlich darunter zu verstehen? Und was haben Drogen damit zu tun?

Interview: Marcel Baumgartner, Bild: zVg.

Esther Federspiel, was ist für Sie das beste Beispiel für eine Innovation?

Eine Innovation, auf die ich nicht verzichten möchte, ist der Buchdruck. Wissen, das für alle zugänglich ist, hat die Menschheit offener, gerechter und wohlhabender gemacht und zudem einen Grundstein für die moderne Wissenschaft gelegt. Das Internet stiess eine ähnliche Veränderung an. Die noch lückenhafte Qualitätskontrolle von digitalen Quellen hingegen empfinde ich als Rückschritt und grosse Gefahr für den aufgeklärten Menschen.

Wie kommen Innovationen in der Regel zustande? Nicht selten spricht man ja gerne von der «Bieridee» ...

Die «Bierphase» in der Innovationsentwicklung ist nicht zu unterschätzen – die Fachwelt würde sie allerdings eher als Inkubationsphase im Kreativitätsprozess bezeichnen. Innovative Ideen brauchen zunächst ein vertieftes Eintauchen in die Materie, die Immersion. Diese Phase bildet die Grundlage für die Ideenfragmente, welche in der Inkubationsphase reifen und auf andere Fragmente treffen. Die Illumination – der Heureka-Moment – geschieht dann meist unverhofft und spontan: unter der Dusche, beim Spazieren oder eben auch bei einem Feierabendbier, wenn das Hirn wach und entspannt ist. Damit ist eine Idee geboren, zur Innovation wird diese aber erst, wenn sie zu einer Erfindung führt, die dann auch eine Verbreitung im Markt findet.

Wir Schweizer sind eher zurückhaltend. Hemmt das bei Innovationen? Braucht es eben doch den Alkohol?

«Es gibt Stimmen, welche den LSD-Konsum mit der aussergewöhnlichen Innovationsfülle in Verbindung bringen.»

Es gibt Stimmen, welche den LSD-Konsum der 1960er- und 1970er-Jahre in Kalifornien mit der aussergewöhnlichen Innovationsfülle dieser Zeit in Verbindung

bringen – ich wäre aber mit der Verbindung von Innovationsfähigkeit und Drogen eher vorsichtig. Wir zurückhaltenden Schweizer sind sehr innovationsstark. In gewissen Innovationsrankings sind wir sogar im führenden Feld unterwegs – vor allem dort, wo Patente und Forschungsgelder ins Ranking einfließen. Unsere Stärke liegt aber noch immer eher im Bereich der inkrementellen Innovation, welche vorwiegend Weiterentwicklungen oder Verbesserungen fokussiert. Aber im Hinblick auf radikale Innovation, welche die Dinge grundlegend neu denkt, könnten wir noch aufholen. Hier haben uns gerade die Amerikaner noch einiges voraus.

Es empfiehlt sich auch für KMU, neben gut laufenden Cashcows eine Pipeline an innovativen neuen Entwicklungen zu unterhalten – sonst kann es gefährlich werden.

Risiko und Mut sind zentral?

Wer gänzlich neue Produkte, Geschäftsmodelle oder Dienstleistungen auf den Markt bringen will, geht auch ein Risiko ein, ja. Edison hat zu seiner Zeit gesagt, er sei nicht gescheitert, er habe nur 10 000 Wege gefunden, wie es nicht funktioniert. Damit sich ein Unternehmensbereich mit innovativen neuen Wegen befassen kann, braucht es eine Fehlerkultur. Dabei geht es nicht darum, einfach Fehler zu begehen, sondern sie als natürliches Nebenprodukt eines Lernprozesses zu verstehen, aus dem man wichtige Erkenntnisse ziehen kann. Das braucht Mut beziehungsweise ein gewisses Mass an psychologischer Sicherheit, welches zum Experimentieren anregt. Wer kein Risiko eingeht und in der Komfortzone verharrt, begeht zwar keine Fehler – er läuft aber Gefahr, selbstgefällig zu werden. Der legendäre Investor Warren Buffett nennt denn auch diese Selbstgefälligkeit, oder Complacency, den Killer Nummer 1 von Unternehmen.

«Das braucht ein gewisses Mass an psychologischer Sicherheit, das zum Experimentieren anregt.»

Wann waren Sie zum letzten Mal so richtig mutig oder sind ein Risiko eingegangen?

Jeder Weg ins Unbekannte ist ein Risiko. Ich bin mit unserem Kind nach langen Regentagen spontan auf eine Wanderung aufgebrochen, die sich als exponierter und gefährlicher erwiesen hat, als ich es nach 20 Jahren noch in Erinnerung hatte. Das Wetter mag hier einen wesentlichen Teil dazu beigetragen haben. Ein Weg kann also mit neuen Gefährten und wenn sich die Umwelt verändert (Regen), ganz neue Anforderungen stellen und muss neu geprüft werden.

Die meisten kennen das: Man hat eine Sitzung, jemand spricht und das eigene Bauchgefühl sagt einem, dass man nun eigentlich etwas entgegenen müsste. Mit welchen Mitteln kann man in einem Unternehmen das gesamte Potenzial hervorlocken?

Ob sich Teammitglieder trauen, kritisch zu hinterfragen, hat viel mit der Teamkultur zu tun. Google sagt, eines der wichtigsten Kriterien erfolgreicher Teams ist das Gefühl der psychologischen Sicherheit. Das Unternehmen muss dafür sorgen, dass sich alle wohl fühlen, ihre eigene Meinung zu sagen. Das ist leichter gesagt als getan. Aber nur wer sich sicher genug fühlt, spricht seine Ideen, Vorschläge und

«Nur wer sich sicher genug fühlt, spricht seine Ideen, Vorschläge und Kritikpunkte offen aus.»

Kritikpunkte offen aus – und weist so auf blinde Flecken und fehlende Perspektiven hin, die uns bei einer Neuentwicklung zum Verhängnis werden könnten. Es gibt auch Methoden, welche hier unterstützen können. Beispielsweise hilft Lego Serious Play, in welchem alle ihre Überlegungen als Lego-Modell in die Diskussion einbringen, eine rhetorische Überlegenheit bestimmter Personen zu relativieren und auch die eher Stillen einzubinden.

Als Mitarbeiterin oder Mitarbeiter riskiert man mitunter, belächelt zu werden ...

Das ist eine Kulturfrage. Kritische Gedanken sollten nicht belächelt, sondern estimiert werden. Gibt es etwas Besseres als jemanden, der uns auf Lücken, Fehler und blinde Flecken aufmerksam macht, bevor wir zum Beispiel mit einem Produkt am Markt kläglich versagen? Die Entwickler von Google Glasses wären beispielsweise gut beraten gewesen, hätte sie jemand auf die Schwierigkeiten des Datenschutzes und der gesellschaftlichen Anerkennung in der Alltagsanwendung aufmerksam gemacht. Andererseits lassen wir wilde Ideen oftmals schon im Keim

«Wir dürfen durchaus auch mal belächelt werden – schliesslich kommt es darauf an, wer zuletzt lacht.»

ersticken. Wer hierzu-lande vor zehn Jahren gesagt hätte, er baue Raketen, um den Mars zu besiedeln, wäre höchstens mit einem milden Lächeln bedacht worden. Die Innovationen entstehen so leider an einem anderen Ort. Wir dürfen durchaus auch mal belächelt werden – schliesslich kommt es darauf an, wer zuletzt lacht.

Sind wir in der Arbeitswelt noch immer in zu starren Strukturen gefangen, Strukturen, die kaum Innovationen ermöglichen?

Viele Unternehmen oder zumindest Unternehmensabteilungen bemühen sich, beweglicher zu werden. Dennoch spiegelt es auch die Realität, dass viele Unternehmenskulturen noch den hierarchischen Systemen Rechnung tragen, aus welchen sie sich entwickelt haben. Auch das weit verbreitete Silodenken ermöglicht wenig Neues. Eine Kulturveränderung ist nur langsam möglich und unter Einbezug der Geschäftsleitung. Dabei muss auch beachtet werden, das Kind nicht mit dem Bade auszuschütten. Viele Unternehmensstrukturen sind auf Effizienz ausgerichtet, was in sich nicht schlecht ist. Wir müssen aber wissen, wo wir die Strukturen auf Kreativität und Veränderung ausrichten müssen.

Gibt es für Sie ein typisches Arbeitsmodell, an dem wir uns orientieren müssten?

Statistiken zeigen, dass über 80% der Arbeitskräfte in der Schweiz «disengaged» sind, knapp 70% der Schweizer Erwerbstätigen sind gemäss Job-Stress-Index im kritischen oder sensiblen Bereich. Flexible Arbeitsmodelle, Empowerment, Motivation und das Führen nach Zielen statt nach Kontrolle könnten ein Stück weit Abhilfe schaffen.

Kann man sich die «Entwicklung» einer Innovation als Ziel setzen?

Jedes Unternehmen kann eine Innovationsstrategie implementieren und die Entwicklung von Ideen bis zum ersten Testprodukt am Markt institutionalisieren. Damit eine solche Strategie aber von Erfolg gekrönt ist, braucht es – zumindest in der Abteilung, die für die Innovationsstrategie zuständig ist – eine Innovationskultur.

Was wäre für Sie im Jahr 2023 die Innovation der Innovationen, die alles andere in den Schatten stellen würde?

Alle Innovationen, die die grossen Herausforderungen der Menschheit wie Hunger, Energieknappheit, Klimaerwärmung oder soziale Gerechtigkeit angehen und Lösungsansätze bieten, würden sehr weit oben auf meiner persönlichen Liste stehen. Hier sehen wir weltweit leider eine zunehmende, antidemokratische Polarisierung des politischen Klimas, welche intelligente Lösungen behindert. Eine Innovation der Innovationen wäre hier also wünschenswert. Nächstes Jahr steht für die Schweiz und das angrenzende Ausland aber wohl das Thema der kostengünstigen und ökologisch nachhaltigen Energieversorgung im Vordergrund. Wir, aber vor allem auch die deutsche Industrie, mit der wir gerade in der Ostschweiz stark verknüpft sind, sind angewiesen auf billige Energie. Ohne eine kosteneffizientere und umweltgerechtere Energiespeicherung wird sie vor grossen Herausforderungen stehen – die nicht nur die wirtschaftlichen Aussichten trüben werden, sondern auf alle anderen Lebensbereiche ausstrahlen werden. Hier gibt es zum Glück schon einige Erfindungen – sie müssen aber noch zur Innovation reifen.

Glühendes FÜR KALTE TAGE

APPENZELER BIER

appenzellerbier.ch

Wo du sein kannst.
wie du bist.

Entdecke die Region der unzähligen Möglichkeiten:

Werde Teil vom Wilden Osten!

Mehr als 80 Unternehmen aus der Ostschweiz unterstützen das Projekt bereits. Auch du?

wilder-osten.ch

WILDER OSTEN

Der Wilde Osten wird unterstützt von:

Kanton St.Gallen Amt für Wirtschaft und Arbeit
Thurgau
PRO OST
St.Gallen/Ob- und Nidwalden
REGIO C
Basel-Göthen
<IT>rockt!
KEY St.Gallen
HI Kantonsspital St.Gallen

Überall in der Ostschweiz eine sichere Partnerschaft im Hoch- und Tiefbau

www.stutzag.ch

«Die Probleme wirken nach»

Von Depressionen bis Angststörungen – viele Menschen leiden an psychischen Krankheiten, nur die wenigsten reden jedoch darüber. Auch die Coronapandemie hat nicht unbedingt zur Verbesserung beigetragen. Jürg Engler, Co-Leiter der St. Galler Fachstelle Psychische Gesundheit, erklärt, warum uns die Folgen noch länger beschäftigen werden.

Interview: Manuela Bruhin, Bild: zVg.

Am 10. September findet jeweils der Welttag der Suizidprävention statt. Wie wichtig sind solche Ereignisse grundsätzlich?

Solche Tage sind Anlässe, an welchen an verschiedenen Orten gleichzeitig relevante Themen aufgegriffen werden. Es ist also durchaus eine Chance, dass das Thema von den Leuten somit verstärkt wahrgenommen wird. An allen anderen Tagen kann man eigentlich gar nie genug auf das Thema hinweisen.

Sie sprechen es gleich an: Suizid ist ein tabuisiertes Thema. Nimmt sich ein Mensch das Leben, dürfen die Medien nicht darüber berichten. Gleichzeitig ist es aber wichtig, dass über das Thema diskutiert wird. Ist es also quasi ein «Henne-Ei-Problem»?

Wir müssen hier zwei wichtige Punkte unterscheiden. Passiert irgendwo ein Suizid, sollte die Öffentlichkeit nicht mit Details darüber informiert werden – das ist richtig. Es gibt leider Menschen, welche die Taten nachahmen würden. Was hingegen aber sehr wohl thematisiert werden sollte, ist das Thema Suizid an sich. Der Öffentlichkeit, also auch den Betroffenen, die beispielsweise an einer Depression leiden, sollte aufgezeigt werden, dass ihnen in einer Krise geholfen werden kann. Der Fokus sollte jedoch darauf liegen, dass dies viele Menschen betrifft und Betroffene nicht alleine sind, sowie auch auf der Hilfestellung: Wo kann Hilfe geholt werden? Wer ist dafür zuständig? Und eben nicht das «Ereignis» in den Vordergrund stellen.

«Es gibt leider Menschen, welche die Taten nachahmen würden.»

Sie haben täglich mit dem Thema psychische Erkrankungen zu tun. Wie sieht Ihre Arbeit aus?

Psychische Erkrankungen sind leider trotz ihrer Häufigkeit nach wie vor ein Thema, das recht wenig thematisiert wird. Es wird viel zu oft darüber geschwiegen – als müsste es den Betroffenen peinlich sein, wenn sie beispielsweise an Depressionen oder Angstzuständen leiden. Dabei sind psychische Erkrankungen sehr häufig. Schätzungsweise 40 bis 50 Prozent der Menschen sind im Laufe ihres Lebens einmal davon betroffen. Mit unserer Arbeit wollen wir aufzeigen, dass die Menschen Hilfe erhalten. Und diese auch nützt – denn es ist ein Irrglaube, wenn viele Betroffene denken, ihnen könne gar nicht geholfen werden, weil es ihnen so schlecht geht. Die Mehrheit wartet viel zu lange, bis sie sich Hilfe holt – wenn überhaupt. Studien besagen, dass beispielsweise bei Angsterkrankungen gut und gerne sechs Jahre verstreichen können. Grundsätzlich kann gesagt werden: Je früher man sich Hilfe holt, desto schneller kann man gesund werden.

«Schätzungsweise 40 bis 50 Prozent der Menschen sind im Laufe ihres Lebens einmal davon betroffen.»

«Die Mehrheit wartet viel zu lange, bis sie sich Hilfe holt – wenn überhaupt.»

Weshalb ist es denn so schwierig, sich Hilfe zu holen?

Weil das Thema stigmatisiert ist. Die Leute denken, dass sie vielleicht Freunde oder ihren Job verlieren können oder sie sonst angreifbar werden. Psychische Erkrankungen sollen jedoch wie körperliche Krankheiten behandelt werden. Nach einem Herzinfarkt geht man doch auch nicht gleich davon aus, dass man die Kündigung erhält. Oder wenn das Auto nicht mehr anspringt, wartet man nicht, bis man einen Termin in der Garage ausmacht – in der Hoffnung, in einigen Wochen fahre es dann schon wieder von alleine, ohne Reparatur.

Die Pandemie war für viele eine grosse Herausforderung. Welche Erfahrungen haben Sie in den vergangenen zwei Jahren gemacht – welche Auswirkungen haben Sie in Ihrer täglichen Arbeit zu spüren bekommen?

In den Anfangszeiten von Corona haben wir festgestellt, dass insbesondere Menschen darunter leiden, die im Vorfeld bereits eine psychische Belastung hatten. Corona war dann der Tropfen, der das Fass zum Überlaufen gebracht hat. Unterdessen ist es jedoch mehr in die Breite gegangen. Wir sehen eine deutliche Zunahme an Menschen, die Hilfe suchen, vor allem auch bei den Kindern und Jugendlichen. Die Belastungen in diesem Alter sind sehr hoch und gehen weit über die Pandemie hinaus: Klimasorgen, die Altersvorsorge, der Krieg und die wirtschaftlichen Auswirkungen. Alles Sachen, die nicht heute oder morgen gelöst werden können.

«Corona war dann der Tropfen, der das Fass zum Überlaufen gebracht hat.»

Was heisst das für Ihre Arbeit?

Die Anfragen nach unseren Angeboten haben deutlich zugenommen. Betriebe oder Schulen fragen uns an, wie sie mit der Situation umgehen können. Wir beraten sie zu der Sensibilisierung, Früherkennung und Prävention – beispielsweise durch Weiterbildungen, wie sie der zunehmenden Belastung der Kinder und Jugendlichen begegnen und wo es Hilfe gibt.

Jetzt, wo sich die Lage wieder – zumindest grösstenteils – normalisiert hat: Merken Sie auch das bei Ihrer Arbeit?

Bezüglich Corona hat sich die Lage weitgehend normalisiert, nicht jedoch, was den Krieg und die wirtschaftliche Lage, die Teuerung oder die Umwelt betrifft. Somit bleibt für viele die Lage nach wie vor angespannt. Zudem ist die

Psyche langsamer unterwegs. Die Probleme wirken nach. Deshalb gehen wir davon aus, dass dies alles uns noch eine Weile beschäftigen wird.

Wo müssen die Hebel in Gang gesetzt werden, damit sich Betroffene – und das Umfeld – nicht alleine gelassen fühlen?

Wir müssen ihnen aufzeigen, dass es Lösungen gibt. Beispielsweise, wenn Menschen darüber reden, wie sie aus der Abwärtsspirale herausgekommen sind. Betroffene sollen sehen, dass es Wege und Möglichkeiten gibt, wieder an Lebensqualität zu gewinnen. Sich Hilfe zu holen ist kein Zeichen von Schwäche, sondern von Stärke. Und diese Botschaft muss deutlicher nach aussen getragen werden. Das schaffen wir, indem wir darüber reden.

Wenn jemand einmal so weit war, sein Leben beenden zu wollen – wie gross ist die Chance, mit der nötigen Hilfe wieder komplett ins «normale» Leben reinzukommen?

Sehr gross – und sehr viele Menschen haben das erlebt. Psychisch herausfordernde Zeiten sind häufig an Übergängen festzustellen – beispielsweise, wenn Jugendliche erwachsen werden, sie ins Berufsleben einsteigen oder Menschen pensioniert werden. Es ist oft eine Frage der Balance. Das heisst, Sachen, die uns belasten, stehen solchen gegenüber, die uns gesund halten. Stress ist beispielsweise ein Risikofaktor, welcher von einem guten sozialen Umfeld ein Stück weit ausgeglichen werden kann. Haben wir ein Ungleichgewicht bei den persönlichen Faktoren, ist das Risiko einer psychischen Erkrankung höher. Die Fähigkeit, Hilfe anzunehmen, genügend Bewegung, Zeit für Ruhe und Entspannung – all das sind Beispiele für Schutzfaktoren, die uns stärken können.

Jürg Engler:

«Nach einem Herzinfarkt geht man doch auch nicht gleich davon aus, dass man die Kündigung erhält.»



IHK-Direktor
Markus Bänziger:

«Es braucht
Vorbilder.»

Ein Jahr mit zwei Weckrufen

Die Nerven liegen nicht blank. Aber die Wirtschaft hat mit einigen Herausforderungen zu kämpfen. Markus Bänziger, Direktor der IHK St. Gallen-Appenzell blickt im Gespräch auf die turbulenten Zeiten zurück und nennt jene Bereiche, die aktuell am meisten für Bauchschmerzen sorgen.

Interview: Marcel Baumgartner, Bild: zVg.

Markus Bänziger, Sie sind nun seit vier Jahren Direktor der IHK St. Gallen-Appenzell. Was würden Sie als bisheriges Highlight bezeichnen?

Das nun zu Ende gehende Jubiläumsjahr 2022. 555 Jahre Industrie- und Handelskammer St. Gallen-Appenzell waren Anlass für uns, den Blick auf die Vielfalt und Breite der Ostschweizer Wirtschaft zu richten. Die Ostschweiz hat sich in den vergangenen 100 Jahren zu einer äusserst diversen Wirtschaftsregion entwickelt. Diese Breite und Vielfalt schafft wirtschaftliche Widerstandsfähigkeit. Dank dem Jubiläumsjahr konnten wir diese Stärke in einer breiten Kampagne sichtbar machen: Statt den Blick auf uns als Institution und ihre Vergangenheit zu richten, haben wir die Gegenwart und Zukunft beleuchtet sowie unsere Mitgliedsunternehmen ins Rampenlicht gestellt. Und die Botschaft kam an: Die Ostschweizer Wirtschaft steht für Vielfalt.

Und wofür steht die IHK heute? Welche Positionierung war Ihnen persönlich wichtig?

Die IHK steht für einen intensiven Austausch mit unseren Mitgliedern und ermöglicht einen Austausch untereinander. Wir arbeiten eng mit befreundeten Organisationen wie den regionalen Arbeitgeberverbänden oder der IHK Thurgau zusammen. Wir generieren Mehrwert durch Begleitung und Beleuchtung der aktuellen und relevanten wirtschaftspolitischen Dossiers. Hierbei setzen wir uns aktiv für eine nachhal-

«Wir generieren Mehrwert durch Begleitung und Beleuchtung der aktuellen und relevanten wirtschaftspolitischen Dossiers.»

tig wirtschaftsfreundliche Politik in unserem Kammergebiet ein. Die Kernregion Ostschweiz soll heute und in Zukunft ein maximal attraktives Umfeld als Unternehmensstandort und als Arbeits- und Lebensort sein. Der offene, konstruktive Dialog mit der Politik als oftmals letztinstanzlich gestaltende Kraft der Rahmenbedingungen war und ist mir wichtig.

Sie haben das Amt ja durchaus in einer «spannenden» Phase inne. Corona. Ukraine-Krieg. Energiekrise. Wüssten Sie sich manchmal, es würde etwas mehr Normalität in den Alltag einkehren?

Normalität im Sinn von maximaler Sicherheit, Planbarkeit und Ausgewogenheit wünschen sich wohl die Meisten. Doch diese Utopie werden wir wohl nie erreichen. Wir können lediglich unsere Anstrengungen darauf konzentrieren, dieser so nah als möglich zu kommen. Die Schlagzahl der Herausforderungen, die unsere Wirtschaft und Gesellschaft enorm

strapazieren, häufen sich derzeit stark. Sie haben einige erwähnt, dazu kommen nun die von kaum jemandem prognostizierte Inflation, Zinsanstieg und eine abkühlende Nachfrage in vielen Absatzmärkten unserer Exportunternehmen. Zusehends erlangen die Auswirkungen und Herausforderungen der alternden westlichen Gesellschaft Visibilität in der Öffentlichkeit. Kurzum: die Ansammlung von Herausforderungen ist die Normalität, nicht die Absenz dessen. Diese Herausforderungen mit unseren Mitgliedsunternehmen zu verfolgen, Lösungsansätze zu entwickeln, Chancen durch Wandel aufzuzeigen und so Impulse zu setzen, ist unsere höchst spannende Aufgabe, ja unser Alltag.

Unter welchem Schlagwort würden Sie aus Sicht der IHK das Jahr 2022 verbuchen?

Krise als Chance. Ein Jahr mit zwei Weckrufen: Die zwischenzeitlich exorbitanten Energiepreisanstiege und der sich nun in diversen Branchen als Vorbote abzeichnende Fach- und Arbeitskräftemangel bergen die Chance, dass wir als Gesellschaft und Land den Mut aufbringen, bisher von hohem Wohlstand genährte Bequemlichkeiten zu überwinden. Eine Krise kann nur dann als Chance gesehen werden, wenn man bereit für Wandel ist.

Wir haben Wahlen vor uns. Wie ist Ihre Einschätzung: Ist unsere Gesellschaft gespalten und sucht in den Polen ihre Erfüllung oder könnten die Mitte-Parteien Boden gut machen?

Nicht gespalten, aber gefährdet. Die Schweiz gründet ihren Wohlstand auf Konsens, Miteinander und Ausgleich. Die exponentiell wachsende Informationsdichte verstärkt den Wettbewerb um Aufmerksamkeit. Dieser Wettbewerb wird von Medien und Parteien mit Lautstärke, Schrilte und Extrempositionen bestritten. Folge ist, dass vermeintlich gewinnt, wer pointierte, zugespitzte Positionen abgibt. Den Zenit hierin haben die USA überschritten, es scheint aus unserer Perspektive ein tief gespaltenes Land zu sein. Es bleibt zu hoffen, dass das in der Breite hohe Bildungsniveau der Schweiz Früchte trägt und die einzig auf Stimmenfang ausgerichteten Positionen von der Polparteien erkannt werden. Für die Herausforderungen wie Alterung der Gesellschaft, Energieversorgung und auch die Klimaerwärmung brauchen wir Lösungen. Polpositionen und Verharren darauf verhindern Lösungen.

Die Wirtschaft wird arg strapaziert. Wir haben es bereits erwähnt. Liegen die Nerven nun langsam so richtig blank?

Nein, die Nerven liegen nicht blank, wiewohl

wir eine Eintrübung der Konjunktur für möglich halten. Der Finanzkrise 2007/2008 ist ein breiter Aufschwung, einzig durch den Euro-Schock 2015 unterbrochene Wachstumsphase gefolgt. Ein breites Wachstum liegt hinter uns; die Arbeitnehmenden haben spürbare Reallohnanstiege erlebt. Die zweijährige Corona-Krise hat diesen Aufschwung jäh unterbrochen. Der Wirtschaftseinbruch war enorm – weltweit grösser als in der Schweiz. Aber der Ausweg wurde gefunden. Die nun wieder angesetzte Aufholjagd wurde und wird abgeschwächt durch zuerst Lieferkettenunterbrüche, Energiepreisanstiege, nun durch Inflation und Zinsanstieg. Die grösste Sorge der Unternehmen aber ist der branchenspezifische Fachkräftemangel, der sich zusehends zu einem gesamtwirtschaftlichen Arbeitskräftemangel ausdehnt. Dies, obwohl diese Einschätzungen gegenwärtig noch je nach Branche, Region und Absatzmarkt unterschiedlich ausfallen.

Die negativen Schlagzeilen können einem arg zusetzen. Setzen Sie sich dem noch immer täglich aus?

Die Frage ist, welche Medien man liest und was man daraus macht. Die Informationsdichte zwingt zur sorgsamem Selektion. Ja, ich lese mit grossem Interesse Medien, aber ausgewählt. Schliesslich ist dies sowohl mein Beruf als auch meine Berufung.

Trotz all den Schreckensmeldungen dominierte doch eine Nachricht das Jahr 2022: der Tod der Queen. Haben Sie dieses mediale Grossereignis mitverfolgt?

Das Ereignis hat die Medien über Wochen dominiert, nicht mitverfolgen war gar nicht möglich. Ich habe die Berichte in den von mir auch sonst verfolgten Medien konsumiert. Beindruckend waren dabei drei Ebenen. Erstens: Die immense weltweite mediale Präsenz des Ereignisses zeigt, wie viele Menschen sich – unabhängig von Lebensort und sozialem Umfeld – für Traditionen und Rituale interessieren, ja gar begeistern. Zweitens: Wie sich die britische Monarchie in dieser doch starken Ausprägung über Jahrhunderte mit vielen, vor allem für uns Ostschweizer kaum vorstellbaren Formen erhalten konnte und unverändert kulturell prägend und verbindend für Grossbritannien ist. Und Drittens: Bei aller berechtigten Kritik dürfte die britische Monarchie und somit die Queen und ihr

verstorbenen Prinzegepaar Philipp der britischen Gesellschaften Stabilität, Halt und Sicherheit gegeben haben.

Was sagt das über die Gesellschaft aus?

Grossbritannien hat in den vergangenen 80 Jahren eine für uns unbegreifliche Transformation erlebt: unvorstellbare Opfer während des Zweiten Weltkrieges, Wiederaufbau, Aufbruch einer völlig verkrusteten, kaum überlebensfähigen Wirtschaft, Verlust der geopolitischen Hegemonialstellung, EU-Beitritt und Austritt. Von aussen betrachtet, scheint das Land gegenwärtig unregierbar zu sein. Kurzum: ein Land auf der ständigen Suche nach einer Identität und Stabilität.

«Die Schlagzahl der Herausforderungen, die unsere Wirtschaft und Gesellschaft enorm strapazieren, häufen sich derzeit stark.»

Wir suchen Leitfiguren. Gibt es solche auch in der Ostschweiz?

Ich widerspreche: Nicht wir suchen Leitfiguren, es kann Menschen geben, die solche suchen. Gerade die Ostschweiz braucht und sucht keine Leitfiguren. Aber Vorbilder, ja.

Was nehmen Sie sich persönlich für das Jahr 2023 vor?

Nahe bei unseren Mitgliedern zu sein und die für die Ostschweizer Wirtschaft relevanten Themen eng zu verfolgen.

Und womit soll die IHK Schlagzeilen machen?

Wir suchen keine Schlagzeilen. Wir wollen in aktuellen und relevanten Fragen fundierte Diskussionsbeiträge, Impulse und auch Zielvorstellungen liefern. Wenn wir mit unseren Themen, Ideen und Impulsen Debatten auslösen und Veränderungen anstossen, dann haben wir unser Ziel erreicht. Das sind derzeit das rechtliche, ja somit auch das gesellschaftliche Verhältnis der Schweiz zu unseren Nachbarländern, die Energieversorgung, das aus der Zeit gefallene Altersvorsorgesystem, der nötige Ausbau der digitalen Erreichbarkeit und vor allem der Fach- und Arbeitskräftemangel. Diese Aufzählung ist nicht abschliessend: Eine zu breite Palette, um mit nur einer Schlagzeile Aufmerksamkeit zu erlangen. Die Herausforderungen sind umfassend, aber lösbar.



carlosmartinez.ch

Holzbaukompetenz seit 30 Jahren

«Da geht es um mehr als um einen Vertragsabschluss»

Die Olma Messen haben sich zum Ziel gesetzt, neue Ertragsquellen zu erschliessen. Mitverantwortlich hierfür ist Sandra Krucker (*1978), Leiterin Zusatzgeschäfte und Mitglied der Geschäftsleitung. Wo sie Potenzial sieht, ob sie mit den Ansätzen offene Türen einrennt und wie es um den Namenssponsor der neuen Halle steht, erzählt sie im Interview.

Interview: Marcel Baumgartner, Bild: zVg.

Sandra Krucker, Sie leiten bei den Olma Messen die Sparte Zusatzgeschäfte. Was fällt alles in diesen Bereich?

Wir entwickeln das Geschäftsmodell der Olma Messen weiter, indem wir uns überlegen, wie wir neben Messen, Kongressen und Events mit dem Gelände, mit der Marke oder der Community zusätzliche Ertragsquellen erschliessen können. Dazu haben wir einen Innovationsprozess aufgesetzt. Es sind ganz viele Ideen im sogenannten Innovations-Funnel, einer Art Trichter, in dem Ideen gesammelt und priorisiert werden. Bei einigen Ideen sind wir bereits einen Schritt weiter. Wir haben beispielsweise an der Olma 22 einen Testlauf mit T-Shirts im Bereich Merchandising gemacht. Ausserdem sind wir aktiv auf der Suche nach einem Namenssponsor für die neue Halle 1, detaillieren gerade das Konzept für einen Olma-Fan-Club und machen uns Gedanken, wie wir das Gelände als Campus nutzen könnten.

Abschliessend dürfte diese Aufzählung wohl nicht sein. Liegt es an Ihnen, nun noch weitere gewinnbringende Segmente zu «kreieren»?

Wir arbeiten mit innovativen Methoden, sind agil und haben die Nase stets im Wind. Sämtliche Ideen und Vorhaben prüfen wir konsequent

aus betriebswirtschaftlicher Optik. So werden sich in der Strategieperiode bis 2031 laufend spannende Optionen eröffnen, von denen wir heute noch nichts wissen.

Wie wesentlich sind diese Zusatzgeschäfte rein umsatzmässig mit Blick auf die Gesamtrechnung?

Der Bereich Zusatzgeschäfte ist einer von drei Schwerpunkten in der Strategie31. Damit gewinnt dieser Bereich ein grosses Gewicht und bildet sich entsprechend in der Gesamtrechnung ab. In den ersten Jahren sind Investitionen nötig, ab 2025 sollen die Zusatzgeschäfte in die Gewinnzone kommen. Das Ziel ist es, einen wesentlichen Beitrag zur langfristigen Sicherstellung der Olma Messen St. Gallen zu liefern.

An der Olma waren Sie mit einem Stand vor Ort. Es ging darum, die Ideen der Bevölkerung abzuholen. Was sind die wichtigsten Erkenntnisse daraus?

Eine allgemeine Erkenntnis ist, dass die Ostschweizer Bevölkerung sehr kreativ und die Identifikation mit der Olma riesig ist. Auf der Post-it-Wand und mit den Lego-Bauten sind ganz viele Ideen zusammengekommen. Wir haben aber auch gemerkt, dass vielen Besuchern nicht bewusst ist, dass jährlich neben den Messen rund 200 weitere Veranstaltungen auf unserem Gelände stattfinden. Da haben wir noch Kommunikationsbedarf.

«In den ersten Jahren sind Investitionen nötig, ab 2025 sollen die Zusatzgeschäfte in die Gewinnzone kommen.»

Was passiert nun mit den Ideen?

Wir haben alle Ideen in unseren bereits erwähnten Innovations-Funnel aufgenommen und werden diese nun priorisieren und entscheiden, was wir als nächstes neues Projekt angehen möchten.

Auch die Medienhäuser haben teilweise eigene Innovations-Abteilungen. Man hört, dass es mitunter aber schwierig sei, alte Zöpfe abzuschneiden und neue Wege zu gehen. Stossen Sie auf offene Ohren?

Ja und nein. Es gibt Themen, mit denen wir offene Türen einrennen, beispielsweise waren wir uns schnell einig, dass wir das Namens-Sponsoring der Halle 1 weiterverfolgen. Bei anderen Ideen braucht es ein bisschen mehr Überzeugungskraft. Wir benötigen nebst offenen Ohren und Augen vor allem einen guten Riecher für relevante Trends, schaffende Hände, kreative Köpfe und konsequentes Controlling. Und manchmal muss man Dinge auch einfach tun. Ich selber probiere mich gerade in den neuen Arbeitswelten aus. Ich habe derzeit zwei (Teilzeit-)Funktionen; ich bin mit vollem Elan bei den Olma Messen dabei und führe gleichzeitig die Helvetia Consulting.

Ein Zusatzgeschäft wird die Möglichkeit sein, die neue Halle als Namenssponsor zu «besetzen». Gehen Sie hier potenzielle Partner an oder haben Sie das Glück, dass man von Unternehmensseite auf Sie zukommt?

Beides! Wir gehen aktiv auf mögliche Partner zu, sind aber auch schon direkt angesprochen worden. Das Namens-Sponsoring der Halle 1 ist eine einmalige Gelegenheit für den künftigen Sponsor, sich in der Region zu positionieren. Es

ist aber auch eine langfristige und enge Partnerschaft, da geht es um mehr als um einen Vertragsabschluss. Das Interesse an der Halle 1 zeigt sich übrigens auch bei unserem Sales-Team. Wir haben dieses Jahr schon über 200 Anfragen von Neukunden für Kongresse und Events erhalten, was gegenüber 2019 eine Verdoppelung ist. Erste Verträge für 2024 und 2025 sind unter Dach und Fach. Dieser Schwung ist intern und extern spürbar und hilft uns.

«Der Schwung ist intern und extern spürbar und hilft uns.»

Ich gehe nicht davon aus, dass wir schon bald eine «Feldschlösschen»-Halle in St. Gallen haben werden. Welche Kriterien setzen Sie für einen möglichen Partner?

Wir sprechen noch nicht über Namen, sondern über Werte. Uns ist es wichtig, dass der Namenssponsor zu uns mit unseren Ostschweizer Werten sowie unseren Zukunftsplänen passt. Es geht um mehr als Leistung und Gegenleistung, es geht darum, diesen Leuchtturm gemeinsam zum Strahlen zu bringen, Emotionen und Begeisterung auszulösen und damit einen wichtigen Beitrag zur Stärkung von St. Gallen und der Ostschweiz zu leisten.

Sandra Krucker:

«Das Ziel ist es, einen wesentlichen Beitrag zur langfristigen Sicherstellung der Olma Messen zu liefern.»



Die Rakete wird mit Sonnenstrom produziert

Nur 15 Prozent des Schweizer Energiebedarfs wird mit Gas gedeckt. Warum wir trotzdem in eine Energiemangellage geraten können, weiss Stefano Garbin, CEO der St. Gallisch-Appenzellischen Kraftwerke AG, kurz SAK. Im Interview mit der «Ostschweiz» beantwortet er Fragen rund um die Schweizer Energieversorgung und über das diesbezügliche Engagement der SAK für die Ostschweiz.

Vor einem Jahr stellten Sie in einem Interview das Engagement der SAK für die Energiezukunft vor. Welche Projekte haben Sie dieses Jahr realisiert?

Das sind einige, die SAK investierte auch dieses Jahr wieder in Zukunftsmärkte für die Energiewende Ostschweiz. Im Park 2022 in Uzwil rüsteten wir eine ganze Wohnüberbauung mit unserem Multi-Energie-System aus, das durch Abstimmung von Photovoltaikanlagen, Wärmepumpen und Ladelösungen die Selbstversorgung des Gebäudekomplexes optimiert und dadurch den CO₂-Ausstoss reduziert. Aber auch in der Industrie erzielten wir erfreuliche Ergebnisse. Diesen Sommer nahmen wir auf dem Dach des Glaceproduzenten Froneri unsere bis dato grösste Photovoltaikanlage in Betrieb. Diese deckt nun sämtlichen Strombedarf für die Produktion der Rakete-Glances und des Cornet Extrême. Insgesamt baute die SAK im vergangenen Jahr etwa drei Megawatt (MW) an zusätzlicher Stromproduktion durch Photovoltaik zu.

Welchen Einfluss – positiv oder negativ – hat der Krieg in der Ukraine auf das Thema Energie?

Grundsätzlich kann man sagen, dass wir in der Schweiz etwas weniger vom Ukraine-Krieg betroffen sind als andere europäische Länder. Mit den Sanktionen gegen Russland ist die Gasversorgungssicherheit in Europa gesunken. In der Schweiz macht Gas aber nur rund 15 Prozent

des Energieverbrauchs aus – rund die Hälfte davon stammt ursprünglich aus Russland, obwohl die Schweiz keine direkten vertraglichen Beziehungen zu Russland pflegt. Da die Schweiz selbst keine Gasspeicher hat, ist sie von Lieferungen aus der EU abhängig. Nichtsdestotrotz besteht für die Schweiz immer noch ein Restrisiko von Lieferengpässen.

Droht uns darum eine Strommangellage?

Bei der aktuellen Mangellage wirken mehrere Faktoren. Die Schweiz kann ihren Eigenbedarf an Strom im Winter nicht vollständig selbst decken. Den fehlenden Strom kaufen wir am Strommarkt ein, auch wenn das mit Hürden verbunden ist. Da der Schweizer Strommarkt weniger liberal als jener der EU ist, entwickelt sich die Zusammenarbeit mit Brüssel nur schleppend. Ein Grossteil des aktuell eingekauften Auslandstroms ist französischer Atomstrom. Frankreich produziert derzeit aber wegen Wartungs- und Reparaturarbeiten an seinen Atomkraftwerken nur knapp die Hälfte der üblichen Strommenge. Und nicht zuletzt spielt auch hier der Ukraine-Krieg eine Rolle: In Europa wird zu Spitzenverbrauchszeiten auch mit Gaskraftwerken Strom produziert. Infolge der Sanktionen gegen Russland ist Gas knapper geworden. Summa summarum: Wenn die Schweiz infolge fehlender Stromabkommen mit der EU und Strommangel im Ausland nicht genug Strom importieren kann, müssen wir hierzulande mit einer Strommangellage rechnen.

Die SAK baute neben dem Wasserkraftwerk Kubel in St. Gallen eine eigene Wasserstoffproduktionsanlage. Ist die Anlage in Betrieb und wie viel Wasserstoff wird da für wen produziert?

Die Wasserstoffproduktionsanlage im Kubel ist seit diesem November in Betrieb. Bei der Anlage handelt es sich um ein Joint Venture der SAK, Osterwalder Gruppe und SN Erneuerbare Energie AG. Im Kubel produzieren wir das H₂ und vertreiben es anschliessend über das Tankstellennetz



von Osterwalder. Die Anlage hat eine Leistung von zwei Megawatt und wird im Jahr ungefähr 250 Tonnen Wasserstoff produzieren. Das ist genug für umgerechnet 3,2 Millionen Lastwagen-Kilometer. Mit dieser Leistung reduzieren wir den jährlichen CO₂-Ausstoss des Schwerverkehrs um rund 560 Tonnen.

Was sind denn die Vorteile von Wasserstoff als Energieträger für Mobilitätslösungen?

Wasserstoff bietet gegenüber konventionellen Antrieben viele Vorteile. Er ist – wenn nachhaltig produziert – umweltfreundlich und genauso schnell getankt wie ein konventioneller Kraftstoff. Bei mit Batterie betriebenen Elektro-Lkw dauert das Aufladen im Vergleich viel länger. Zudem ist die Reichweite von H₂-Brennstoffzellen-Lkw grösser als bei batteriebetriebenen Elektro-Lkw. Im Moment gibt es in der Schweiz rund 50 Brennstoffzellen-Lkw. Gemäss Hyundai sollen es in absehbarer Zeit 1600 sein. Der Bedarf an Wasserstoff wird steigen, wir überlegen entsprechend bereits den Bau einer zweiten Anlage bei unserem Kraftwerk Schils in Flums.

Hat Wasserstoff auch Nachteile? Vor allem im Vergleich zu Elektroantrieben?

Wasserstoff ist wie der Strom nur grün, wenn er auch grün produziert wird. Weil die Produktion von H₂ möglichst kostengünstige elektrische Energie benötigt, werden die Anlagen meist neben Stromproduktionsanlagen gebaut – wie bei uns im Kubel, wo der Wasserstoff mit Wasserkraft produziert wird. Weiter kommt dazu, dass sich H₂ als Kraftstoff hauptsächlich für Langstrecken

eignet. Wasserstoff eignet sich daher speziell für den Schwerverkehr, der normalerweise über weite Strecken fährt.

Zum Schluss: Wie würden Sie die Schweizer Energieversorgung der Zukunft organisieren?

Für mich zentraler Punkt ist, dass wir die Eigenständigkeit der Schweiz in der Energieversorgung erhöhen. Dafür braucht es Investitionen in den Ausbau unserer inländischen Stromproduktions- und Speicheranlagen. Letztere sind insofern wichtig, als wir unseren Stromüberschuss im Sommer für den Winter verwenden können und dadurch weniger abhängig vom Ausland werden. Doch damit dies möglich wird, müssen auch die politischen Rahmenbedingungen gegeben sein. Beim Bau neuer Stromproduktionsanlagen gibt es immer noch zu viele Hürden und Unsicherheiten, die das Investieren weniger attraktiv machen. Das muss sich ändern. Und nicht zuletzt braucht es auch Kompromissbereitschaft, Solidarität und Toleranz, um gemeinsam eine höhere Eigenständigkeit zu erreichen.

sak

**St. Gallisch-Appenzellische
Kraftwerke AG**

Vadianstrasse 50 | Postfach 2041
CH-9001 St. Gallen
+41 71 229 51 51
info@sak.ch | sak.ch

Die Lust der Selbstdarstellung

Sabrina Huber (*1983) ist als Beraterin für Reputation und strategische Kommunikation tätig. Für sie steht fest: «Das grösste Risiko ist die Reputation dann, wenn man sie dem Zufall überlässt.» Und dann wäre da noch die Frage nach dem CEO, der nackt in einen See springt.

Interview: Marcel Baumgartner, Bild: zVg.

Sabrina Huber, Sie beschäftigen sich mit der Reputation von Unternehmen. Wie steht's ganz allgemein um den Ruf der Ostschweiz als Region?

Die Reputation der Ostschweiz würde ich als solide bezeichnen. Potenzial sehe ich beim Selbstbewusstsein. Ob wir nämlich ein Unternehmen, eine Persönlichkeit oder eben auch eine Region bezüglich Reputation als «gut» oder «schlecht» einstufen, basiert auf drei Dimensionen: Erstens zählen die funktionalen Aspekte, zweitens die soziale Verantwortung und drittens der selbstbewusste Auftritt. Die Dimensionen müssen stets in Balance sein. Also tue Gutes und sprich darüber – wir Ostschweizerinnen und Ostschweizer dürfen noch mehr in unsere Sichtbarkeit investieren.

Was können Ostschweizer Unternehmen und Persönlichkeiten dazu beitragen?

Alle kleinen und grossen Unternehmen und Institutionen leisten einen Beitrag. Der gute Ruf ist immer ein Gemeinschaftswerk. Je mehr Erfolgsgeschichten wir schreiben, je mehr gemeinsame Aktivitäten, je mehr vereintes Engagement für bestimmte Themen und Zusammenhalt, desto mehr Schwung und Sichtbarkeit bringt das. Umgekehrt übernehmen auch Personen und Unternehmen mit Skandalen und Krisen eine Verantwortung fürs grosse Ganze. Reputation färbt ab.

Was ist schwieriger, intern ein positives Bild zu vermitteln oder extern?

Bevor wir über das zu vermittelnde Bild sprechen, ist es wichtig, unsere Realität zu kennen

und zu gestalten. Ganz am Anfang stehen die Strategie, die Vision, die Werte, nach welchen wir arbeiten und leben wollen. Über die Kommunikation, das Führungsverhalten und den Auftritt prägen wir das Bild gegen innen. Und ganz organisch sowie mit gezielten Massnahmen bildet sich auch bei den externen Anspruchsgruppen ein Image. So weit der Idealfall in der Theorie. Wir alle kennen Unternehmen, die haben intern ein ganz anderes Bild als extern. Das geht nicht lange gut, denn alles Gute kommt von innen.

Was sind bei der Reputation die grössten Stolpersteine, was die grössten Erfolgsfaktoren für ein Unternehmen?

Es lässt sich ganz einfach zusammenfassen: Das grösste Risiko ist die Reputation dann, wenn man sie dem Zufall überlässt. Die grösste Chance ist die Reputation, wenn man sie bewusst, interdisziplinär und vorwärtsorientiert aufbaut und steuert. Reputation entsteht sowieso, immer und überall. Also ist es immer die bessere Option, im «driver's seat» Platz zu nehmen und aktiv zu kommunizieren. Ein weiterer Erfolgsfaktor für den guten Ruf: Es wirkt immer zielführender und sympathischer, sich für statt gegen etwas einzusetzen.

«Der gute Ruf ist immer ein Gemeinschaftswerk.»

Beleuchten wir nochmals die Mitarbeitenden. Wonach verlangen Arbeitnehmende und was hat das mit der Reputation zu tun?

Potenzielle und bestehende Mitarbeitende wollen für Arbeitgeber unterwegs sein, mit denen sie ihre Werte teilen – sie suchen Purpose und Sinnhaftigkeit. So hat auch der Zusammenhang von Arbeitgeberattraktivität und Reputation im aktuellen «war for talents» an Bedeutung gewonnen. Plötzlich ist die Bekanntheit des Unternehmens nicht aus Gründen der Kundenakquise, sondern wegen der Arbeitgebermarke relevant. Und ohne Bekanntheit keine Reputation. B2C-Unternehmen sind hier leicht im Vorteil.



Unternehmen, zum CEO und ist relevant. Die Kongruenz zwischen CEO und Unternehmen ist ein zentraler Erfolgsfaktor. Übrigens: Auch Bescheidenheit kann sexy sein.

Was reizt Sie persönlich am meisten an der Kommunikationsbranche?

In meiner Arbeit lande ich immer mittendrin – mitten in komplexen Change-Situationen, mitten in vertraulichen Grossprojekten, mitten in der Identität eines Unternehmens. Reputations- und Kommunikationsmanagement als Querschnittsfunktion leistet hier einen wichtigen Beitrag. Sowohl die Themen wie auch die Bedürfnisse der Anspruchsgruppen sind sehr divers. Der holistische Ansatz bedingt, dass Kommunikation auf oberster Führungsebene als strategische Disziplin anerkannt ist. Als ich vor knapp 20 Jahren mit dem Marketingstudium begann, war die Kommunikation meist als operative Teildisziplin im Marketing angesiedelt. Aus heutiger Sicht ist das zu kurz gegriffen.

Welche Rolle spielen CEOs in Bezug auf die Arbeitgebermarke?

CEOs sind in verschiedenen Rollen die wichtigsten Repräsentanten, Vorbilder und Markenbotschafter eines Unternehmens: Als Fachperson, Visionär, Leaderin, Change Manager, Recruiting-Expertin, Krisenmanager und vieles mehr. Es gilt, die Marke gegen innen durchzusetzen und gegen aussen authentisch zu verkörpern. CEOs stehen damit auch im ganzen «employee lifecycle» in der Verantwortung. Das gilt übrigens für das ganze Management.

Und bei der externen Kommunikation? Da haben es CEOs immer wieder mit Shitstorms und Kommentaren auf den sozialen Medien zu tun, oder?

Auch wenn die Kommunikation nicht immer explizit im Jobprofil von CEOs erwähnt ist, ist sie eine entscheidende Kompetenz. Und ja, dazu gehört eine gewisse Lust an der Selbstdarstellung. Denn Menschen vertrauen Menschen, nicht Hierarchien, Organigrammen oder Strukturen. Der Dialog mit allen Stakeholdern – online und offline – ist Teil der CEO-Aufgabe. Das erfordert Kompetenz und Resilienz.

Braucht es mitunter auch sehr aussergewöhnliche Ideen? Muss sich der Chef nackt in einen See stürzen? Das gibt Schlagzeilen.

Die Kommunikation eines nackten CEOs möchte ich lieber nicht verantworten! Es gibt elegantere Methoden, die Aufmerksamkeit erregen. Hauptsache, die Aktion passt zum

Gibt es weitere Bereiche, die sich zu früher deutlich verändert haben?

Das Internet und die sozialen Medien haben schon ein unglaubliches Tempo in die Kommunikation gebracht. Alles wird just in time geteilt, gelikt, kommentiert, und das Resultat ist oft eine gnadenlose Eigendynamik. Darum ist es absolut zentral, dieses Bewusstsein zu schärfen, die Issues auf dem Radar zu haben und entsprechende Kompetenzen aufzubauen. Reputations- und Kommunikationsmanagement ist keine Kür, es ist Pflicht. Und schlussendlich schafft der gute Ruf immaterielles Vermögen.

Kommunizieren Sie immer ganz bewusst – auch privat? Und ist das nicht etwas anstrengend?

Ich gebe täglich mein Bestes, meine Kommunikation und mein Verhalten an meinen persönlichen Werten und Themen zu orientieren und dafür Verantwortung zu übernehmen. Bewusstsein, Authentizität und Reflexion sind hier entscheidend – und da spielt es keine Rolle, ob man beruflich oder privat unterwegs ist. Eine gute Reputation hat nicht, wer nach Perfektion strebt und mit angezogener Handbremse durch die Gegend düst. Menschen wünschen sich Persönlichkeiten mit Ecken und Kanten! Es geht um Differenzierung und Positionierung und auch darum, wie man mit Fehlern und Krisen umgeht.

«Eine gute Reputation hat nicht, wer nach Perfektion strebt und mit angezogener Handbremse durch die Gegend düst.»

«Likes sind wie Applaus im Theater»

Die Social-Media-Entertainer
Loredana & Kilian Bamert-Carrabs:

«Eigentlich sind wir uns
selten einig.»

Auf Instagram folgen ihnen unter der Bezeichnung «saturday.and.sunday» fast 100 000 Personen. Damit werden die Social-Media-Entertainer Loredana (*1990) und Kilian Bamert-Carrabs (*1988) aus Buchs zu attraktiven Botschaftern für Werbepartner. Angefangen hat alles mit dem Wunsch, aus dem Hamsterrad aussteigen zu können.

Interview: Marcel Baumgartner, Bild: zVg.

Sorry, die Anfangsfrage ist so simpel wie auch bestechend: Wie seid ihr auf die Idee gekommen, euer Familienleben mit der Öffentlichkeit zu teilen?

Wir teilen weniger unser Familienleben, sondern unser Leben als Paar und Herausforderungen in einer Beziehung. Angefangen hatten wir vor über sechs Jahren mit einer Reise um die Welt und klassischen Reiseberichten. Als wir wieder zu Hause waren, haben sich die Ausflugsideen mit lustigen Comedy-Videos über unseren Alltag als Paar erweitert. Unterdessen ist es eine Mischung aus beidem. Uns ist wichtig, dass wir unseren Zuschauern einen Mehrwert bieten. Entweder indem wir ihnen ein Lächeln ins Gesicht zaubern oder indem wir eine spannende Destination oder einen Ausflugstipp teilen. Unser Kanal konsumiert sich also weniger wie eine klassische Familien-Soap sondern viel mehr wie eine Comedy-Show für Paare.

Fast 100 000 Follower auf Instagram sind es inzwischen. Das ist beeindruckend. Wann kam ordentlich Schwung in euer «Projekt»?

Wann habt ihr das Gefühl bekommen, dass aus der Idee ein Business werden könnte?

Unser Business steht auf mehreren Pfeilern. Wir haben bereits vor fünf Jahren unsere eigene Videoproduktionsagentur gegründet. Denn wir haben erkannt, dass Videocontent für Unternehmen immer wichtiger wird. Wir konnten uns von Anfang an über einen grossen und vor allem treuen Kundenstamm freuen. Somit war unser Business nie abhängig von unserer Follower-Zahl auf Instagram. Vielleicht konnten wir deshalb auch so wachsen, weil sich unser Kanal nicht wie ein Dauerwerbesender konsumiert, sondern effektiv ein Unterhaltungskanal mit Mehrwert ist.

Welche Art von Beiträgen erfreut sich allgemein der grössten Beliebtheit?

Die ehrlichen Beiträge über unsere Beziehung. Wir zeigen in humorvollen Kurzvideos das Auf und Ab einer klassischen Beziehung.

Wie seid ihr eigentlich auf diesen Namen gekommen?

Bevor wir unsere Weltreise gestartet haben, haben wir beide in anspruchsvollen Positionen in der Privatwirtschaft gearbeitet. Wir haben uns in einem Hamsterrad gedreht und uns mehr Gedanken über Verantwortung, Hierarchien und Lohnvorstellungen gemacht als darüber, was uns wirklich glücklich macht. Gesehen haben wir uns oftmals nur am Wochenende. Als uns das plötzlich klar wurde, haben wir alles abgebrochen. Wir haben unsere Jobs und die Wohnung gekündigt und wollten auf Reisen einen





Weg finden, gemeinsam etwas aufzubauen. Das hat dann auch geklappt. Und jetzt arbeiten wir sieben Tage die Woche, dennoch ist jeder Tag wie Samstag und Sonntag, weil wir unsere Erfüllung in der Arbeit gefunden haben.

«Wir haben unsere Jobs und die Wohnung gekündigt und wollten auf Reisen einen Weg finden, gemeinsam etwas aufzubauen.»

Wie viel Zeit wendet ihr auf, um euren Blog, aber auch um die sozialen Medien zu bedienen?

Das alles lässt sich nicht mehr in Stunden messen. Bei uns verschwimmen Arbeit, Freizeit und das Leben zu sehr. Allerdings sind es sehr viele Stunden und wahrscheinlich arbeiten wir beide mehr als zuvor, als wir angestellt waren.

«Bei uns verschwimmen Arbeit, Freizeit und das Leben zu sehr.»

Entsteht ein Rauschgefühl? Kontrolliert man die Klickzahlen, die Kommentare, die Likes?

Wir würden es nicht als Rauschgefühl bezeichnen. Wir sehen es mehr wie Applaus im Theater. Likes und Kommentare sind für uns eine Art Wertschätzung für das, was wir tun. Wir

stellen sehr viele Inhalte zur Verfügung, ohne damit Geld zu verdienen. Daher ist es schön, wenn wir eine andere Form der Anerkennung erhalten.

Kommentare können ja mitunter auch negativ ausfallen. Lebt ihr in einer Blase von Fans oder habt ihr auch mit Leuten zu tun, die euch hassen?

Auf unserem Kanal leben wir tatsächlich in einer kleinen Blase. Wir sind langsam, gemeinsam mit unseren Zuschauern über Jahre gewachsen. Unterdessen sind unsere Zuschauer wie gute Freunde, die unser Leben begleiten. Daher bekommen wir kaum negative Kommentare. Negative Kommentare kommen meist erst, wenn nationale Medien über uns berichten oder ein Video viral geht. Da wir allerdings ein sehr «normales» Leben führen, sind auch dann die Kommentare weitestgehend harmlos.

«Auf unserem Kanal leben wir tatsächlich in einer kleinen Blase.»

Was ihr macht, ist für viele ein Traum. Man verdient Geld mit Postings. Wie viel harte Arbeit steckt dahinter?

So einfach ist es leider nicht. Ausser man legt keinen Wert auf die Qualität des eigenen Kanals und spamt ihn einfach mit Werbung zu. Es gibt durchaus Influencer, die so arbeiten. Wir sehen unseren Kanal aber mehr wie einen Fernsehsender, der ab und zu von Werbung unterbrochen wird. Entsprechend könnten wir allein von bezahlten Postings nicht leben.

Wie sieht ein normaler Tagesablauf aus?

Einen normalen Tagesablauf gibt es bei uns nicht ;-). Jeder Tag ist anders.

Seid ihr euch grundsätzlich immer einig, was die Art oder den Inhalt der Beiträge anbelangt?

Nein, effektiv sind wir uns selten einig. Das macht den Kanal aber auch so vielseitig, und es ist schön für uns, dass wir uns austauschen können und Ideen damit auch durch zwei Paar Augen gefiltert werden.

Was steckt hinter dem «wilden Genuss»?

In Zeiten, in welchen gefühlt alles nach Fleischersatzprodukten schreit – darf man da guten Gewissens noch Wildfleisch konsumieren? Renato Mariana und Eliane Widin von der «Liebeswerkstatt» vertreten eine ganz klare Meinung.

Interview: Manuela Bruhin, Bild: zVg.

Als Lebensmitteltechnologe haben Sie vieles gesehen, und auch die (Un-)Wahrheiten rund um Lebensmittel kennengelernt. Weshalb verhält es sich mit der «Liebeswerkstatt» anders?

Wir wollen in dieser kleinen, aber echten und herzlichen Welt das vorleben, was uns Freude bereitet. Wir arbeiten mit den ältesten und wertvollsten Rohstoffen, welche uns die Natur schenkt. Diesen wollen wir Sorge tragen, sie wertschätzen und klar von allem anderen unterscheiden, was auf dem Markt angeboten wird.

Mehr Infos
Lesen Sie hier das vollständige Interview:



Von Fisch über Reh bis hin zu Geschenken bieten Sie eine grosse Auswahl. Was ist besonders beliebt?

Wir konzentrieren uns in der Anfangsphase vor allem aufs Wild, da ich selbst zur Jagd gehe. Aus diesem Bereich sind beispielsweise das «Hirschbrügel», eine Art Mostbröckli vom Hirsch im praktischen Format zum Selberschneiden, der Fleischkäse vom Wildschwein zum Selberbacken oder die luftgetrockneten Hirschsalsiz klare Leader. Besondere Freude bereiten uns aber auch Spezialitäten, wie beispielsweise Hirschmomos in Zusammenarbeit mit tibetischen Freunden.

In der Coronazeit haben viele die regionalen Anbieter berücksichtigt. Hat Ihnen die Krise zu Aufschwung verholfen? Oder ist die Nachfrage ohnehin da?

Viele der Konsumenten schalten beim Einkauf ihr «oberes Stübli» nicht ein, obwohl sie es besitzen. Oder ist es verständlich, dass es Kunden gibt, die für einen Energiedrink, der künstlich hergestellt wird, sechs- bis zehnmal mehr bezahlen als für einen Liter Milch, der nach Bio-richtlinien produziert wird? Die Pandemie hat vielen Zeit gegeben, das eine oder andere zu überdenken. Die Folge war, dass kleine Ladenformate mehr Erfolg hatten als andere. Das war auch eine Riesenchance für alle Hofläden und Direktvermarkter, was uns sehr freut. Diesen Effekt haben auch wir gespürt. Die Leute fanden Zeit, um zu Hause zu kochen.

In einer Zeit, in welcher vieles nach veganen oder vegetarischen Lebensmitteln schreit: Weshalb kann man sich mit gutem Gewissen für Wildfleisch entscheiden?

Denken Sie mal darüber nach, was alles getan werden muss, bis ein veganes Lebensmittel hergestellt ist. Welche Ressourcen und Transportwege dafür verwendet werden. Und dann stellen Sie sich dieselbe Frage zum Wildfleisch aus Ihrer Umgebung. Ich glaube, die Frage ist damit bereits beantwortet. Dazu kommt, dass Wild, hundert Prozent naturbelassen, sehr nährwertreich und fettarm ist.



« Trends sind mit **Vorsicht** zu geniessen »

Vor einigen Jahren haben auf dem Biohof Mädertal in Gossau gleich einige Neuerungen Einzug gehalten: Familie Bernhardsgrütter hält wieder Hühner, die Milchproduktion wurde ein-, der Betrieb hingegen auf Bio umgestellt. Zudem setzt man sich stark mit der regenerativen Landwirtschaft auseinander. «Unser oberstes Ziel

ist es, fit für die Zukunft und enkeltauglich zu sein», fasst es Bernhardsgrütter zusammen. «Die nächsten drei, vier Jahre werden für unseren Betrieb entscheidend sein. Bisher sind wir aber zufrieden, wie die Umstellungen angelaufen sind – und wir würden uns wieder für den Schritt entscheiden.»

Mehr erfahren
Hier geht es zum
Hintergrundartikel:



Fischgenuss ganz ohne Antibiotika oder Schwermetalle

Nachhaltiger Fischgenuss – geht das überhaupt? Der Kundelfingerhof in Schlatt, eine der ältesten Fischzuchten der Schweiz, kann darauf eine ganz klare Antwort geben, wie Geschäftsführer Martin Junker im Interview sagt. Das Quellwasser spielt dabei eine zentrale Rolle.

Interview: Manuela Bruhin, Bild: zVg.

Mit über 100 Jahren gehört der Kundelfingerhof zu den ältesten Fischzuchten der Schweiz. Wie gross waren die Herausforderungen, nun an diesem Punkt stehen zu dürfen? Oder anders gefragt: Was hat man anders gemacht als die anderen, die es vielleicht nicht so weit geschafft haben?

Da muss ich kurz ausholen. Der Kundelfingerhof wurde vor zehn Jahren von der aktuellen Besitzerschaft erworben. In dieser Zeit haben wir den historischen Betrieb in die Neuzeit transferiert. Wir sind quasi ein Start-up im Mantel eines historischen Betriebes.

So wurde der Betrieb, den aktuellen Anforderungen an Tierwohl, Wasserqualität und Lebensmittelsicherheit entsprechend, mit einem Ersatzneubau modernisiert. Der Fokus liegt da auf der Nachhaltigkeit. Vor allem aber haben wir auch eine breite und innovative Produktpalette erarbeitet.

Sie sprechen es an: Sie setzen auf Nachhaltigkeit und hochwertiges Fischfutter. Gerade der Fischverzehr wird häufig mit Antibiotika und Schwermetallen in Verbindung gebracht.

Unser Quellwasser hat Trinkwasserqualität und ist durch die lange Filtrierung unter der Erde frei von unerwünschten

Stoffen. Da wir keine weiteren Stoffe wie Hormone und Antibiotika einsetzen, kommen auch keine solchen Stoffe in den Fisch.

Wie halten Sie stattdessen die Fische gesund?

Wichtig sind auch hier das reine Quellwasser und eine strenge Hygiene. Zudem verwenden wir ausschliesslich hochwertiges und zertifiziert nachhaltiges Fischfutter. Der darin enthaltene Anteil an Fischmehl und Fischöl ist wertvoll, um die wichtigen natürlichen Fettsäuren unserem Fisch zur Verfügung zu stellen. Die Rohstoffe stammen aus ASC- und MSC-zertifizierten Quellen. Als «Medizin» verwenden wir ab und zu Sole. Das Salz hilft dabei, die Schleimhäute vorsorglich zu regenerieren.

Die Frische ist sicherlich ein grosser Vorteil Ihrer Produkte. Weshalb können sich die Kunden auch in Zeiten von veganen Lebensmitteln guten Gewissens für die Ostschweizer Fische entscheiden?

Einerseits spielt die Regionalität eine grosse Rolle. Fisch aus der Ostschweiz für die Region. Andererseits handelt es sich um ein traditionelles und ehrliches Produkt. Zum Beispiel benötigen wir für unsere Räucherfische neben unserem frischen Fisch nur zwei Zutaten: Schweizer Salz und reines Buchenholz.

Mehr Fisch
Hier geht's zum vollständigen Interview:



Gewusst wie: Nachhaltiger wirtschaften als KMU

Nachhaltigkeit beschäftigt viele KMU. Wir haben darum einen Leitfaden entwickelt, damit KMU (noch) nachhaltiger wirtschaften können. Darin finden KMU praxisorientierte Inspiration, Anleitungen und Ressourcen, um die eigenen Geschäftstätigkeiten nachhaltiger zu gestalten.

Oft fehlen der Überblick und Beispiele von KMU für KMU

Nachhaltigkeit tangiert uns alle und der Handlungsbedarf ist gross – auf persönlicher wie auch auf Ebene der KMU und Grossunternehmen. Einige KMU handeln aus einer moralischen Vernunft und Verpflichtung. Andere wiederum handeln aus ökonomischem Kalkül, damit Kosten eingespart werden können, oder merken den Druck von Grossunternehmen, die mehr Nachhaltigkeit fordern. Es kann zudem davon ausgegangen werden, dass Regularien, die mehr Nachhaltigkeit erfordern, zunehmen werden. Auch der Fachkräftemangel leistet seinen Beitrag, da die Arbeitgeberattraktivität durch Massnahmen im Bereich der Nachhaltigkeit erhöht werden kann.

Nun stellt sich für viele KMU die Frage, wie vorgegangen werden kann, denn es fehlt oft an Überblick und pragmatischen Beispielen von KMU für KMU. Hier schliesst der neue, kostenlos verfügbare Nachhaltigkeitsleitfaden des KMU-Instituts der Universität St. Gallen und der OBT AG an, aus dem wir folgend einige Aspekte erläutern.

Ein pragmatisches Vorgehen

Prinzipiell gibt es für KMU zwei Herangehensweisen, die Nachhaltigkeit des eigenen Unternehmens zu steigern: pragmatisch oder systematisch. Für manche KMU kann zu Beginn der pragmatische Weg der richtige sein. Dazu wird erstens festgelegt, welches Nachhaltigkeitsverständnis das Unternehmen hat: Wieso sollen Nachhaltigkeitsmassnahmen entwickelt werden und was wird unter Nachhaltigkeit verstanden? Zweitens kann der Status quo mit einfachen digitalen Nachhaltigkeits-Checks bzw. Tools zur Selbstevaluation erfasst werden, um Handlungsbedarf zu identifizieren. Drittens können daraus Ziele und Massnahmen auf Basis des identifizierten Handlungsbedarfs entwickelt werden. Für wiederum andere KMU ist ein systematischeres Vorgehen genau richtig. Die zwei Herangehensweisen müssen sich aber nicht ausschliessen. Es ist häufig empfehlenswert, eine pragmatische Vorgehensweise früher oder später mit einer gewissen Systematik zu versehen.

Überblick über Standards und Zertifizierungen

Es handelt sich bei Nachhaltigkeitsstandards und -zertifizierungen im Wesentlichen um Grundsätze, Leitlinien, Selbstverpflichtungen oder Managementnormen. Einige der wichtigsten Standards sind die Sustainable Development Goals (SDGs), ISO 14001 mit Fokus auf umweltbezogene Fragestellungen oder die Global Reporting Initiative (GRI) für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Eine zumindest grobe Auseinandersetzung mit diesen Standards stellt



eine empfehlenswerte Grundlage dar, wobei es viele weitere gibt, die etwa einen Branchen- oder einen Produktfokus haben. Datenbanken wie standardsmap.org oder labelinfo.ch können dabei helfen, einen Überblick zu gewinnen. Es lohnt sich zudem, relevante Unternehmen nach ihren Erfahrungen mit bestimmten Standards und Zertifizierungen zu fragen.

Externe Unterstützung

Es gibt verschiedene Möglichkeiten der Unterstützung, wie Verbände (z.B. öbu) oder Nachhaltigkeitsprogramme (z.B. Swiss Triple Impact), die Leistungen teils kostenlos oder zu KMU-freundlichen Preisen bieten. KMU schätzen bei diesen Angeboten vor allem den Austausch, das Aufzeigen von Massnahmen und das Benchmarking mit anderen Unternehmen.

Beispiele möglicher erster Massnahmen

Folgende Massnahmen im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit können sich schnell rentieren: die Prüfung des Abfalls auf Wiederverwendung und auf Verschwendung, ein Ressourcenrundgang mit einem Energie- oder Umweltexperten durch den Betrieb oder die Grobschätzung des CO₂-Fussabdrucks mittels kostenloser Online-Rechner zur Identifikation der eigenen Hotspots. Mit Letzterem können die grössten Stellhebel identifiziert werden, d.h., wo am meisten CO₂-Emissionen entstehen. Insbesondere im Bereich der Emissionsminderung und Energienutzung sind einige Leistungen und

Projekte förderungsfähig. Um einen Überblick über etwaige Förderungen zu gewinnen, empfehlen sich Förderdatenbanken wie www.energiefranken.ch.

Vertiefte Emissionsbilanz

Bei einer weiterführenden vertieften Emissionsberechnung werden für das ganze Unternehmen oder einzelne Produkte und Dienstleistungen Emissions- bzw. Ökobilanzen erstellt, die typischerweise Emissionsquellen nach Scope 1 bis 3 umfassender und detaillierter berücksichtigen. Scope 1 bezeichnet die direkten Emissionen wie den Verbrauch von Öl oder Gas für die Heizung oder Benzin für die eigene Fahrzeugflotte. Scope 2 befasst sich mit den indirekten Emissionen aus eingekaufter Energie (z.B. zugekaufter Strom). Scope 3 geht noch weiter und beschreibt die indirekten Emissionen innerhalb der Wertschöpfungskette, die nicht durch Scope 2 abgedeckt werden. Dazu zählen vorgelegte und nachgelagerte Emissionen wie etwa Geschäftsreisen, das Pendeln der Mitarbeitenden, Transport und Vertrieb der eigenen Produkte, Emissionen von Cloud-Anbietern oder aus der Verwendung der verkauften Produkte und Dienstleistungen.

Für weitere (z.B. Kreislaufwirtschaft, digitale Instrumente, sonstige Massnahmen) und vertiefte Informationen kann der Nachhaltigkeitsleitfaden für KMU kostenlos heruntergeladen werden unter: <https://www.obt.ch/de/nachhaltigkeit/>



Gerber und die dummen Werber

Gerber kocht. Wieder einmal. Aber nicht mit seinem Altherrenclub beim monatlichen Männerkochabend, sondern im Büro. Wegen seinen «Mitbe-Werbern». Diese dämlichen Typen! Diese unterbelichteten Schwarz-Weiss-Seher! Diese ... echt jetzt – geht's noch?!? Die pitchen for free, für nix, gratis, graaaaaatis! Gerber holt Luft. «Du sollst dich doch nicht so aufregen», sagt seine Frau immer, «denk an dein Herz.» Recht hat sie. Und eigentlich bin ich ja selber schuld, denkt sich Gerber.

Hätte er nur auf seinen Vater gehört. Der hat ihm einst geraten, Optiker zu lernen. Das sei ein krisensicherer Beruf. Denn Brillen bräuchten Menschen immer, sagte sein Vater. Aber Gerber wollte unbedingt Werber werden, wie sein Onkel aus Zürich. Das war ein richtig cooler Typ, damals, Anfang 80er-Jahre. Im schwarzen Saab Turbo Cabriolet kam er angerauscht, rauchte dicke Zigarren, redete immer lautstark, hatte ein Boot auf dem Zürichsee und eine IWC am Handgelenk. Alles in allem fast so gut wie James Bond. Und ebendieser Werber-Onkel war Gerbers Vorbild. Wegen ihm wurde Gerber Werber. Und das ist er bis heute. Nur ist heute fast alles anders als damals. Der Filmtitel «Die fetten Jahre sind vorbei» könnte genauso gut als Überschrift über der Branche stehen. «Und daran sind wir Werber selber schuld, wir Dummen», sinniert Gerber.

Kann man im Restaurant den Koch zuerst einmal Probekochen lassen und schauen, wie es einem schmeckt? Je nachdem bleibt und zahlt man – oder auch nicht? Muss der Holzbauer das halbe Haus bauen, bevor ich mich vielleicht für ihn entscheide? Beahlt man den Friseur nur, wenn die Frisur gefällt? Nein, nein und nochmals nein. Nur wir dummen Werber müssen uns dauernd beweisen, müssen Hunderte von Stunden in Vorleistung gehen, Logos gestalten, Kreativrouten entwickeln, Kampagnen aufzeigen. Um damit vielleicht einen neuen Kunden zu gewinnen. Oder auch nicht. Dann lassen wir uns abspesen mit einem lumpigen Pitch-Honorar.

«Lass dir das doch nicht bieten», meint seine Frau immer. Recht hat sie. Eigentlich. Denn der Hase läuft nun mal so in unserer Branche. Wäre er Optikermeister geworden, hätte er das Problem nicht. Aber vielleicht ein paar andere, namens Fielmann, Brillendiscout und Co. Und überhaupt: Gerber ist immer noch gerne DER Werber. Trotz allem.

Andreas Felder
REMBRAND AG
www.rembbrand.ch

Ich gehe daher davon aus, dass die hohe Inflation rasch wieder verschwinden wird. Dennoch müssen wir damit rechnen, dass es mehr Zeit und stärkere Zinserhöhungen braucht, als aktuell gemeinhin erwartet wird. Trotzdem dürfen wir optimistisch sein, dass der Inflationsschub nur ein kurzzeitiges Phänomen sein wird.

Dr. Michael Steiner
Vorsitzender der Geschäftsleitung
acrevis Bank AG
michael.steiner@acrevis.ch

Die Inflation: Gekommen, um zu bleiben?

Während Jahren herrschte Angst vor der Deflation, also vor sinkenden Preisen. Doch nun ist es anders gekommen: Die Güterpreise steigen spürbar, die Inflation ist zurück. Eine erhöhte Güternachfrage aufgrund von Corona-Nachholeffekten, einer ultralockeren Geldpolitik und Fiskalprogrammen trifft auf ein knappes Güterangebot aufgrund von Lieferengpässen. Diese Kombination führt zu steigenden Preisen – in den letzten 12 Monaten in den USA rund 8 %, in Europa mehr als 10 %, in der Schweiz rund 3 %.

Geldentwertung, Planungsunsicherheit, existenzielle Kaufkraftverluste: Die Schäden der Inflation sind aus den 70er-Jahren hinlänglich bekannt. Es stellt sich daher die zentrale Frage, wie lange wir uns diesmal auf diese viel zu hohen Inflationsraten einstellen müssen. Auch hierzu bieten wissenschaftliche Analysen der 70er-Jahre klare Erkenntnisse: Die Inflation bleibt so lange, wie die sogenannte Lohn-Preis-Spirale läuft – höhere Preise führen zu höheren Löhnen, dies wiederum zu höheren Preisen usw.

Diese Spirale rasch zu unterbrechen bzw. gar nicht erst aufkommen zu lassen ist somit oberstes Gebot. Dafür gibt es gemäss Wissenschaft nur ein probates Mittel: eine restriktive Geldpolitik seitens der Notenbanken, was insbesondere steigende Zinsen impliziert. Da sich die Notenbanken – anders als in den 70er-Jahren – dieses Zusammenhangs sehr wohl bewusst sind, werden sie entschlossen handeln. Vor diesem Hintergrund werden die Zinsen auch in den kommenden Monaten weiter ansteigen. Dies dämpft die Nachfrage, was den Preisdruck und somit die Inflation senken wird.





Michèle Mégroz,
CEO der CSP AG



Wobei wird Ihnen so richtig warm ums Herz?

Bei Nebel mit einem spannenden Buch & guter Musik vor dem Kamin

Was macht Sie wütend?

Ignoranz von Fakten & Unehrlichkeit

Mit welcher bekannten Persönlichkeit würden Sie bei einer längeren Zugfahrt gerne das Abteil teilen?

Jemand der es schafft, mich zum Denken anzuregen, mich zu inspirieren. Bekannt muss er dafür nicht sein

Welchen Berufswunsch hatten Sie in Ihren Jugendjahren?

Wissenschaftliche Zeichnerin oder Försterin

Was möchten Sie unbedingt noch lernen oder unbedingt einmal in Angriff nehmen?

Kunstgewerbeschule (ochs mind. genügend Zeit für kreatives Gestalten)

Auf welches Ostschweizer Produkt können Sie nur schwer verzichten?

Da ich oft unterwegs bin, auf Stadler-Züge

Wohin ziehen Sie sich zurück, wenn Sie komplett abschalten möchten?

In die Natur. In der aktuellen Jahreszeit in den Wald zum Pilzen.

Welchen Film würden Sie jedem ans Herz legen?

Ich lese eher. Da finde ich „Thinking, Fast & Slow“ von Kahneman immer wieder gut

Welche Persönlichkeit aus der Ostschweiz verdient eine Auszeichnung?

Die Stadtgärtnerei: SG hat die schönste Stadtbepflanzung

Worüber sollten die hiesigen Medien unbedingt einmal berichten?

—



Design, Handwerk und Herzblut.

Das sind die Zutaten, die unsere Küchen einzigartig machen. Sprechen Sie mit uns über Ihre Traumküche.



B A U M A N N
Der Küchenmacher



Baumann AG Der Küchenmacher
St. Leonhardstrasse 78,
9000 St. Gallen, 071 222 61 11
www.kuechenbau.ch



Jetzt Probe fahren

Great things start with a smile

Die Ikone ist zurück. Der ID. Buzz Cargo bietet Elektromobilität in einer neuen Dimension. Multifunktional, voll vernetzt, mit grosszügigem Laderaum und Platz für zwei Europaletten. Voll mit innovativer Technologie, intelligenten Features und ganz viel Nachhaltigkeit. Ein Elektro-Bus für jedes Unternehmen, jede Flotte und den Arbeitsalltag von heute. **Wir freuen uns auf Ihren Besuch.**

VW ID. Buzz, 204 PS, 24.6 kWh/100 km, 0 g CO2/km, Kat.A

PP Autotreff

Arbonerstrasse 19
9300 Wittenbach SG
Tel. 071 292 32 12
www.ppautotreff.ch



Nutzfahrzeuge

Wort des Jahres



Smash, Bodenlos & Macher.

So lautet das Podest der beliebtesten Jugendwörter 2022.

Ich gönne den Jugendlichen ihre Sprache und staune immer wieder, wie sich Wörter in ihrer Sprache durchsetzen. Oft verschwinden sie aber so schnell, wie sie gekommen sind, und ich bin nicht unglücklich darüber, nicht jedes kennen und verstehen zu müssen.

Mein Wort des Jahres lautet: Frieden. Ziemlich langweilig?

Möglich. Aber ganz schön herausfordernd. Ich habe in meinem ganzen Leben noch nie so oft an Frieden gedacht wie in den vergangenen Monaten. Ich habe noch nie so regelmässig für Frieden gebetet, allein oder mit anderen. Ich habe mir noch nie so viele Gedanken darüber gemacht, was es bedeuten könnte, wenn bei uns Krieg wäre. Mir wurde immer wieder bewusst, wie privilegiert ich bin. Lange Zeit war er selbstverständlich. Natürlich gab und gibt es Streit und manchmal dauert es auch etwas länger, bis man sich wieder ehrlich die Hand reichen kann. Doch der Angriffskrieg in der Ukraine und das damit verbundene Leid hat eine Dimension angenommen, über welche ich mir vorher kaum Gedanken gemacht habe. Wenn ich an Frieden denke, denke ich immer wieder an das bekannte Gedankenspiel: Wenn ich mit allen Menschen, die ich kenne, in Frieden lebe, und wenn alle diese Menschen mit den Menschen, die sie kennen, in Frieden leben, und wenn diese Menschen ... dann müsste doch Frieden sein, oder nicht?

Die Ausrede, dass wir für den Frieden zwischen Ländern, Völkern und Nationen nichts tun können, lasse ich darum nicht gelten.

Frieden ist mein Wort des Jahres und auch für das neue Jahr, vor allem aber ein sehnlicher Wunsch.

**Andy Givel, Pallottiner
Pfarradministrator der
Seelsorgeeinheit Gossau**

**Hotel Hof Weissbad AG
Weissbad bei Appenzell
www.hofweissbad.ch**

Gastrotipp

Die Region noch authentischer näherbringen

«Wir sind innovationsfreudig und dürfen unseren Gästen eine perfekte Infrastruktur bieten», schwärmt Christian Huber, Restaurantdirektor im Hotel Hof Weissbad in Weissbad, von der Umgebung. Nach der sechswöchigen Schliessungszeit im August/September 2022 wurden viele Renovationsarbeiten durchgeführt. Nun erstrahle das Hotel in einem neuen Glanz. Die Bauprojekte Seminarpark und Badehaus werden 2023 fertiggestellt. So viel zum Ambiente. Doch was hat man letztlich für das leibliche Wohl auf der Karte? Was ist die Empfehlung? Hier muss Huber nicht lange überlegen: Original Appenzeller Siedwurst mit Chäässpätzli. «Bei uns im Hof Weissbad servieren wir die kleinen Siedwürstli, die extra für uns hergestellt werden, mit Chäässpätzli anstelle von Hörnli. Diese spezielle Rezeptur von Käthi Fässler ist seit vielen Jahren ein Klassiker und nicht mehr wegzudenken. Wir haben Gäste, die reisen extra aus Bern an für dieses kulinarische Erlebnis.» Dazu empfiehlt Huber den Hofwein. Ein 100% Sauvignon blanc von Christoph Schmid aus Berneck. «Viele würden einen Rotwein erwarten, ich jedoch finde zu diesem sättigenden Gericht einen erfrischenden Weisswein hervorragend.»

Ganz allgemein zeichne sich die Küche durch Beständigkeit, Regionalität und konstant hohe Qualität aus. «Durch unsere Kontakte haben wir langjährige Partnerschaften aufgebaut und können so den Gästen die Region noch authentischer näherbringen. Ich denke da an Kabier, Zikana, Wachtelfarm, Museggkäse, Mia's Forellen und Krebse, Hack aus Biertreber von der Brauerei Locher.»



Hier geht es zu den bereits erschienenen Kolumnen von Andy Givel.



«Wir heben Nachhaltigkeit auf eine völlig neue Ebene.»

An dieser Aussage ihres Vorstandsvorsitzenden Oliver Zipse lässt sich die BMW Group messen – und kann dabei auf ein starkes Fundament bauen. Denn das Unternehmen hat schon in den vergangenen Jahrzehnten konsequent auf Standards in Sachen Nachhaltigkeit gesetzt. Der Fokus liegt heute auf dem Reduzieren von CO₂-Emissionen und einer steigenden Ressourceneffizienz. BMW ist dabei auf zahlreichen Feldern aktiv. Zipse betont, dass BMW ganzheitlich denkt und vorgeht. Denn «die Ausrichtung wird in allen Ressorts verankert – von Verwaltung und Einkauf über Entwicklung und Produktion bis hin zum Vertrieb», sagt der BMW-Vorstandsvorsitzende. Das Prinzip der kontinuierlichen Verbesserung ist dabei der Leitfaden.

Der Anspruch geht aber noch viel weiter ...

Zipse meint: «Wir machen nicht Nachhaltigkeit bei BMW. Wir machen die BMW Group nachhaltig.» Das bedeutet mehr, als nur «grün» zu werden. Vielmehr geht es um das Zusammenreffen von Technologie, Einfallsreichtum und Unternehmergeist, um Lösungen zu entwickeln, die einen harmonischen Weg in die Zukunft weisen können. Die BMW Group setzt für die Zukunft klar auf das Prinzip der Zirkularität oder Kreislaufwirtschaft.

«In der konsequenten Umstellung auf eine Kreislaufwirtschaft liegt der Schlüssel zu einer nachhaltigeren Zukunft.»

Doch was bedeutet Kreislaufwirtschaft? Da viele Ressourcen begrenzt sind, muss sich die Wirtschaft radikal umstellen: vom linearen «take, make, waste»-Prinzip hin zu einer echten Kreislaufwirtschaft, in der nichts in den Müll wandert. Das Ziel der Kreislaufwirtschaft ist es, dass bestehende Materialien und Produkte so lange wie möglich instand gehalten,

wiederverwertet, repariert und geteilt werden. So wird die Umwelt nachhaltig geschont.

Nachhaltigkeit schon heute aktiv gelebt:

Die Ökobilanz von Elektroautos ist umstritten: Im Betrieb ist ihr CO₂-Abdruck kleiner als der eines Verbrenners, in der Produktion aber grösser. Die Fertigung von Elektrofahrzeugen belastet die Umwelt unter anderem aufgrund der verwendeten Materialien aus der Produktgruppe der seltenen Erden. Die BMW Group hat es mit der fünften Generation eDrive-Technologie geschafft, bei den Elektromotoren vollständig auf seltene Erden zu verzichten. Dies ist durch ein neues Konstruktionsprinzip gelungen, bei dem Magnetfelder die ansonsten üblichen Magnete ersetzen und somit diese Materialien unnötig machen. Die führende Entwicklungskompetenz der BMW Group sorgt dafür, dass die Elektromobilität noch nachhaltiger wird und die Umwelt bereits heute bei der Produktion entlastet.

Blick auf 2023:

**BMW iX1**

Im ersten Quartal 2023 erlebt der erste vollelektrische BMW iX1 seine Markteinführung. Er strahlt elektrisierende Entschlossenheit aus und inspiriert mit seiner Funktionalität und Vielseitigkeit, auch im Alltag neue Wege zu gehen. Die im Hochvoltspeicher des neuen BMW iX1 verbauten Rohstoffe Kobalt und Lithium stammen aus verantwortungsvollem Abbau und der Motor des neuen BMW iX1 kommt ganz ohne seltene Erden aus.

Die neue MINI-Modellgeneration

Elektrisch, digital, nachhaltig und unverwechselbar: Die neue Modellgeneration von MINI führt den Fahrspass, das Nutzererlebnis und die verantwortungsbewusste Haltung der Marke in eine neue Ära. Die MINI-Modelle der Zukunft verbindet ein modernes und puristisches Exterieur- und Interieurdesign, das sich auf das Wesentliche konzentriert. Darin spiegelt sich das bereits beim «classic MINI» verwirklichte Prinzip der kreativen Raumnutzung wider. Im vierten Quartal 2023 geht der Vorhang für die neue Generation MINI auf. Folgen Sie uns auf den sozialen Medien oder besuchen Sie regelmässig unsere Website. 2023 wird ein begeisterndes Jahr werden.



- Die Treibhausgasemissionen werden aufgrund wissenschaftlich fundierter CO₂-Einsparpläne reduziert.
- Nachhaltige Autos bauen bedeutet: Die CO₂-Emissionen je Fahrzeug sollen über den gesamten Lebenszyklus um mindestens ein Drittel gesenkt werden.
- Die CO₂-Emissionen in den eigenen Produktionsanlagen sollen weltweit um 80 Prozent reduziert werden.
- Die Kreislaufwirtschaft gilt als Ziel für den Umgang mit Ressourcen.
- Als eigener Anspruch wurde formuliert, dass BMW über die nachhaltigste Lieferkette der gesamten Branche verfügen soll.
- Bei der Alpina Group ist dies alles live erlebbar. Mit drei Standorten sind wir der grösste BMW- und MINI-Partner in der Ostschweiz.

In der Ostschweiz bei der Alpina Group live erleben

Die Alpina Group ist stolz, mit ihren Standorten St. Gallen, Widnau und Chur ihr kompetenter BMW- und MINI-Partner in der Ostschweiz zu sein. Vor Ort sind die innovativen und begeisternden Produkte der Marken BMW und MINI live erlebbar. Besuchen Sie uns an einem unserer Standorte und lassen Sie sich die Details zeigen – oder noch besser: Lassen Sie sich direkt auf einer Probefahrt überzeugen.

**ALPINA GROUP**

St. Gallen | Widnau | Chur

www.alpinagroup.ch

St. Gallen T +41 71 282 49 60

Widnau T +41 71 727 20 40

Chur T +41 81 287 10 10



Warum es kein «Überreagieren» gibt



Es war ein ganz normaler Donnerstagabend. Ich habe mich frisch geduscht, meine Beine rasiert, das Essen war am Kochen und sogar die Kerzen habe ich angezündet für die gemütliche Stimmung. Alles war perfekt für mein Date zu Hause. Alles, was noch fehlte, war mein Date. Er war schon zehn Minuten zu spät. Er weiss genau, wie ich es hasse, wenn er zu spät zu einer Verabredung auftaucht. Nur eine kurze Nachricht auf meinem Handy leuchtet auf. Er schafft es nicht vor 10 Uhr abends. Ich soll doch schon alleine essen. Na toll, alles für nichts.

Als er dann endlich bei mir auftaucht, hat er kein Hemd an, wie ich erhofft hatte. Er kommt in Trainerhosen. Das war der Moment, an dem ich mich nicht mehr zurückhalten konnte und meine ganze Frustration an ihm ausgelassen habe. Der Höhepunkt unserer lautstarken Auseinandersetzung gipfelte in seinen Worten: «Du reagierst über.» Ich glaube, zumindest jede Frau weiss, dass es nach diesen Worten nur noch schlimmer wird.

Etwas später am Abend, als die hitzige Diskussion beendet war, ist mir der Gedanke gekommen, ob er vielleicht recht hatte. Habe ich überreagiert?

Die Antwort ist: Nein. Kein Gefühl, das man fühlt, ist eine Überreaktion. So etwas gibt es nicht. Jedes Gefühl ist wichtig und das Konzept der Überreaktion zeigt nur, dass nicht jeder die Gefühle versteht.

Was ich damit eigentlich sagen will: Wichtiger dabei ist die Art der Kommunikation und nicht der Gedanke, dass Gefühle in dieser Situation übertrieben sind. Jedes Gefühl, das in einem aufkommt, hat es verdient, wenigstens anerkannt zu werden, und soll darauf hinweisen, dass man in dem Moment einfach kurz pausieren soll. Und dann stellt man sich womöglich die Frage: Wieso fühle ich mich gerade so?

Lea Müller (*2001) ist Studentin in Fribourg. Sie interessiert sich für Sport und schreibt seit ihrem 12. Lebensjahr Geschichten.

Fabulierte Konversationen



Wann haben wir als Kollektiv eigentlich determiniert, dass wir nur noch ordinäres, belangloses Vokabular utilisieren sollten? Oder auch: Wieso ignorieren wir all die aussergewöhnlichen Wörter, die unsere Sprache ausschmücken könnten, und beschränken uns auf nichts aussagendes Gelabere?

Ich möchte hier auch den Begriffen, die nur begrenzt Aufmerksamkeit erlangen, einen Grund zum Existieren geben. All den Adjektiven und Verben, Adverbien und Substantiven, die in hinterste Schubladen vergraben werden und dabei fast vergessen gehen.

Wieso also ist ein Gericht einfach nur lecker, wenn es auch exquisit sein könnte? Benutzt ein Professor nicht elitäre Sprache, anstatt einfach nur kaum verständlich seine Vorlesungen abzuhalten? Sind gute Geschichten nicht eigentlich absurd, oder manchmal sogar kafkaesk?

Und anstatt nur zu reden, sollten wir nicht artikulieren? Anstatt zu wollen, zu präferieren?

Anstatt zu flirten, zu bezirzen und anstelle von Klauen etwas mopsen?

Nein, mopsen ist natürlich strengstens illegitim. Rätsel kann man nicht nur lösen, sie sind zu dekomponieren. Ermüdende Partys muss man nicht einfach verlassen, sondern man kann sich auch von ihnen distanzieren. Nur bei Überraschungsfeiern, da ist hoffentlich jemand kräftig frappiert. Und in Angelegenheiten kann man nicht nur eingreifen, sondern auch intervenieren. Wenn dies denn adäquat erscheint.

Das meist präferierte Wort meines Erachtens ist das Verb «fabulieren». Fabulieren heisst, fantasievoll sein, lebendige Geschichten erzählen, etwas mit Details und Worten ausschmücken.

Ich wünschte, wir fabulierten mehr. Und das auch in unseren alltäglichen Konversationen.

Lea Tuttlies (*2002) aus Amriswil ist angehende Studentin.

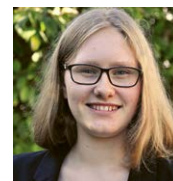
My body, my choice!

Als ich das erste Mal von den Abtreibungsprotesten, die in Basel im Oktober stattfanden, mitbekommen habe, dachte ich, ich müsse mich verhöhrt haben. Wir sind hier ja schliesslich nicht in den USA. Aber es war wahr. Eine Gruppe der Organisation «Jugend für das Leben Schweiz» protestierte gegenüber vom Basler Unispital mit der Kampagne «40 Tage für das Leben». Eine Gebetskampagne, die ursprünglich aus den USA kommt. Auf ihrer Website listen sie auf, was sie seit 2004 bereits in den USA bewirkt haben. Das umfasst angeblich, dass sie 22 000 Abtreibungen verhindert, 224 Mitarbeiter von Abtreibungskliniken zur Kündigung getrieben und 120 Abtreibungskliniken geschlossen haben. Etwas, das durch diese Kampagne auch hier in der Schweiz erreicht werden soll.

Ich kann es fast immer noch nicht glauben, dass das hier wirklich passiert. Und das auch noch von einer Organisation, die ausdrücklich aus jungen Leuten von 15 bis 40 besteht. Gegen ein Gesetz ankämpfen, das vor 20 Jahren in Kraft

gesetzt wurde, nachdem Jahrzehnte lang dafür gekämpft wurde... In welcher Zeit leben wir eigentlich? Erst wird in den USA «Roe vs Wade» aufgehoben und jetzt haben wir auch hier wieder Abtreibungsproteste in der Schweiz?

Glücklicherweise ist es in der Schweiz nicht so einfach, dieses Gesetz aufzuheben. Bei 72 % Zustimmung im Jahr 2002 für das Abtreibungsgesetz habe ich auch das Vertrauen in die Schweizer Bevölkerung, dass diese Kampagne nicht wirklich etwas erreichen wird. Trotzdem ist es schockierend, dass es überhaupt dazu kam, und es kann einem Sorgen bereiten, wo uns die Zukunft noch hinführen wird, mit allem, was gerade in der Welt geschieht. Deshalb noch einmal deutlich: Das Recht auf Abtreibung ist ein Menschenrecht! Jeder hat das Recht, Entscheidungen über seinen eigenen Körper zu treffen! MY BODY! MY CHOICE!



Sarah Roth (*2001) aus Diepoldsau studiert in Basel Geschlechter- und Medienwissenschaften.



Alle bereits publizierten Artikel der jungen Ostschweizerin finden Sie hier.



Roman Schmid, geboren 1969 in Augsburg, lebt seit 1994 in Heiden. Der hauptberufliche Physiotherapeut ist ein leidenschaftlicher Natur- und Reisefotograf. Seit 20 Jahren sucht er den «Magic Moment». Für «Die Ostschweiz» präsentiert er regelmässig einen Einblick in sein Schaffen. Sein aktuelles Vortragsprogramm ist unter www.romanschmid.com aufgeführt.

Frau aus Sand

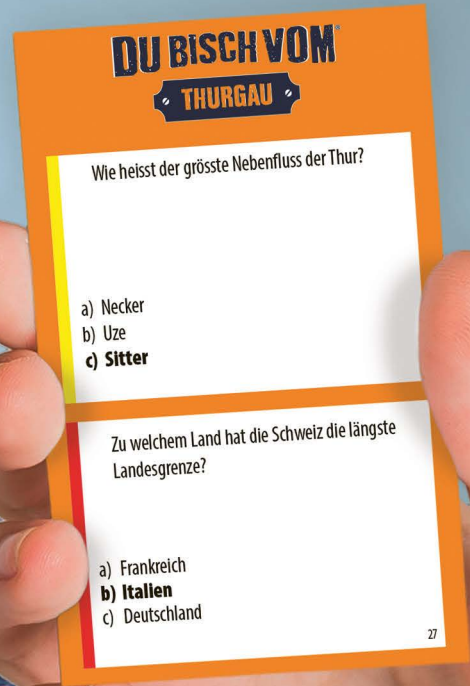
Küstenwüste in Peru. Die Unberührtheit der nichtbelebten Natur kann berühren. In diesem Falle tut die Sanddüne dies besonders, weil sie einem Frauenkörper gleicht.

Der Bauch und das angestellte Bein lassen der Fantasie des Betrachters freien Raum.

Dieses doch recht wichtige Detail an diesem Bild fällt mir erst zu Hause am Computer auf.



WIE GUT KENNST DU DEIN THURGAU? BEWEISE ES!



Wie heisst der grösste Nebenfluss der Thur?

a) Necker
b) Uze
c) Sitter

Zu welchem Land hat die Schweiz die längste Landesgrenze?

a) Frankreich
b) **Italien**
c) Deutschland



ERHÄLTlich BEI:

MANOR


Pius Schäfler
seit 1965

Müller


ENTDECKEN SIE DIE NEUEN ELEKTRIFIZIERTEN FIAT MODELLE



JETZT BEI UNS PROBE FAHREN

FIAT

Liga[®]

Toggenburgerstrasse 146 | 9500 Wil | www.liga.ch