

Investitionen



Assistant Holcim Group Supervisor
Member ABB Group Executive
Chong, HSG (v.l.n.r.). Amita-

amerika zeigt, dass der indische Subkontinent von über der Hälfte der Führungskräfte als bevorzugter Standort zur Steigerung der Kosteneffizienz genannt wird.

Ergebnis wirtschaftlicher und struktureller Reformen

Die erste Welle «New Industrial Policy Act» wurde Anfang der 90er Jahre zur Bekämpfung der Finanzkrise initiiert und führte zu einer wiederkehrenden Stabilisierung der Wirtschaftslage des Landes. Die zweite Reformwelle Ende der 90er Jahre setzte den kontinuierlichen Transformationsprozess Indiens zu einer marktorientierten Wirtschaftsordnung fort und bedingte nicht zuletzt die Liberalisierung und Deregulierung von Märkten, die stufenweise Aufhebung der Handelsrestriktionen und des indischen Lizenzsystems. (S.M.)

Informationen und Impressionen über www.arc.unisg.ch

1000 Teilnehmende am 4. Schweizer KMU-Tag in St.Gallen

«Mittlerweile gibt es keinen Anlass mehr - und ich rechne Hochzeiten, Familientreffen und Beerdigungen mit ein - wo ich mehr Leute kenne als am KMU-Tag», sagte Urs Fueglistaller, Präsident des Patronatskomitees und geschäftsführender Direktor von KMU-HSG, in seiner Begrüssung.

Nach 700 Teilnehmenden im ersten Jahr, je 850 in den beiden letzten Jahren konnte er als «Kopf» der Veranstaltung nun über 1000 Gäste in der Olma-Halle in St.Gallen begrüssen. Der Schweizer KMU-Tag hat sich damit zum wohl wichtigsten Anlass für KMU in der Schweiz entwickelt. Zugleich ist es der grösste Anlass, den die Universität St.Gallen und ihre Institute für die Unternehmenspraxis organisieren.

Ansichten zu Werten

Die ReferentInnen gingen in ihren Vorträgen die Wertefrage aus ganz unterschiedlichen Perspektiven an. Nicht unerwartet setzte der Werber und Fernsehmann Frank Baumann in seiner ihm eigenen Art besondere Schlaglichter. Auf der anderen Seite Gerhard Schwarz, Leiter der Wirtschaftsredaktion der NZZ, der den Vertrauensschwund in der Gesellschaft in längerfristigen Trends begründet sieht. Er nannte den Hang zur Grösse, die zunehmende Anonymisierung der Gesellschaft und den zunehmend rascheren und umfassenderen Wandel aller Lebensbereiche als Ursachen. Zur nicht einfachen Rückgewinnung von Vertrauen gelte es, Abläufe so zu gestalten, dass sie den Menschen Sicherheit vermitteln könnten. Schliesslich sei es aber die Glaubwürdigkeit von Menschen selber, so Schwarz, welche eine liberale Wirtschaftsordnung prägen solle.

Marken schaffen Vertrauen

Torsten Tomczak, Direktor des Instituts für Marketing und Handel an der HSG, umriss «Marken als vertrauensbildendes Element bei KMU». Nicht allein Produktmarken, sondern auch der Corporate Brand und das gelebte Internal Branding sind für ihn Erfolgsfaktoren. Aus dem Referat von Francesco Illy über den Wert der «Freude» im Unternehmen, spürte man diese Freude geradezu heraus. Der Kaffeeunternehmer begreift die unternehmerischen Herausforderungen als sinnlichen Genuss. Fides P. Baldesberger, Verwaltungsratspräsidentin der Outils Rubis SA im Tessin, plädierte für eine gelebte Glaubwürdigkeit trotz des Wandels. Als Unternehmerin, die selber immer wieder in sich wandelnden Spannungsfeldern aktiv ist, konnte sie am Schweizer KMU-Tag nachvollziehbar von eigenen Erfahrungen berichten.

Der nächste KMU-Tag findet am 26. Oktober 07 wieder in St.Gallen statt. (W.W.)



Der grösste Anlass seiner Art in der Schweiz: Der KMU-Tag unter dem Patronat des KMU-HSG.