

KMU-City St.Gallen



Gastgeber Urs Fueglistaller veranschaulicht das Scheuklappenmodell.



Moderator Salzgeber muss nur einmal die gelbe Karte zeigen:
 Ausgerechnet Urs Meier.



v.l. Urs Meier, Roger Schawinski, Rainer Maria Salzgeber

Von Ruedi Stricker

Der KMU-Tag in St. Gallen steht im Zeichen der Innovation: **Prof. Dr. Urs Fueglistaller** demonstriert ein auf der Basis der Dreiachsentechnik entwickeltes, unzerbrechliches Scheuklappenmodell, mit dem stufenweise die Wahrnehmungs- und Kommunikationsbereitschaft verstellt werden kann. Materialisierung und Aufdruck offenbaren eine vorherige Verwendung als Behälter für Weinflaschen. Implizit wird empfohlen, bis zur Marktreife des Geräts nicht zu warten, sondern ab sofort vermehrt mit den Kunden zu reden.

Rainer Maria Salzgeber, der Schweizer Sportjournalist des Jahres 2008, kommt als Moderator des Tages ebenfalls nicht mit leeren Händen: Sein Werkzeug sind eine gelbe und eine rote Karte, wobei er schon am Vormittag darauf hinweist, die letztere sei für Roger Schawinski reserviert, und zwar wegen massiven Überschreitens der Redezeit. Wir werden sehen.

Banker kennen den Begriff Logistik nicht. Folgerichtig erscheint **Dr. Beat Bernet** mit nichts in der Hand, aber viel im Kopf: Keine Kreditklemme, jedoch eine Verschärfung der



Konditionen. Wir lernen, wie die Bank den Zinssatz für einen Kredit kalkuliert und welche Rolle dabei das Ausfallrisiko spielt. Wichtigste Konklusion für den Unternehmer: Lernen Sie die Bank verstehen. Geben Sie aber auch der Bank die Chance, Ihr Geschäft zu verstehen. Applaus erntet er, weil ein paar Besucher meinten, im Zusammenhang mit einer grossen Bank den Satz gehört zu haben «Ein Engagement in Schrottpapieren ist kein unternehmerisches Risiko.»

Und was bringt uns **Ruedi Noser**, der Alleininhaber und CEO der gleichnamigen Gruppe mit? Erstens: Ohne Moral gibt es im Geschäft kein Überleben. Zweitens: Allein mit Moral ist auch kein Geschäft zu machen. Drittens: Pragmatik ist besser als Sektiererei. Welcher Unternehmer kann immer erwarten, dass sich alle Kunden und Mitarbeiter an die gleichen Werte halten? Als Nationalrat weiss er, wovon er spricht.

Halbzeit

Die Halle wird geheizt, die Bäuche ebenfalls, glücklich, wer die Winterausrüstung angezogen hat. Als Kompensation für die eingetretene Gemütlichkeit kommt ein unangenehmes Thema auf: Salzgeber sucht Masochisten, die gern zum Zahnarzt gehen. Auf der Bühne stehen zwei Unternehmerinnen, die es weit gebracht haben, obwohl alles gegen sie sprach: ausländische Herkunft, jung, schön, intelligent und weiblich. **Haleh und Golnar Abivardi**, Gründerinnen des 365 x 24-Stunden-Zahnarztzentrums in Zürich mit Filialen in St. Moritz und London. Und was lernen wir von diesen zwei Schwestern? Erstens: Wer beim Zahnarzt bar zahlt, erlebt den Schmerz nur einmal. Zweitens:

Man kann jetzt auch Implantate leasen. Drittens: Die Schweiz hat neben Schokolade ein neues Aushängeschild: «Swiss Smile». Passt besser zu Schokolade als Sackmesser und andere Waffenexporte.

Roman Tschäppeler dividiert auf einer Schieferplatte das Universum zu zweidimensionalen Mikrowelten. Mit den Parametern «Geldwert» und «Persönlicher Wert» beschreibt er vier Karten: 1. Die Visitenkarte für Leute, die den Namen des Gesprächspartners nicht auswendig lernen wollen. 2. Die Kreditkarte mit grossem monetärem Hebel und erheblichen Nebenwirkungen. 3. Die Postkarte mit vernachlässigbarem monetärem, jedoch umso grösserem menschlichem Wert. 4. Die Green Card als nicht übertragbare Teilstaatsbürgerschaft der USA.

Der unparteiische **Urs Meier** hat die gleichen gelben und roten Werkzeuge wie R. Salzgeber. Er geht schnell, entscheidet schnell und spricht schnell, kassiert dann aber doch noch die Rote: Das Mitteilungsbedürfnis war grösser als das mathematische Produkt aus Wortmenge und Redezeit.

Den Endspurt macht **Roger Schawinski**, noch immer ausgestattet mit dem inneren Feuer des Medienbefreiers. Erste Erkenntnis: Es braucht klare Botschaften an die Mitarbeitenden. Zweitens: Es ist nicht verboten, eine vermögende Frau zu heiraten. Drittens: Man muss auch wissen, wann man loslassen sollte: Wenn man den Reingewinn eines Privatfernsehsenders (Sat1) auf 200 Millionen Euro katapultiert hat.