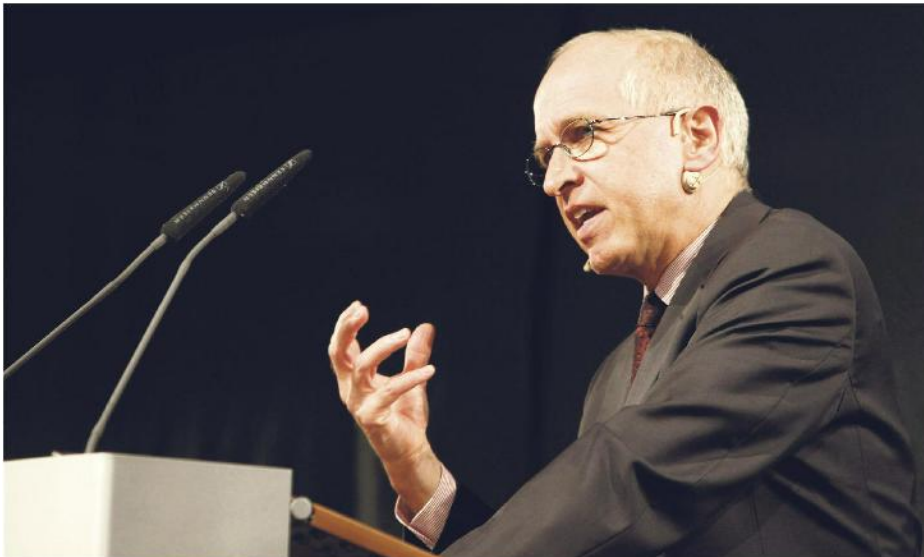


Von Werten unterm Sahnehäubchen



Unternehmenskultur als «Geheimnis» des Erfolgs: Hilti-Verwaltungsratspräsident Pius Baschera.

Die Finanzkrise hat eine Debatte über den Turbokapitalismus entfacht. Gestern erreichte sie die Ostschweiz. Das Rheintaler Wirtschaftsforum in Widnau geriet zum Plädoyer für verloren gegangene Werte als nachhaltige Wirtschaftsfaktoren.

Von Wolfgang Frey

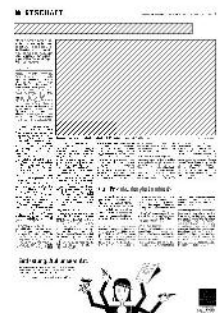
Widnau. – Die globale Finanz- und Wirtschaftskrise hat dem Turbokapitalismus der vergangenen zwei Jahrzehnte die Maske von der Fratze gerissen: Die «Gier der Banker» ist längst sprichwörtlich geworden, die Klage über den Werteverlust im Wirtschaftsleben gebetsmühlenhaft. Beim 16. Rheintaler Wirtschaftsforum in Widnau unter dem Titel «Neue Wirtschaft – alte Werte» begnügten sich die Referenten aus Wirtschaft und Politik gestern nicht mit Klagen. Stattdessen machten sie deutlich, dass Wirtschaft und Politik, Unternehmensführung und das Agieren auf den Märkten der Welt ohne Werte auf lange Sicht nicht erfolgreich funktionieren kann.

Zauberlehrlinge und ihre Meister

Der Schweizer Nationalrat und FDP-Präsident Fulvio Pelli ging mit dem «Machtrausch von Bankern» scharf ins Gericht. Zugleich machte er klar, dass die Banker, die mit ihren Fehlspekulationen die Weltwirtschaft an den Abgrund geführt haben, nicht die einzigen Schuldigen an der «ersten grossen Krise der globalisierten Wirtschaft» sind.

«Diese Zauberlehrlinge waren nicht allein, sie hatten willige Helfer», sagte Pelli. Dazu zählten die Zentralbanken, die die Geldschleusen geöffnet hätten, und die Politiker, die in den USA getreu dem Motto «Erzähle den Leuten, was sie hören wollen», ungeachtet fehlender Jobs oder Sicherheiten jedem sein Eigenheim versprochen hätten.

Gelemt habe die Welt daraus noch nicht: «Die Banker träumten schon wieder von überzogenen Boni, die Geldschleusen sind offener denn je und die Schuldentürme der Staaten wachsen», sagte Pelli. Der «Weg in die Hölle» sei allseits «mit guten Vorsätzen gepflastert». Ob diese ausreichend



ten, sei allerdings fraglich, so der Politiker. Schon in den nächsten fünf Jahren werde die Welt die nächste Krise erleben, ausgelöst durch die Überschuldung der Staaten. «Auch für Staaten gilt: Schulden müssen bezahlt werden», unterstrich Pelli.

Verantwortung als Schlüssel

Der Schlüssel zum Ausweg aus dem Dilemma sei eine neue Kultur der Verantwortung. Pelli forderte «die Besinnung auf einen einzigen Wert: Verantwortung. Verantwortung des Einzelnen, Verantwortung der Wirtschaft und Verantwortung der Politik.» Jeder habe im Rahmen seiner Möglichkeiten die Pflicht, Schaden abzuwenden, sagte der Politiker.

Pius Baschera, Verwaltungsratspräsident des Liechtensteiner Bautechnologiekonzerns Hilti, machte die Pflege der Unternehmenskultur als einen der wichtigsten Faktoren der unternehmerischen Verantwortung aus. Bei Hilti sei eine über alle Hierarchien hinweg gelebte Unternehmenskultur zudem der «wichtigste Treiber für den Unternehmenserfolg».

Das «Geheimnis» dieses Erfolgs bestehe darin, Werte im Unternehmen nicht nur zu definieren, sondern diese auch im täglichen Leben im Unternehmen zu verankern, sagte Baschera. Als wichtigste Unternehmenswerte bei Hilti nannte Baschera Integrität, den Mut, «den Kreis der Gewohnheiten zu verlassen» und Teamwork. Nicht Produkte machten Unternehmen nachhaltig erfolgreich, sondern Menschen.

Erfolgsfaktor Zufriedenheit

Die regelmässigen Mitarbeiterbefragungen bei Hilti zeigten eine wachsende und hohe Zufriedenheit, sagte Baschera. Diese führe in der Konsequenz zu mehr Engagement fürs Unternehmen, zu einer höheren Kundenzufriedenheit und zu einem ver-

besserten Unternehmenserfolg. Die Entwicklung einer Unternehmenskultur sei kein «Projekt wie viele andere», sondern eine «nie enden wollende Reise». Auf ihr sei «der Weg das Ziel – nicht zum Selbstzweck, aber als Mittel zum Zweck».

Moritz Freiherr Knigge, deutscher Unternehmensberater und Nachfahre des zu Unrecht nur als als Benimm-papst bekannten Adolph Freiherr Knigge, unterstrich, dass eine Unternehmenskultur mit Leben erfüllt werden müsse. Fast jedes grössere Unternehmen habe Leitbilder, verfasst meist von Kommunikationsagenturen. «Da steht beinahe überall dasselbe drin», sagte er. Für die Mitarbeiter seien solche Leitbilder nur selten fassbar, weil sie oft nicht gelebt würden. Nur wenn Werte im Unternehmen spürbar seien, für alle, von der Geschäftsführung bis zum Portier, machten sie auch Sinn und blieben nicht nur leere Worthülsen.

«Der Fisch stinkt vom Kopf her»

Oft stelle er in seiner Beratungstätigkeit fest, dass Unternehmer glaubten, «wir müssen erst mal Geld verdienen, Werte sind dann das Sahnehäubchen». Leider werde völlig verkannt, dass Ehtik nicht in einer «völlig anderen Sphäre» stattfinde, sagte Knigge: «Wirtschaft ist Ethik, Wirtschaft ist Umgang untereinander.» Fehlende Menschlichkeit und gegenseitige Wertschätzung im Wirtschaftsleben führten zu Reibungsverlusten. «Das kostet Geld und könnte man das genau berechnen, würde man das sofort korrigieren», sagte Knigge. «Fangen Sie an, Wertschätzung im Unternehmen zum Programm zu machen», rief Knigge den Unternehmern im Saal zu. «Der Fisch stinkt vom Kopf her und wenn Sie selbst anfangen, ein gutes Vorbild zu sein, ist es leichter für alle anderen im Betrieb.»

«Ein Produkt, das glatt umhaut»

Die Brauerei Sonnenbräu ist gestern mit dem «Preis der Rheintaler Wirtschaft 2010» geehrt worden. Jury-Präsident Urs Fueglistaller würdigte in seiner Laudatio die «Bewahrung einer uralten Tradition, gepaart mit steter Tradition».

Widnau. – Die Traditionsbrauerei Sonnenbräu habe «ein wirklich tolles Produkt», sagte Fueglistaller, der zugleich Direktor des KMU-Instituts an der Universität St. Gallen ist, am Freitag bei der Preisverleihung anlässlich des 16. Rheintaler Wirtschaftsforums in Widnau. «Manche Leute behaupten sogar, dass das Produkt sie glatt umhaut», scherzte Fueglistaller.

Überzeugt habe die Jury die traditionelle und zugleich innovative Leistung des Unternehmens über fünf Generationen hinweg, so der Jury-Präsident. Sonnenbräu habe sich seit fast 120 Jahren im Wettbewerb behauptet und biete vielen Mitarbeitern «gute Arbeitsplätze».

«Ikonen des Rheintals»

Dazu gehöre Mut und ein «herausragender Unternehmergeist», sagte Fueglistaller. Die Brauerei und ihre Produkte seien «Ikonen und Wahrzeichen des Rheintals».

Die Brauerei wurde 1891 von Eduard Graf, Landwirt, Gemeinderatsschreiber und Gemeindeammann von Rebstein, gegründet. Sein Motto lautete: «Das frischeste Bier ist immer das beste.»

Aufschwung nach schweren Jahren

Nach schwierigen Zeiten in den Kriegsjahren erlebte die Brauerei nach dem Zweiten Weltkrieg einen Aufschwung. Der Bierausstoss wuchs, die Brauerei wurde vergrössert und modernisiert. Im Jahr 1968 wurde ein Neubau bezogen, die ersten «Sixpacks» kamen in den Verkauf. Zu den Spezialitäten der Rebsteiner Brauerei zählen unter anderem die Biere «Ländlegold» – gebraut aus Liechtensteiner Braugerste – und «Thurbobräu». (wfr)