

ORGANISATOR

Das Magazin für KMU ORGANISATOR.ch

10/
10

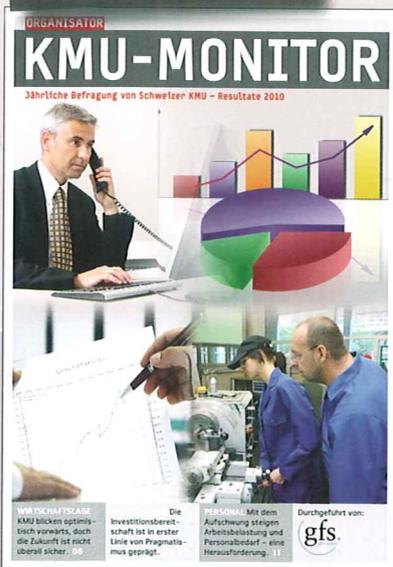
Gerade während der Krise hat es sich gezeigt, dass wieder viel mehr **auf einer Basis des gegenseitigen Vertrauens**

S. 11 aufgebaut wird.»

Pierin Vincenz
zum Verhältnis
zwischen KMU und Banken

DOSSIER:
KMU-SICHERHEIT
S. 25

MIT BEILAGE



KMU-TAG Was ein Unternehmen mit einem Orchester zu tun hat und was die Besucher am Schweizer KMU-Tag sonst noch erwartet. **10**

LEADERSHIP Investoren im Verwaltungsrat: Wer wirklich führt und wie die Zusammenarbeit zwischen Geschäftsleitung und VR funktionieren kann. **15**

MOBIL Die Welt ist zum Dorf geworden – auch für KMU. Dies hat Konsequenzen für das Arbeiten von unterwegs oder von zu Hause. **48**

MENSCH



Interview mit Miriam Blocher: «Das Original bleibt unerreich» **Seite 6**

SCHWERPUNKT KMU-TAG

Alles Harmonie? **Seite 10**

«KMU sollen sich auf ihr Geschäftsmodell konzentrieren» **Seite 11**

NACHGEFRAGT

Schweizer KMU-Tag richtet den Blick aufs Wesentliche **Seite 12**

LEADERSHIP

Heuschrecke küsst Pinguin – eine leidenschaftliche Affäre **Seite 15**

Auf dem Weg vom Ist- zum Soll-Zustand **Seite 18**

MARKETING

Was hat Marketing für einen Wert? **Seite 20**

Gestärkt aus der Krise: Erfolgsmodell für KMU **Seite 22**

ICT

Glasfaser: Das Netz der Zukunft wird heute gebaut **Seite 38**

Unternehmens-Fachbericht: Digital Signage – Multimediale Hingucker **Seite 40**

HRM

Teilzeitarbeit in der Chefetage: Illusion oder Realität? **Seite 44**

Sachbearbeiter/-innen: Neue Ausbildungsstufe ist bei Arbeitgebern gefragt **Seite 46**

MOBIL

Die Welt ist zum Dorf geworden – auch für KMU **Seite 48**

FINANZEN

Wettbewerbsrechtliche Bedeutung von Vertikalabreden zwischen KMU **Seite 50**

VERANSTALTUNGEN

«Die Umsetzung innovativer Wachstumsprojekte fördern» **Seite 54**

- | | |
|-----------------------|---------------------|
| Rubriken | ■ Kompakt 24 |
| ■ Editorial 3 | ■ Markt 56 |
| ■ Szene 4 | ■ Service 57 |
| ■ Buchtipps 22 | ■ Kolumne 58 |

DOSSIER >KMU-SICHERHEIT



- Reaktanz: Danke, dass Sie hier nicht rauchen **S. 25**
- Sicherheit im KMU **S. 28**
- Unternehmens-Fachbericht: Prävention lohnt sich auch im Büro **S. 30**
- Arbeitssicherheit: Abstürze und Stolperunfälle lassen sich vermeiden **S. 32**
- Soziale Netzwerke – Chancen und Risiken **S. 34**
- Verwaltungsräte und Geschäftsleiter von AG und GmbH: Wer haftet? **S. 36**



Drehen wir das Rad der Zeit um 100 Jahre zurück: 1910 wurde die Strecke der «Boden-see-Toggenburg-Bahn» zwischen St.Gallen, Herisau und Wattwil eröffnet. Eines der zentralen Bauwerke dieser Linie ist der

366 Meter lange und 99 Meter hohe Sitterviadukt bei St.Gallen. Der Bau dieser Brücke dauerte zwei Jahre. Bilder aus der Bauzeit zeigen Arbeiter, die ohne Helm und ohne Seilsicherung an den Pfeilern und Gerüsten herumkraxeln. Dass es dabei kaum schwere Unfälle gab, mag heute erstaunen. Die Sicherheitsvorschriften waren damals noch nicht mit denen von heute vergleichbar.

Ganz anders auf heutigen Grossbaustellen: Schutzkleidung, Absperrungen und andere Sicherheitsvorkehrungen sind heute Vorschrift und werden auch kontrolliert. Dennoch kommt es immer wieder zu schweren Unfällen. Die Suva lanciert regelmässig Informationskampagnen, um für die Sicherheit am Arbeitsplatz – nicht nur auf Baustellen – zu sensibilisieren. Sicherheit ist ein allgegenwärtiges Thema und umfasst in irgendeiner Form nahezu alle Unternehmensbereiche – auch in KMU. Unser Dossier ab S. 25 beleuchtet einige Aspekte davon.

Dieser Ausgabe liegt auch der «KMU-Monitor» bei. Darin sind die wichtigsten Ergebnisse einer Umfrage unter KMU zusammengefasst, die wir zum zweiten Mal durchgeführt haben. Wiederum vermittelt diese Studie einige spannende Einblicke in die Stimmungslage von Schweizer KMU.

St.Gallen ist gegenwärtig nicht nur für Eisenbahnfans eine Reise wert: Am 22. Oktober findet zum achten Mal der Schweizer KMU-Tag statt. In dieser Ausgabe finden Sie schon mal einen kleinen Vorgeschmack darauf, was die Besucher erwartet. Und wer keine Gelegenheit hat, an diesem Anlass teilzunehmen: Zumindest für anregende Lektüre haben wir – hoffentlich – schon mal vorgesorgt.

In diesem Sinne

Ihr

Thomas Berner, Chefredaktor



Alles Harmonie?

Christian Gansch führte als Dirigent namhafte Orchester. Als Musikproduzent arbeitete er u.a. mit Claudio Abbado, Pierre Boulez oder Anna Netrebko zusammen. Unterwegs ist er aber auch als Berater: Mit «Sinfonischem Consulting» bietet er Workshops für Unternehmen an. Am KMU-Tag spricht er darüber, was KMU von einem Orchester lernen können.

ORGANISATOR: *Dirigieren eines Orchesters vs. Führen eines Unternehmens: Wo finden sich Gemeinsamkeiten und Unterschiede?*

Christian Gansch: Der Unterschied und zugleich Vorteil ist, dass ich als Dirigent stets alle Beteiligten auf der Bühne versammelt habe und ihnen gleichzeitig die nötigen Informationen geben kann. Die Gemeinsamkeiten liegen darin, dass man als Führungskraft tatsächlich ein klares Konzept, eine Vision haben muss, die man überzeugend kommuniziert. Andernfalls können sich weder die Musiker noch Mitarbeiter motivieren.

Was macht einen guten Dirigenten aus? Und wie viel tragen die Musiker dazu bei?

Ein Dirigent weiss, dass er alle Kräfte benötigt, die Flöte wie die Geige. Es gibt kein unwichtiges Instrument. Diese Haltung fördert auch die Wertschätzung und das Zusammenwirken der Musiker untereinander. Dennoch: Aus einem Dirigentenstab allein ist noch kein Ton entstanden. Die Selbstverantwortung der Musiker ist enorm. Und der Dirigent organisiert das Zusammenspiel, damit Einheit aus Vielfalt entsteht.

Und was macht einen guten Chef aus?

**Christian Gansch,
Dirigent, Musikproduzent
und Consultant, spricht
am diesjährigen KMU-Tag.**



Der Dreiklang der Führung gilt sowohl für den Chef als auch Dirigenten: wahrnehmen – entscheiden – handeln. Ohne Wahrnehmungskompetenz kann man nicht erkennen, welche Talente gefordert oder gefördert werden müssen. Entscheidungskompetenz bedeutet Abschied nehmen, sich lösen können vom oft lieb gewordenen Sammeln von Argumenten. Schliesslich muss das Handeln den Erfordernissen der Sachlage dienen und nicht dem Ego.

Was sind denn nun die grössten Herausforderungen für einen Dirigenten?

Er muss sich ein Konzept erarbeitet haben, bevor er vor das Orchester tritt. Dann benötigt er Überzeugungs- und Durchsetzungskraft, am besten auch eine Portion Charisma, um 100 egozentrische Diven unter einen Hut zu bringen. Seine wesentliche Aufgabe ist es, die von Natur aus lauten Instrumente zu zähmen, damit die leisen nicht untergehen. Die unterschiedlichen Abteilungen des Orchesters müssen von ihm orchestriert und ausbalanciert werden.

Wie bringt man Misstöne in einem Unternehmen zum Verschwinden? Mehr «Registerproben» oder halt Auswechseln der Musiker? Oder liegt es dann halt doch am Schluss am Orchesterführer?

Die Frage ist doch, ob Fehler bei einer Person ein verständliches Missgeschick sind oder ein dauerhafter Faktor. Im Orchester ist klar:

jeder macht mal Fehler, und diese darf man keinem nachtragen, sonst kann daraus schnell ein Hemmschuh werden. Wenn jedoch die Ausnahme zur Regel wird, muss die Sache schnellstens diskutiert und gelöst werden, denn das Publikum will keine falschen Töne. Da wird man nicht gleich rausgeworfen, sondern vielleicht für einige Zeit auf eine weniger prominente Position gesetzt.

Sie bieten «Sinfonisches Consulting» an: Was muss man sich darunter vorstellen? Wie läuft dies in der Praxis ab?

Es geht dabei um Workshops, die nicht belehren, sondern Impulse setzen und inspirieren. Stets auf Basis vorausgehender Briefinggespräche. Es geht um die Förderung des Bewusstseins, nicht um Verbalakrobatik und Aktionismus. Denn nur eine Emotionalisierung der Konfliktthemen schafft letztlich Einsicht und Veränderung. Durch Metaphern aus dem Orchesterbereich, wo ja hundert Individualisten abteilungsübergreifend und anhand strukturierter Prozesse Homogenität schaffen, kann man einerseits Konflikte direkt ansprechen, andererseits hilft dieser Perspektivenwechsel, die eigene Situation spielerisch mit etwas Distanz zu betrachten, ohne dadurch oberflächlich zu werden.

Auch ohne musikalisches Grundwissen: Welche Strategien sind erfolgreich, damit in einem Unternehmen «die Musi spielt»?

Das Wichtigste ist das sinfonische Motto: aufeinander hören – miteinander handeln. Jeder muss offen und flexibel sein, um auf die anderen reagieren zu können. Das lebendige Wechselspiel aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, und zwar abteilungs- und funktionsübergreifend, entscheidet über den Erfolg.

«Besinnung auf das Wesentliche» – so lautet das Thema des diesjährigen KMU-Tags. Was sind Ihre Gedanken als Musiker und als Geschäftsmann dazu?

Kein Dirigent und kein Orchester darf die Musik als Soundtrack zur eigenen Selbstdarstellung benutzen. Das Wesentliche ist, dass man seine Fähigkeiten in den Dienst der gemeinsamen Sache stellt. ■■■■

SINFONISCHES CONSULTING

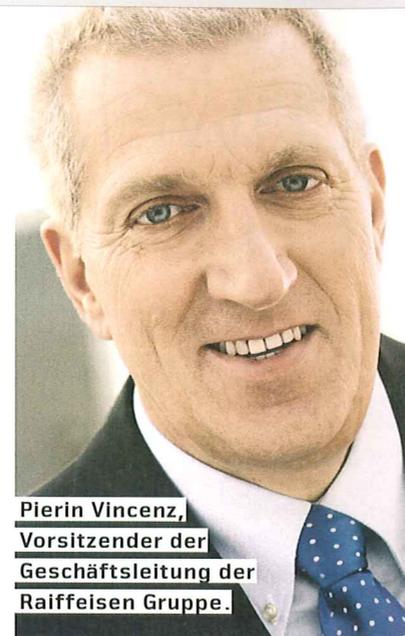
Der Begriff «sinfonisch» bedeutet gemäss Wörterbuch «zusammenklingend». Eine Sinfonie ist demnach eine «auf das Zusammenklingen des gesamten Orchesters hin angelegte Instrumentalkomposition», wie es im Duden heisst. Ein Orchester hat viel mit einem Unternehmen gemeinsam. Mit Analogien aus der Orchesterwelt initiieren denn auch Christian Gansch und seine Partner bei Mitarbeitenden

in Unternehmen eine bewusste Auseinandersetzung mit der eigenen Rolle sowie der teaminternen und bereichsübergreifenden Zusammenarbeit. Indem sie Strategien und Prozesse eines sinfonischen Orchesters auf das Unternehmen übertragen, schaffen sie einen Perspektivenwechsel, der überholte Verhaltensweisen aufbrechen und Raum für Veränderungen schaffen kann. www.sinfonisches-consulting.de

«KMU sollen sich auf ihr Geschäftsmodell konzentrieren»

Raiffeisen ist regelmässig einer der Hauptsponsoren des KMU-Tags.

Wir sprachen deshalb mit Pierin Vincenz, Vorsitzender der Geschäftsleitung, über das Bekenntnis seiner Bank zu KMU. Er äussert sich dabei auch über die Aussichten der wirtschaftlichen Grosswetterlage.



Pierin Vincenz,
Vorsitzender der
Geschäftsleitung der
Raiffeisen Gruppe.

ORGANISATOR: Raiffeisen ist einer der Hauptsponsoren des KMU-Tags. Wie sieht denn Raiffeisens Bekenntnis zu KMU aus?

Pierin Vincenz: Wir haben rund 130 000 Bankbeziehungen zu KMU. Unser Bekenntnis ist es, dass die gesamte KMU-Struktur, letztlich ein Rückgrat der Schweizer Wirtschaft, auch für kommende Generationen sichergestellt bleibt. Mit Nachfolgelösungen, Finanzierungen von Geschäftsfeldern verfolgen wir das Ziel, die Stabilität des KMU-Netzes mit seiner Vielfalt zu bewahren.

Welche Rolle spielt dabei der lokale Charakter der Raiffeisenbanken?

Eine ganz entscheidende. Unsere 339 Banken mit über 1100 Bankstellen sind alle ein eigenes KMU. Die ähnlichen Strukturen, die wir als Bank haben, führen dazu, dass auf kultureller Ebene ein Bezug zu KMU vorhanden ist. Im Vordergrund stehen nicht banktechnische Fragen; vielmehr geht es darum, dass der Bankleiter vor Ort schnell entscheiden und gegenüber dem KMU-Vertreter als Partner auftreten kann – als Entscheider und nicht nur als Verkäufer.

Viele KMU klagen über die Schwierigkeit, an Geld zu kommen. Die Banken seien oft zu restriktiv. Raiffeisenbanken sind hier wohl eine löbliche Ausnahme?

Es besteht natürlich immer ein Spannungsfeld zwischen den Finanzierungsbedürfnissen eines Unternehmens und der Abwägung des Ausfallrisikos bei der Bank. Ich denke aber, dass gerade KMU, die an einer langen Partnerschaft mit einer Bank interessiert sind und Finanzierungsbedürfnisse haben, entsprechend ernst genommen werden. Gerade während der Krise hat es sich gezeigt, dass wieder viel mehr auch auf einer Basis des

gegenseitigen Vertrauens aufgebaut wird. Ich meine, man sollte in Zukunft nebst den formalisierten Ratings vermehrt auch individuelle und persönliche Beurteilungen berücksichtigen.

Das Zinsniveau ist tief, Geld also zu günstigen Konditionen erhältlich. Was raten Sie investitionsbereiten KMU?

Ich würde nicht investieren, nur weil Kredite günstig sind. Nach wie vor muss die Geschäftsidee im Vordergrund stehen. Aber Fakt ist: Der Preis für das Geld ist günstig. Dies ist sicher eine Chance für Unternehmen – nicht, weil wir etwa die Vergabekriterien gelockert hätten. Schweizer Kunden haben nun eine gute Gelegenheit, den Schweizer Franken für längere Zeit an den tiefen Zins anzubinden. Ferner bietet sich gerade grösseren Kunden die Chance für Akquisitionen – auch im Ausland wegen des tiefen Euro-Kurses.

Betreffend des Zinsniveaus: Wagen Sie eine Prognose?

Ich glaube, es wird mittelfristig zu Zinserhöhungen kommen, aber es dürfte dennoch weiterhin beim historisch tiefen Niveau bleiben. Faktoren für eine grosse Zinserhöhung sehe ich derzeit keine.

Auch keine Befürchtung, dass ein starker Schweizer Franken den Aufschwung wieder bremsen könnte?

Klar ist der zur Zeit starke Franken für alle exportorientierten Unternehmen eine Leidensgeschichte. Dies drückt zusätzlich auf die Margen. Auf der anderen Seite darf man aber auch den Glauben an unsere Exportindustrie nicht verlieren. Diese liefert hohe Qualität und Innovation, und hat von daher auch eine hohe Glaubwürdigkeit bei ihren getroffenen Massnahmen. Diese sind zwar

schmerzhaft, doch Anpassungsprozesse zur Effizienzsteigerung und Kostenoptimierung tragen dazu bei, die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten. Bei Schweizer Produkten spielt zwar der Preis eine Rolle, ist aber nicht das entscheidende Kriterium. Ich bin deshalb zuversichtlich, dass die – zwar schmerzhaften – Anpassungsmechanismen letztlich auch neue Chancen für die Schweizer Industrie eröffnen.

Raiffeisen will das Firmenkundengeschäft verstärken. Was ist hierbei konkret zu erwarten?

Es geht nicht darum, neue «Wahnsinnprodukte» zu bringen. Wir wollen die gesamte Palette der bestehenden, bekannten Produkte zur Verfügung stellen, aber vermehrt für Betriebe. Deshalb haben wir in Personal investiert und entsprechende Kompetenzen aufgebaut. Wir haben heute ein Volumen mit Firmenkunden von 32,5 Mrd. Franken. Dies konnten wir in den letzten Monaten um 8 Prozent steigern. Wir sind also sehr aktiv.

Dies basiert auch auf Ihrem dichten Bankennetz, besonders in Landgemeinden?

Genau. Ein Privatkunde, der etwa eine Hypothek bei der Raiffeisenbank hat, wird als Unternehmer sicher auch zuerst eine Bankbeziehung mit «seiner» Bank prüfen. Die Raiffeisenbank ist ja vor Ort, ist also auch physisch in der Nähe. Und dies sind positive Faktoren.

Mit welchen Sorgen und Nöten werden Ihre Banken derzeit am meisten konfrontiert?

Ich glaube, eine Hauptsorge ist der Margendruck. Dies ist nicht zuletzt ein Resultat der Globalisierung. KMU warten zwar mit guten Dienst-

leistungen auf, haben aber Schwierigkeiten, dafür einen angemessenen Preis zu lösen. Zweitens wird es zunehmend schwierig, gute Leute zu kriegen. Diese beiden Dinge beschäftigen KMU. Als Bank stehen wir bei solchen Fragen als Gesprächspartner zur Verfügung. Auf der anderen Seite ist es für die Schweiz wichtig, gute Leute auch aus dem Ausland zu rekrutieren, nicht etwa um Löhne zu dumpfen, sondern um für eine hohe Qualität bei Produkten zu sorgen. Dies ist entscheidend für KMU.

Was würden Sie in Ihrer Funktion als Chef der drittgrössten Bank in der Schweiz den Tausenden von KMU-Chefs auf den Weg geben?

Die KMU sind gut aufgestellt. Sie sollen deshalb auf dieser Linie mit ihren Produkten und Dienstleistungen fokussiert bleiben. Auch wenn nicht jeden Tag etwas Spektakuläres passiert, soll sich ein KMU auf sein Geschäftsmodell konzentrieren. KMU-Unternehmer befinden sich in einem schnelllebigen Umfeld, werden laufend mit neuen Informationen konfrontiert. Dies verleitet häufig dazu, auf jeden Modetrend aufzuspringen. Doch erfolgversprechender ist es, sich den ganz alltäglichen Themenstellungen zu widmen.

Das trifft eigentlich voll und ganz auf das Motto des diesjährigen KMU-Tags zu.

Die Geschäfte von KMU sind eben nicht immer spektakulär. Sich auf das Wesentliche zu besinnen, ist oft viel einfacher als wir meinen – und langfristig erfolgreicher. Thomas Berner

Schweizer KMU-Tag richtet den Blick aufs Wesentliche

Zum achten Mal findet in St.Gallen der Schweizer KMU-Tag statt. Er steht unter dem Motto «KMU zwischen Anspruch und Wirklichkeit – die Besinnung auf das Wesentliche». Mit welchen Erwartungen gehen die wiederum rund 1100 Besucher an diesen Anlass? Wir fragten bei einigen schon mal nach.

VON THOMAS BERNER

Bei vielen Unternehmern ist jeweils der Freitag nach der Olma in der Agenda dick angestrichen: In diesem Jahr ist es der 22. Oktober, an dem der KMU-Tag stattfindet. Und für einmal sind es nicht in erster Linie die Bratwürste, welche die Besucher auf das Gelände der legendären OLMA in St.Gallen führen, sondern die Möglichkeit, sich in ungezwungenem Rahmen mit anderen KMUern auszutauschen und neue Kontakte zu finden.

Wertneutrale Mottos

Die KMU-Tage sollen jeweils einen Bezug zur Aktualität haben. Die Aktualität wird dabei aber weniger an ein bestimmtes Ereignis gebunden, sondern an die tägliche Realität in den Unternehmen. Bewusst hatten es die Organisatoren etwa 2008 und 2009 vermieden, den Begriff «Wirtschaftskrise» in den Fokus zu rücken. Viel wichtiger schien es den KMU-Tag-Verantwortlichen, auf die unternehmerischen Stärken abzuzielen, mit denen sich noch jede wirtschaftliche Flaute überstehen lässt. Auch in diesem Jahr geht es darum, sich aufs Wesentliche zu besinnen. Das Thema wurde aufgrund des Feedbacks aus einer Befragung unter den Teilnehmenden gewählt.

«Der Aktualitätsbezug des KMU-Tags wird weniger an ein bestimmtes Ereignis gebunden, sondern an die tägliche Realität in den Unternehmen.»

«Doch wir verfügen insgesamt immer über einen eigentlichen Container an Ideen für Themen», wie Prof. Urs Fueglistaller, Leiter des Instituts KMU-HSG, erläutert. In diesem Jahr soll es verstärkt um die Perspektive des Unternehmers gehen, weg von Allerweltsthemen hin zu Fragen, die die KMU unmittelbar betreffen. «Die Besinnung auf das Wesentliche – dies ist ein gutes Thema auch für

mich selbst», meint Prof. Fueglistaller, der sein Institut ebenfalls als Unternehmer führen muss.

Wie alles begann

Der erste KMU-Tag fand 2003 statt. Es sollte eine gesamtschweizerische Tagung werden, welche die Klein- und Mittelunternehmen ins Zentrum stellt, so die Idee. Jährlich durchgeführt, hat sich der KMU-Tag zu einem

Anlass mit schweizerweiter Ausstrahlung entwickelt – nicht selbstverständlich für eine Tagung, welche geografisch eher an der Peripherie des Landes – in der Ostschweiz – angesiedelt ist. Die Initiative ging vom damaligen Schweizerischen Institut für gewerbliche Wirtschaft (IGW-HSG) aus. Und schon damals war es Prof. Urs Fueglistaller, der an vorderster Front dabei war. Man wollte



Markus Assfalg ist Leiter Standortförderung Kanton Zürich im Amt für Wirtschaft und Arbeit Kanton Zürich mit 30 Mitarbeitenden.

AMT FÜR WIRTSCHAFT UND ARBEIT KANTON ZÜRICH

Walchestrasse 19, 8090 Zürich
Tel. 044 259 49 58
Markus.assfalg@vd.zh.ch, www.standort.zh.ch

Mit welchen Erwartungen besuchen Sie den diesjährigen Schweizer KMU-Tag?

Ich erwarte Denkanstösse mit Blick auf das Thema «Besinnung auf das Wesentliche». Ferner geht es mir um die Vertiefung und Ausbau meines Netzwerks.

Was schätzen Sie an diesem Anlass besonders?

Hochkarätige Inhalte in einer humorvollen und bodenständigen Atmosphäre.

Das diesjährige Motto lautet «KMU zwischen Anspruch und Wirklichkeit – Besinnung auf das Wesentliche».

Wie wichtig ist Ihnen dieses Motto?

Dies ist ein zentrales Motto für mich: Die Auswahl an Möglichkeiten ist so gross und verlockend, dass der Fokus auf das Wesentliche überlebenswichtig ist.

Auf welchen Referenten sind Sie in diesem Jahr besonders gespannt und warum?

Martin Reithebuch. Das Thema «Servicekultur als zentraler Punkt der Unternehmensführung» ist interessant, da die ständige Verbesserung unserer Dienstleistungsqualität zentral ist.



Clemens Fischer ist Geschäftsführer der CORSA NOVA AG/SA in Sursee mit 16 Mitarbeitenden.

CORSA NOVA AG/SA

Wassergrabe 6, 6210 Sursee
Tel. 041 9 250 250, Fax 041 9 250 260
Clemens.Fischer@anita.net
www.corsanova.ch

Mit welchen Erwartungen besuchen Sie den diesjährigen Schweizer KMU-Tag?

Mein Ziel ist es, mindestens einen guten Input mitzunehmen.

Was schätzen Sie an diesem Anlass besonders?

Der Anlass eignet sich gut, um Freunde und Gleichgesinnte zu treffen und das Netzwerk zu pflegen.

Das diesjährige Motto lautet «KMU zwischen Anspruch und Wirklichkeit – Besinnung auf das Wesentliche».

Wie wichtig ist Ihnen dieses Motto?

Auf Anhieb erschien es mir etwas «schöngestig». Die Konzentration auf das Wesentliche, sprich «Geschäft» muss/sollte ein dauerndes Bestreben sein.

Auf welchen Referenten sind Sie in diesem Jahr besonders gespannt und warum?

Auf Peter Nobel: Er ist «ein bunter Hund», nicht bloss wegen seiner Kunstsammlung!

zunächst eine Tagung für die Mitglieder der Förderungsgesellschaft KMU-HSG durchführen. Doch erkannte man, dass es sinnvoller sei, die Veranstaltung zu öffnen und sie statt an der Universität St.Gallen in den Olma-Messehallen durchzuführen. «Man muss eben zu den Leuten», wie Roger Tinner, der sich von Beginn weg um den administrativen und technischen Teil der Durchführung kümmerte, sich heute erinnert.

**Referenten:
Ausgewogene Mischung**

Die Teilnehmenden sind die eine Seite, die Referenten eine andere. Ein grosses Anliegen der Veranstalter ist es, nicht nur in erster Linie «Stars» für einen Auftritt gewinnen zu können, sondern auch Personen, die explizit einen Bezug zur KMU-Welt haben. Die qualitativen Ansprüche an die Redner waren von Anfang an hoch. «Die Referenten müssen

KMU-tauglich sein, dabei aber nicht zwingend bekannt sein. Und vor allem müssen sie reden können, ohne aber einen reinen Werbe-Vortrag zu machen», charakterisiert Urs Fueglistaller die wesentlichen Voraussetzungen. Diese Handschrift war bereits 2003 zu erkennen. Schon beim ersten KMU-Tag konnten namhafte Gäste gewonnen werden: Franz Jäger, René C. Jäggi, Peter Gross oder Lothar Späth vermittelten den Gästen ihre Impulse in Sachen KMU. Dank grosser Hauptsponsoren war für jene finanzielle Sicherheit gesorgt, die es erlaubte, bei den Referenten «Gas zu geben», wie Roger Tinner sagt. Klar handelte es sich 2003 um eine Anfangsinvestition. Diese scheint sich aber gelohnt zu haben. Heute sei man so weit, dass die Leute weniger wegen der Referenten kommen, sondern wegen des KMU-Tags an sich. Die Mischung zwischen «Stars» und eher unbekanntem Persönlichkeiten «ist zwar

ein Risiko», sieht Tinner. «Oft erweist sich dies aber als Chance – sowohl für das Publikum als auch für den Referenten.»

KMU-Tag 2010: Bogen weit gespannt

Das diesjährige Motto «KMU zwischen Anspruch und Wirklichkeit – die Besinnung auf das Wesentliche» spannt thematisch einen weiten Bogen: Fünf Referenten nehmen aus unterschiedlichster Perspektive auf dieses Thema Bezug. So dürfte Peter Nobel, Rechtsprofessor, Unternehmensführer und Kunstliebhaber, seine philosophischen Einsichten auf den Punkt bringen, stellt aber die konkrete Frage: «KMU – welche Rechtsform?». Um den Service-Gedanken – ganz im Sinn von «Zurück zum Kunden» – geht es bei Martin Reithebuch, Inhaber von «service7000». Pietro Sassi wiederum widmet sich ganz den Gesichtern seiner Gegenüber: Er zeigt, wie man

«Der KMU-Tag ist als Plattform gut positioniert und muss nicht allein von rhetorischen Feuerwerken leben. Wichtig bleibt der Bezug zur eigenen Sprache der KMU.»

daraus wesentliche Merkmale erkennen kann. Erfahrungen als Firmengründer gibt Andy Fischer, Mitbegründer von «medgate», weiter. Und gespannt sein darf man auch auf die Ausführungen von Christian Gansch: Als Unternehmer und Dirigent weiss er über die Gemeinsamkeiten zwischen einer Firma und einem Orchester bestens Bescheid. Moderiert wird der diesjährige KMU-Tag von Susanne Wille. Auch bei den Moderatoren achten die Veranstalter darauf, dass keine Routine einkehrt. Für jedes Jahr wird deshalb ein anderer Präsentator «gecastet».

Weitere Entwicklungen

Gastgeber Urs Fueglistaller wird auch in diesem Jahr um die 1000 Teilnehmende empfangen. Mit dieser Teilnehmerzahl hat der KMU-Tag eine kritische Grösse erreicht. Will man weiter wachsen und dabei Gefahr laufen, zu einer unpersönlichen Massenveranstaltung zu werden? Oder ist man bereits jetzt zu gross? Diese Fragen stellen sich mittlerweile auch die Organisatoren. Die Situation ist klar: Der KMU-Tag hätte das Potenzial, noch mehr Teilnehmende anzulocken. Doch die jetzige Grösse hat sich bewährt und entspricht auch am ehesten der KMU-Denkweise. Das Motto für den diesjährigen KMU-Tag scheint denn auch für die weitere Entwicklung des Anlasses zu gelten: Besinnung auf das Wesentliche. Der KMU-Tag ist als Plattform gut positioniert und muss nicht allein von rhetorischen Feuerwerken leben. Wichtig bleibt der Bezug zu den kleinen und mittleren Unternehmen und ihrer eigenen «Sprache». Die Teilnehmenden schätzen denn auch, wenn ihresgleichen als Referenten auftreten. ■■■■



Christian Hohl ist Inhaber und Geschäftsführer der hohlflex AG in Abtwil mit 40 Mitarbeitenden.

HOHLFLEX AG

Moosstrasse 13, 9030 Abtwil
Tel. 071 313 41 41, Fax 071 311 40 40
hohl@hohlflex.ch, www.hohlflex.ch

Mit welchen Erwartungen besuchen Sie den diesjährigen Schweizer KMU-Tag?

Ich erwarte Inputs, nutze die Gelegenheit für Networking und für das Treffen mit Gleichgesinnten.

Was schätzen Sie an diesem Anlass besonders?

Ich schätze es, dass verschiedene Referenten auftreten sowie die Dauer der Referate. Und nicht zuletzt: Kontakte pflegen und das Bier danach ...

Das diesjährige Motto lautet «KMU zwischen Anspruch und Wirklichkeit – Besinnung auf das Wesentliche».

Wie wichtig ist Ihnen dieses Motto?

Sehr wichtig! Es prägt unsere Gegenwart, Zukunft und irgendwie auch unsere Vergangenheit ...

Auf welchen Referenten sind Sie in diesem Jahr besonders gespannt und warum?

Peter Nobel ... Aber da frage ich mich: Kann sich ein Anwalt kurz fassen?



Linda Walser ist Vorsitzende GL der WALSER Kunststoffwerk AG in Istighofen TG mit 14 Mitarbeitenden.

WALSER KUNSTSTOFFWERK AG

Reutistrasse 32/34, 8575 Istighofen TG
Tel. 071 633 22 55, Fax 071 633 29 20
linda.walser@walser-kunststoffwerk.ch
www.teichfolien.ch

Mit welchen Erwartungen besuchen Sie den diesjährigen Schweizer KMU-Tag?

Neue Inputs und Auffrischen des Wissens. Anregungen und Ideen vermittelt bekommen, die in der Praxis umsetzbar sind. Die «Besinnung auf das Wesentliche» wird während des «Ruderns im Tagesgeschäft» nur allzu oft vernachlässigt oder geht gar ganz vergessen.

Was schätzen Sie an diesem Anlass besonders?

Die Vielfalt der TeilnehmerInnen und Referenten und den Gedankenaustausch mit KMU-VertreterInnen in gelöster und lebendiger Atmosphäre.

Das diesjährige Motto lautet «KMU zwischen Anspruch und Wirklichkeit – Besinnung auf das Wesentliche».

Wie wichtig ist Ihnen dieses Motto?

Das war der Grund meiner Anmeldung! Ich erhoffe mir Anregung zur Reflexion über die Schwerpunkte im eigenen Betrieb. Zudem wünsche ich mir Unterstützung damit der Transfer des erworbenen Wissens in den Geschäftsalltag gelingt. Zu oft gehen neue Erkenntnisse im Alltagsrott schnell vergessen.

Auf welchen Referenten sind Sie in diesem Jahr besonders gespannt und warum?

Christian Gansch mit seiner Erfahrung in der Musikbranche verspricht neuartige Anregungen für das eigene Tagesgeschäft.

KMU ZWISCHEN ANSPRUCH UND WIRKLICHKEIT – DIE BESINNUNG AUF DAS WESENTLICHE

Online-Anmeldung unter www.kmu-tag.ch



Christian Gansch



Martin Reithebuch

 **kmu-tag.ch**
st. gallen



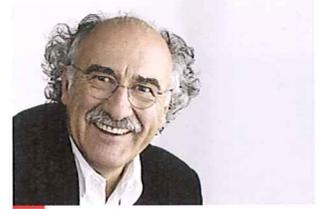
Andy Fischer



Peter Nobel



Susanne Wille



Pietro Sassi

22 / OKTOBER 2010

**SCHWEIZER KMU-TAG
ST.GALLEN**



Urs Fueglistaller

Patronat: Schweizerischer Gewerbeverband /
Schweizer Industrie- und Handelskammern / economiesuisse /
IHK St.Gallen-Appenzell / Kantonaler Gewerbeverband St.Gallen (KGV)

Veranstalter

Hauptsponsoren

Kommunikationspartnerin Medienpartner



RAIFFEISEN

helvetia



publicitas

OBT

swisscom

ORGANISATOR
Das Magazin für KMU