



Urs Fueglistaller mit roter Giesskanne eröffnete den KMU-Tag mit Marco Fritsche, der durch die Tagung führte.

# Querdenker sind erfolgreicher

Wer querdenken will, muss auf sich selber hören und neue Pfade gehen: Am Schweizer KMU-Tag in der Olma-Halle berichteten Stimmen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur über den «Wert des Querdenkens».

KASPAR ENZ

**ST. GALLER.** Sind Unternehmer Querdenker? 509 der über 1300 Teilnehmer des gestrigen Schweizer KMU-Tages hätten diese Frage im Vorfeld beantwortet, sagte Urs Fueglistaller, Direktor des KMU-Institutes der HSG und Präsident des Patronatskomitees des Anlasses, den Teilnehmern zu Beginn. Knapp ein Fünftel von ihnen sind Querdenker, ein knappes Drittel schätzt sich als Geradeausdenker ein – der Rest denkt mal quer, mal geradeaus. Querdenker sind aber erfolgreicher – zumindest schätzen sie sich so ein.

Die Querdenker auf dem Podium sollten dabei helfen. Daniel

Frei zum Beispiel. Er ist Betriebswirt, seine Brüder Ingenieur und Lehrer – und sie gründeten eine vegetarische Restaurantkette. Eine Leidenschaft wurde zum Erfolg. Dafür, dass «Tibits» so gut läuft, dankt Frei den Frauen: «Sie sind es, die ihre Männer und Kollegen zu uns mitschleppen.» Für den Erfolg mussten die Brüder in ihren Restaurants die vegetarische Küche vom «Körnlicker»-Image befreien.

Neurowissenschaftler Manfred Spitzer legte die wissenschaftlichen Grundlagen nicht nur des Querdenkens dar. Kreativität entstehe, wenn man schon viel wisse und das Wissen dann kreativ verbinde. Und jeder Mensch hat ein

ganz eigenes Wissen. «Viele Bosse denken, ein Fließbandarbeiter denke sowieso nicht – dabei ist das eine unglaubliche Verschwendung von Wissen.» Und er riet: «Wenn Sie querdenken wollen, denken Sie erstmal und seien Sie vorsichtig mit digitalen Medien.»

Besonders notwendig sei Querdenken bei der Terrorismusbekämpfung, sagte die Ökonomin Sita Mazumder. Der Versuch, die Finanzierung des Terrors zu unterbinden, sei gescheitert. Ohne neue Ideen «kontrollieren wir weiter die Finanzströme und geben am Flughafen Schuhe und Flaschen ab».

Als Mahnruf trat Schriftsteller Urs Widmer auf. Bereits mit



seinem Stück «Top Dogs» wagte er einen Blick ins Innere der Wirtschaftsführer. Auch 15 Jahre später hätten die Herren der Finanzwirtschaft ihr Tun nicht hinterfragt – zu lange.

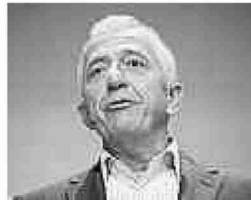
Hinterfragt hat sein Tun Karl Rabeder. Der Österreicher führte einst ein erfolgreiches Unternehmen, besass zwei Häuser und sechs Segelflugzeuge. «Will ich das wirklich?», fragte er sich. Die Antwort war: nein. Er spendete seinen Besitz und schrieb ein Buch darüber. Jetzt coacht er Menschen darin, glücklich zu sein.

## «Aus der Not eine Tugend gemacht»

Die «Concept Cars» von Rinspeed können tauchen, oder sie bauen sich selber um. In Serie gehen die Autos nie, doch die Erfindungen von **Frank M. Rinderknecht** setzen Trends.

*Herr Rinderknecht, was macht die Faszination des Autos aus?*

**Frank M. Rinderknecht:** Es steht für die Möglichkeit, sich jederzeit überall hinbewegen zu können. Die öffentlichen Verkehrsmittel schränken das ja schon etwas ein.



**Frank M. Rinderknecht**

Der Gründer der Rinspeed AG berichtete von einem Unternehmerleben als Querdenker.

*Nun geht irgendwann das Öl aus – wie wird diese individuelle Mobilität in Zukunft aussehen?*

**Rinderknecht:** Individuelle Mobilität wird es auch in 50 Jahren noch geben. Ziel wird sein: keine Unfälle, keine Emissionen. Ich glaube, man wird aber auch dann noch auf vier Rädern mobil sein – das macht physikalisch am meisten Sinn. Vielleicht wird der Verkehr halbautomatisch ablaufen.

*Rinspeed stellte 2001 das erste Auto vor, das mit Bioabfällen fuhr.*

*Vorher haben Sie vor allem schnelle Autos gebaut. Wie kam es zum Sinneswandel?*

**Rinderknecht:** Wir haben aus der Not eine Tugend gemacht. Damals kam Bugatti mit einem Wa-



# TAGBLATT

Ausgabe St. Gallen+Gossau

St. Galler Tagblatt AG  
9001 St. Gallen  
071/ 272 77 11  
www.tagblatt.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 29'504  
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



Themen-Nr.: 377.9  
Abo-Nr.: 377009  
Seite: 36  
Fläche: 95'859 mm<sup>2</sup>

gen mit 1001 PS. Das war eindrücklich – aber es ist wenig sinnvoll. So entschieden wir uns für den grünen Weg. Wir rechneten mit schiefen Blicken. Aber im nachhinein war es der richtige Weg, und wir wurden zu den Mitinitiatoren eines Trends.

*Mussten Sie bei einem Projekt schon mal feststellen: Es geht doch nicht?*

**Rinderknecht:** Das ging mir noch nie so. Aber ich habe schon geglaubt, es ginge nicht, und es klappte doch. Ich versuche schon, meine Träume umzusetzen. Aber ich habe auch Träume, von denen ich weiss, dass ich sie nicht umsetzen kann. Da ist schon ein gewisser Realitätsbezug vorhanden.

*Rinspeed existiert seit 1979, immer noch haben Sie nur fünf Mitarbeiter. Wollten Sie nie wachsen?*

**Rinderknecht:** Die Grösse wäre der Feind der Kreativität. Wenn meine Firma gross wäre, müsste ich ja dauernd schauen, dass alle genug Arbeit haben. An einzelnen Projekten arbeiten aber auch Leute aus anderen Unternehmen mit. *Sie haben das Tuning-Geschäft der Rinspeed verkauft, das damals 80 Prozent des Umsatzes generierte. Wie verdienen Sie heute Geld?*

**Rinderknecht:** Ich verdiene auch Geld mit Beratung: Ich berate Zulieferer der Automobilindustrie, die Energiebranche oder auch eine Versicherung – die will wissen, welche Risiken in Zukunft mit Mobilität verbunden sind.

*Wissen Sie von Anfang an, was herauskommt, wenn Sie ein neues Auto bauen?*

**Rinderknecht:** Wir fangen immer mit einer Geschichte an. Beim BamBoo ging es um Süden, um Lifestyle. Beim tauchenden Auto sQuba stand James Bond Pate. Es steht aber nicht alles von

Anfang an fest. So hatten wir für unser neues Auto schon eine fertige Idee. Im Bauch spürte ich aber: Nein, das ist es nicht. Nach zwei Stunden Hirnen hatten wir ein neues Projekt. Es ist um eine Weltreise besser.

*Was passiert mit den fertigen Projekten?*

**Rinderknecht:** Ich behalte alle. Acht bis zehn Autos stehen bei uns, andere stehen im Autobau in Romanshorn.

*Interview: Kaspar Enz*



Bild: Rinspeed

**Der Rinspeed sQuba** kann tauchen: Mit Autos wie diesem begeistert Frank Rinderknecht nicht nur am Auto-Salon, sondern auch am KMU-Tag.



## Auch Steuerberater sind kreativ

*Querdenkend und kreativ –  
so sollte der Unternehmer  
sein. Doch wie schätzen die  
Tagungsgäste sich selbst ein?*

**ST. GALLEN.** Der ehemalige Inhaber der Zimmerli Textil AG, Walter Borner, denkt oft quer, zuletzt vor zwei Tagen. «Das war während eines Vortrags vor jungen Leuten. Quergedacht haben wir, als wir darüber diskutierten, wie man heutzutage Kunden in einem Kleidergeschäft zufrieden macht», sagt er. Man müsse es schaffen, Werte wie das Glücksgefühl zu vermitteln. Das funktioniere zum Beispiel durch eine ausgeklügelte Präsentation der Kleidungsstücke und durch charmante Verkäufer. Inspiration für seine Ideen hole er



Christoph Lehmann

«Heutzutage hat doch fast jeder das Gefühl, er sei ein Querdenker, und muss dann feststellen, dass viele andere dieselbe Idee hatten.» Dann sei man ganz schnell doch wieder nur Mainstream. Anders sieht es seiner Meinung nach mit der Kreativität aus. «Das sind wir Steuerberater nämlich, obwohl sich die meisten Leute das nicht vorstellen können», sagt er. «Der Beweis: Wir müssen für jeden Kunden eine andere Lösungen suchen, die zudem noch die Steuerbehörden zufriedenstellt.»



Walter Borner

sich aus den Biographien wichtiger Staatsmänner. «Vor allem in Zeiten des Internets, in der sich alles so rasant entwickelt, ist queredenken wichtiger denn je», sagt er. «Denn durch das Querdenken eröffnen sich stets neue Möglichkeiten.»

Kreativ zu sein, das ist nicht gerade das Image, das einem Steuerberater anhaftet. «Ich würde mich auch eher als kritischen Geist beschreiben», sagt Christoph Lehmann, Steuerberater bei der PricewaterhouseCoopers AG.

Im Gegensatz zu den Steuerberatern wird von Eventmanagern Kreativität geradezu erwartet. Auf Andreas Inauen von der Nestlé Suisse SA trifft das zu. Er beschreibt sich als ausschliesslich queredenkend. «Darum geht es in meinem Beruf ja. Kunden wollen mit etwas Unerwartetem überrascht werden oder etwas Aussergewöhnliches erleben.» Deshalb bevorzuge er die Bezeichnung des Erlebnismanagers. (nar)



Bilder: Nina Rudnicki

Andreas Inauen