

# DIE OSTSCHWEIZ

N° 02/21

## Zwei Brüder auf Achse

Wie Bruno und Josef A. Jäger die  
Transportbranche revolutionierten

**Teilauszug  
dieser Printausgabe**

Das komplette Magazin kann via  
[abo@dieostschweiz.ch](mailto:abo@dieostschweiz.ch) bestellt werden.

**Ausserdem:**

Warum sich der Freisinn neu erfinden muss.  
Was Clown-Theater mit politischer Arbeit zu tun hat.  
Von der Entstigmatisierung der Psychiatrie.  
Eine vertiefende Auseinandersetzung mit dem Fürstentum.

**Und:**

Ab sofort in jeder Ausgabe:  
Umfassender Business-Teil mit Sonderthema.



# Grenzenlose Freiheit auf vier Rädern



Jetzt Probe  
fahren.

Unter dem Sternenhimmel einschlafen. Morgens vom Rauschen des Wassers geweckt werden. Fremde Länder erkunden und sich trotzdem immer wie zuhause fühlen: Der California 6.1 ist Freiheit pur. Mit seiner komfortablen Innenausstattung und den durchdachten Details, macht er jeden Trip zu einem unvergesslichen Abenteuer. Geniessen Sie Ihre Unabhängigkeit und reisen Sie, wohin Sie wollen. Mit allem, was Sie brauchen. **Jetzt bei uns entdecken. Der California 6.1 – Ikone, neuester Stand**



**Liga**®

**LIGA Lindengut-Garage AG**

Toggenburgerstrasse 146

9500 Wil SG

Tel. 071 929 31 31

[www.liga.ch](http://www.liga.ch)



## Liebe Leserin, lieber Leser

Als «verrückt» kann man derzeit ja so einiges bezeichnen. Wir erleben auch wirklich gerade «verrückte» Zeiten. Allerdings halten wir unsere Printausgabe auch dieses Mal möglichst Corona-frei, weshalb wir uns beim Schwerpunktthema «Verrückt!» auf ganz andere Aspekte stürzen. In erster Linie sind es aussergewöhnliche Lebensentwürfe und Geschichten von Menschen, die etwas Spezielles gewagt haben.

Im Grundsatz war es auch «verrückt», dass wir selbst vor nun etwas mehr als drei Jahren mit «Die Ostschweiz» ein neues Medium realisiert haben. Zum Glück noch vor dem Aufkommen jener Thematik, der wir hier – wie erwähnt – möglichst wenig Raum schenken möchten, aber durchaus in einer Phase, in der bereits von der grossen Medienkrise gesprochen wurde. Eine Krise, die sich schon bald aufgrund der undurchsichtigen staatlichen Medienunterstützung noch verschärfen bzw. auf andere Bereiche auswirken wird.

Bislang haben wir es allerdings nicht bereut, den Schritt gemacht zu haben. Über den Berg sind wir natürlich noch längst nicht – sofern das überhaupt möglich ist. Auf Unterstützung, damit wir die nächste Etappe erreichen, sind wir angewiesen. Beispielsweise kann man dies tun, indem man dem Club «Die Ostschweiz» beiträgt. Für die Mitglieder haben wir erst kürzlich einen eigenen Onlinebereich geschaffen, den wir nun kontinuierlich ausbauen werden.

Ausgebaut wird auch laufend unser Kreis von Gastkolumnistinnen und -kolumnisten, die auf dieostschweiz.ch für noch mehr Vielfalt sorgen. Darüber werden wir dann gerne ausführlich in der nächsten Printausgabe berichten.

Herzlich  
Stefan Millius & Marcel Baumgartner

*PS: Wenn Sie neu auf uns gestossen sind und keine Ausgabe verpassen wollen, dann abonnieren Sie unser Magazin unter [abo@dieostschweiz.ch](mailto:abo@dieostschweiz.ch) oder per Telefon unter 071 221 20 90.*

*Am schnellsten geht es online:  
[www.ostschweizermedien.ch/angebote](http://www.ostschweizermedien.ch/angebote)*



### Herausgeber, Redaktion und Verlag:

«Die Ostschweiz»  
Ostschweizer Medien AG  
Marktgasse 14  
9000 St.Gallen

T. +41 71 221 20 90  
[info@dieostschweiz.ch](mailto:info@dieostschweiz.ch)  
[www.dieostschweiz.ch](http://www.dieostschweiz.ch)

**Verlagsleitung:** Marcel Baumgartner, [baumgartner@dieostschweiz.ch](mailto:baumgartner@dieostschweiz.ch) | **Chefredaktion:** Stefan Millius, [millius@dieostschweiz.ch](mailto:millius@dieostschweiz.ch) | **Anzeigenleitung:** Martin Schwizer, [schwizer@dieostschweiz.ch](mailto:schwizer@dieostschweiz.ch) | **Marketing-service:** Ebru Eren, [eren@dieostschweiz.ch](mailto:eren@dieostschweiz.ch) | **Autoren:** Kurt Weigelt, Manuela Bruhin, Urs Oskar Keller, Peder Koch, Eveline Angehrn, Simone Hengartner, Andy Givel, Tanja La Croix, Andreas Felder, Hansjörg Hinrichs, Lea Müller, Lea Tuttlies, Sarah Roth | **Fotografie:** Bodo Rüedi | **Korrektorat:** Galledia Print AG | **Abowverwaltung:** KünzlerBachmann Verlag AG, [abo@dieostschweiz.ch](mailto:abo@dieostschweiz.ch), Abopreis: CHF 69.– für 6 Ausgaben | **Erscheinung:** «Die Ostschweiz» erscheint 6 Mal jährlich mit Ausgaben April, Mai, Juli, August, Oktober, Dezember | **Gestaltung/Satz:** Ammarkt AG, St.Gallen, Tammy Kissling, [t.kissling@ammarkt.ch](mailto:t.kissling@ammarkt.ch) | **Produktion:** Galledia Print AG, Flawil.

# So werden Sie Teil von «Die Ostschweiz»

Im April 2018 hauchten wir der Medien-  
marke «Die Ostschweiz» neues Leben ein.  
Wir bleiben auch in Zukunft kritisch und  
unabhängig. Und wir bleiben in Bewegung.  
Gerne auch mit Ihnen an Bord.

**69.–** /Jahr

kostet ein Abo unseres Printmagazins. Sie erhalten dafür sechs Ausgaben zugestellt und leisten gleichzeitig einen Beitrag für mehr Vielfalt in der Medienlandschaft Ostschweiz. Einfach bestellen via [abo@dieostschweiz.ch](mailto:abo@dieostschweiz.ch)

ab **222.–** /Jahr

können Sie Mitglied im Club «Die Ostschweiz» werden. Damit werden Sie Teil unserer Vereinigung von Firmen und Privatpersonen, welche «Die Ostschweiz» unterstützen. Im Gegenzug erhalten Sie Zugang zu exklusiven Angeboten und Veranstaltungen. Inbegriffen ist neben dem Print-Abo auch ein Log-in zu einem neu geschaffenen Clubbereich auf [dieostschweiz.ch](http://dieostschweiz.ch). Alle Informationen finden Sie unter [ostschweizermedien.ch/club](http://ostschweizermedien.ch/club) oder auf Anfrage via [info@dieostschweiz.ch](mailto:info@dieostschweiz.ch)

## Feedback

Anfang März wurde unsere Onlinepublikation [www.dieostschweiz.ch](http://www.dieostschweiz.ch) komplett erneuert – optisch wie auch inhaltlich. Wir setzen nun noch stärker auf exklusive Beiträge aus den Kantonen SG, TG, AR und AI. Am besten machen Sie sich selbst ein Bild. Übrigens: Das neue Design wird in einer zweiten Phase dann auch in der App integriert werden. Über Feedback an [info@dieostschweiz.ch](mailto:info@dieostschweiz.ch) freuen wir uns.

**2500.–** /Jahr

werden Sie Businesspartner von «Die Ostschweiz» und profitieren von einem einzigartigen Leistungspaket, um Ihr Unternehmen auf den verschiedenen Kanälen von «Die Ostschweiz» zu präsentieren. Senden Sie Ihre unverbindliche Anfrage an [info@dieostschweiz.ch](mailto:info@dieostschweiz.ch)

### So leicht geht es mittlerweile!

Bei neueren Handys einfach Kamera aktivieren und auf QR-Code platzieren.





# Inhalt

## 02/21



### Die Ostschweiz

- 4 Wie Sie Teil von uns werden können.

### Brennpunkt

- 6 **Kurt Weigelt fordert: «Denkt liberale Konzepte neu.»**



- 10 Wieso Musikerin Anna Lena Horber der Schweiz den Rücken kehrte.
- 13 «Schräge Vögel»: Die Bühne als Zufluchtsort?
- 14 Was Clown-Theater mit politischer Arbeit zu tun hat.
- 18 «Der gehört nach Wil!» – Die Psychiatrie im Wandel.

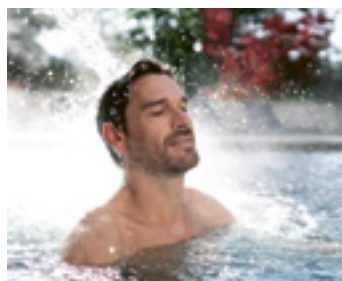
22 **Jenny Bösch: Gestochene Erlebnisse.**

- 24 Verrückt? So hüpfst man sich fit.

### Business

- 27 Peder Koch über Egoismus und Sehnsüchte.
- 28 Bruno und Josef Jäger: Zwei Brüder am Schalthebel.
- 33 Wilder Osten – Der Innovationshotspot Europas.
- 36 Was die neue Freiheit für den Tourismus bedeutet.
- 38 Daniel Oswald, Volt Events: Die Ruhe vor dem Sturm?
- 42 Wie eine Gruppe das Fürstentum nachhaltig entwickeln will.
- 46 Olivier Künzler: «Als Schweizer ist man hier Ausländer.»
- 50 Die Hilti-Kultur: Solidaritätsfonds für die Mitarbeiter.
- 51 Carsten Zeiske: Von grossen und grossartigen Agenturen.
- 52 Hier spielt die Ostschweiz das Zünglein an der Waage.

56 **Covid-Nachsorgekur: Zurück zur alten Lebensqualität?**



### Wohnen & Leben

- 62 Wir streiten dann mal über den Geschmack.
- 65 Kurz ein ganzes Haus gezügelt.
- 67 Von einem, der auszog und durchstartete.
- 71 Andi Angehrn: Wohnen im Schloss.

71 **Karin Federer: Schlafen neben den Schimpansen.**



- 71 Bernhard Müller: Mehrere Generationen unter einem Dach.

### Meinungen/Kolumnen

- 40 Hansjörg Hinrichs über Dinge, die unter die Haut gehen.
- 59 Simone Hengartner: «Ich bin nicht verrückt.»
- 59 Andy Givel: «Er ist von Sinnen!»
- 66 Tanja La Croix über fehlende Zentimeter.
- 66 Andreas Felder vermisst die spassige Werbung.
- 72 Die junge Ostschweizer über Frauen, Gerechtigkeit und eine Zugfahrt.
- 74 Ralph Weibel über seine Freundschaft mit einer Amsel.

### Mehr Infos via QR-Code

Sie finden in diesem Magazin bei mehreren Artikeln QR-Codes, die Sie zu weiteren Infos führen. Hinweis: Bei neueren Handys einfach Kamera aktivieren und auf QR-Code platzieren. Die meisten Zusatzinfos finden Sie zudem auf [www.dieostschweiz.ch](http://www.dieostschweiz.ch) unter dem Menüpunkt «Magazin».

# Warum sich der Freisinn neu erfinden muss

Heute verändert mit dem Computer ein neues Verbreitungsmedium die Welt. Wir müssen uns auf den Weg machen und alles Bisherige, alles scheinbar Selbstverständliche infrage stellen. Dazu gehören unsere Institutionen und politischen Prozesse genauso wie die grundlegenden Werte unserer Gesellschaft. Auch liberale Konzepte müssen neu gedacht werden.

Text: Kurt Weigelt, Bilder: Keystone/Alexandra Wey

Der Kampf um den Sonderbund und das Ringen um den Bundesstaat lösten in der Schweiz eine Welle von Parteigründungen aus. Der Konfessions- und der Föderalismuskonflikt bilden seither traditionelle Unterscheidungsmerkmale unseres Parteiensystems. Eine dritte, klassenkämpferische Frontstellung entwickelte sich mit den ersten sozialdemokratischen Parteien. Mit den gesellschaftlichen Herausforderungen von heute haben diese Konfliktlinien nur noch im Ausnahmefall etwas zu tun.

Bereits vor vierzig Jahren wies Hanspeter Kriesi darauf hin, dass die vertikale gesellschaftliche Differenzierung des Konfessions-, Föderalismus- und Klassenkonflikts durch

das «Paradigma der Lebensweise» und damit durch horizontale Disparitäten abgelöst wird. Die neuen Gegensätze – etwa in Fragen der Umwelt- und Raumordnungspolitik, der Einwanderung oder der Gleichberechtigung – gehen quer durch die alten Konfliktfronten der traditionellen Parteien und Verbände. Neue

politische Bewegungen fokussieren sich auf einzelne Themen. Politisch Interessierte organisieren sich zunehmend spontan, ohne langfristige Bindung und ohne weitergehende Verpflichtungen. Spenden ersetzen den Mitgliederbeitrag.

«Im Vergleich zur politischen Linken reduziert sich der freisinnige Anspruch auf die Forderung nach ein ganz bisschen weniger Staat.»

Aktuelle Ereignisse mit hoher Medienpräsenz beeinflussen das Wahlverhalten. Im Jahre 2011 entschied Fukushima den Ausgang der Nationalratswahlen, vier Jahre später war es die Flüchtlingskrise, 2019 der Medienhype rund um Greta. Der Zeitgeist schlägt die langfristige inhaltliche Orientierung. Ein kerniger Slogan ist wichtiger als die grundsätzliche Auseinandersetzung mit politischen Ideen. Die 280 Zeichen bei Twitter sind der Massstab. Was interessiert, sind einfache Botschaften und starke Bilder. Fähnchen am Balkongeländer ersetzen das Argument. Verstärkt wird dies alles durch die Logik der sozialen Medien. Immer geht es um kurzfristige Aufmerksamkeit. Und dies gelingt am besten mit Zuspitzung. Wir sind die Guten, alle anderen die Bösen. Hier die notleidende Bevölkerung, dort die profitgierigen Unternehmen. Alles ist schwarz-weiß, es gibt nur Zustimmung oder Ablehnung, Sieger und Verlierer.

## Schlagwörter ohne inhaltliche Orientierung

Dies alles widerspiegelt sich im Zerfall der Wähleranteile von FDP, CVP und SP. Mit ihren ursprünglichen Wertvorstellungen erreichen sie immer weniger Menschen. Die traditionellen Milieus lösen sich auf. Nun könnte man sich auf den Standpunkt stellen, dass diese Parteien ihre Mission erfüllt haben und es Zeit ist, an das eigene Ende zu denken. Nur, wer verzichtet schon freiwillig auf Macht und die damit verbundenen Privilegien? Weit menschlicher ist es, mit Zähnen und Klauen den eigenen Besitzstand zu verteidigen, beispielsweise in der Zusammensetzung des Bundesrates.

Zu diesem Überlebenskampf gehört der Versuch, mit der Formulierung von neuen Positionen den Anschluss an den Zeitgeist zu finden. Am konsequentesten dabei ist die CVP. Diese hat

# «Auf die Dauer fehlten mir die lauten Gitarren»

Um rein von der Musik leben zu können, ist Anna Lena Horber noch «eine leichte Depression entfernt». Diese Einschätzung stammt von ihr selber. Wie sie zu werten ist und weshalb die gebürtige St.Gallerin nach Mallorca ausgewandert ist, sagt sie im Interview.

Interview: Marcel Baumgartner, Bilder: zVg.

**Anna Lena Horber, Sie und Rico Horber bilden gemeinsam die Musikgruppe Anna Lux. Was zeichnet Ihren Stil aus?**

Wir nennen unseren Stil «Neue Deutsche Melancholie». Wir lieben die 80er, Synthesizer, aber auch harte Gitarren. Das alles vereinen wir mit deutschen Texten. Ein Journalist hat mal geschrieben: «Anna Lux ist, wie wenn Mia und HIM gemeinsame Sache machen.» Das passt, finde ich, ziemlich gut.

«En lange Schnuuf, das isch wichtig.»

**Wir wurden musikalisch durch bestimmte Ereignisse oder Erlebnisse geprägt. Was waren Ihre?**

Meine Familie war sowieso schon musikalisch. Mein Grossvater war Dirigent, spielte Geige und

Klavier in einer Tanzkapelle und sang geföhlt meine ganze Kindheit mit mir. Leider auch die Geschichte, dass ich trotz Klavierunterricht in der Grundschule auch doch Blockflöte lernen musste... Sehr traumatisch.

**Wann reifte der Wunsch heran, selber Musikerin zu werden?**

Ab 13 Jahren textete ich selbst Songs und wünschte mich auf die Bühne. Ich habe dann angefangen, klassische Konzerte zu geben, das war ganz cool und hat grossen Spass gemacht. Aber auf die Dauer fehlten mir die lauten Gitarren... Nach der Auswanderung hatte ich viel mehr Freiheiten. Aus diesen hat sich dann ganz natürlich unser erstes Album entwickelt.

**Welche Meilensteine haben Sie bestätigt?**

Der sechste Platz in den Schweizer Albumcharts mit unserem Debüt? Wenn die Menschen nach dem Tourkonzert zu dir kommen und sagen, dass es ihnen sehr gefallen hat? Bestätigt fühle ich mich eigentlich nie. Ich kann nicht aufhören, alles doppelt und dreifach zu hinterfragen und denke





**säntis**  
der berg

# erlebnisreicher Mein Säntis

Jetzt gewinnen

Sternenzauberfahrt  
inkl. Übernachtung  
für 2 Personen

zum Wettbewerb



Spannendes rund um Wind, Wetter, Schnee und Eis erfahren –  
in unseren Erlebniswelten auf dem Säntis-Gipfel.

[saentisbahn.ch/erlebniswelten](https://saentisbahn.ch/erlebniswelten)





Porträt der Schweizer Clownin Gardi Hutter, aufgenommen 2000.  
© KEYSTONE/Ayse Yavas

#### Einblicke

Was beinhaltet die Biografie «Trotz allem. Gardi Hutter»? Lesen Sie hier mehr darüber.



Soleil» in der früheren Munitionsfabrik in Vincennes bei Paris, und Nanni Colombaioni, bekannt durch Federico Fellinis Film «I Clowns», gehören dazu. Hier wurden die Fundamente für die späteren Clownfiguren gelegt. Solche Figuren waren, mit wenigen Ausnahmen, in der Vergangenheit von Männern besetzt. Karandache, Grock, Rivel, Rhum, Porto, Oleg Popov und wie sie alle hiessen. Der dumme August à la Annie Fratellini oder die naive Gelsomina (Giulietta Masina) in Fellinis Meisterwerk «La Strada» (1954) kommen einem noch in den Sinn. Gardi ist eben Gardi, die wohl erste Clown-Komödiantin der Schweiz.

Irgendwann zwischen Kaffee und der später stattfindenden Beleuchtungsprobe am Stadttheater Konstanz legte Gardi Hutter für den Porträtisten vor vielen Jahren fest: «Vieles, was ich mache, ist im Grunde genommen eine Opposition zu allem, was ich im Leben, in meiner Jugend gehabt habe.» Und mir wird wieder einmal bewusst: Um den Menschen, über den man schreibt, zu verstehen, muss man sich in seine Haut hineindenken, sich vorstellen, wie man sich selbst in seiner Lage befände.

**Gardi Hutter hat den Schalk im Nacken und ist Provokateurin und Menschenfreundin zugleich.**

#### Unterhalten und aufklären

Gardi, am 5. März 1953 in Altstätten im St.Galler Rheintal geboren, ist in «relativ geistig-engen» Verhältnissen aufgewachsen. Mit Stichwörtern wie gutbürgerlich, katholisch, schaffen, Pflicht und sauber bleiben assoziiert sie ihre Jugend. Als Kind hatte sie viele Berufsziele. Vorerst wurde Gardi in ein katholisches Mädcheninstitut nach Rorschach am Bodensee verfrachtet. «Ich war zu Hause als Mädchen erzogen worden, das irgendwann heiraten würde. Der Beruf war darum nicht so wichtig.» Ihre Vergangenheit im Rheintal hat sie längst verarbeitet. Noch Berührungspunkte? «Nein, Altstätten interessiert mich einfach nicht, es ist ein abgeschlossenes Kapitel. Meine Familie besuche ich dort bei Gelegenheit.» 1996 erhielt sie den «St.Galler Kulturpreis». Gardi, die

zwei erwachsene Kinder hat, lebt seit Dekaden im Dorf Arzo in der Gemeinde Mendrisio (Tessin).

#### Starke Liebe zum Clownesken

Küss die Hand, Harlekin – oder: das Coming-out einer starken Liebe zum Clownesken. Gardi Hutter, harlekinisch. Kann Gardi, die berufsmässige Unterhalterin und Gehirnanstifterin, heute mehr bewegen als früher? «Ich glaube schon. Ich erreiche durch meine Stücke jetzt mehr Menschen, als wenn ich in einer Zeitschrift über die Not in der sogenannten Dritten Welt schreibe. Die Leute haben offene Ohren, weil ich sie auch noch unterhalte. Das Clown-Theater ist für mich auch eine politische Arbeit, einfach auf einer anderen Ebene, und viel lustvoller.»

In ihrem Erfolgsstück «Die tapfere Hanna», die Wäscherin Hanna und ihr Kampf mit den Tücken des Lebens, macht sie sich einen Reim auf die Welt: Bei Hanna geht es um eine komische Frauenfigur, die eine Heldin werden will, aber meint, sie müsse zuerst zum Mann werden, zum richtigen Helden. Aber kleine Leute haben es schwer, aus dem Schatten zu treten... und Hanna geht «heroisch» in ihrem Waschbecken unter. Da geht es nicht um die akkuraten Sitten um den Waschplan in einem helvetischen Wohnblock. Ihr 70-Minuten-Stück, das sie seit 40 Jahren spielt, sprüht von humorvollem, gescheitem Klamauk voller Fantasie. Hannas einziger Lichtblick ist das Buch über die Heldentaten von Jeanne d'Arc, der sagenhaften Jungfrau von Orléans, das zuletzt noch in den Riesenwäschezuber fällt, und sie später hintennach... Feine Charakterpantomime, Temperament und viel Poesie. Gardi Hutter hat den Schalk im Nacken und ist Provokateurin und Menschenfreundin zugleich. Eine kluge Handlungsführung, schlagender Witz, glänzende Selbstdarstellerin: Gardi Hutter ist in «Die tapfere Hanna» vortrefflich.

#### Theater – ein Liebesakt?

«Small is beautiful» war einmal eine populäre These in den 1980er-Jahren. Sollte heissen: Je weniger er hat, um so freier und glücklicher ist der Mensch. Auch für Gardi Hutter: «Ich arbeite mit einem Minimum an Requisiten. Ich bin für armes Theater.» Fazit: Das Wenigste ist das Beste, kein erkennbares Chichi oder Brimborium.

Ob sie wohl Georgio Strehlers Meinung (einst gefeierter Regisseur des renommierten «Piccolo Teatro di Milano») teilt, der behauptet: «Teatro è sempre un atto d'amore» – Theater ist immer ein Liebesakt.

«Eine Diagnose  
ist nie die absolute  
**Wahrheit**»





# Geschichten, die unter die Haut gehen



**Ihre eigenen Tattoos zeigen, was sie im Leben bewegt hat. Dazu dürfte auch der Schritt in die Selbständigkeit gehören. Diesen wagte Jenny Bösch (\*1988) vor drei Jahren. Ein Gespräch über Konkurrenzdenken, «verrückte» Kunden und verlängerte Ferien.**

**Interview: Marcel Baumgartner, Bild: zVg.**

**Jenny Bösch, es ist nun etwas mehr als drei Jahre her, seit Sie in der Wiler Altstadt Ihr eigenes Tattoo-Studio mit dem Namen «Oh Yes Tattoo Atelier» eröffnet haben...**

Du darfst mich gerne duzen, ich mag es locker und persönlich und gehöre ja zu den Jungunternehmerinnen...

**Gerne. Hast du den Schritt in die Selbständigkeit in dieser Zeit schon einmal bereut?**

Im Januar konnte ich auf drei Jahre in meinem eigenen Atelier zurückblicken – und ich bereue keine Sekunde. Es war für mich die beste Entscheidung und ich könnte es mir auch gar nicht mehr anders vorstellen.

**«Vor allem Frauen vertrauen sehr auf mein ästhetisches Auge.»**

**Was gab für dich damals den Ausschlag, ein eigenes Atelier zu gründen?**

Tätowiererin bin ich nun bereits seit elf Jahren. Ich war acht Jahre lang dem Tattoo-Studio treu, in dem ich das Handwerk erlernen durfte. Eine lange Zeit für einen Tattoo-Künstler am gleichen Ort... Es war an der Zeit, das Nest zu verlassen und die Flügel auszuspannen. Dass ich mich selbständig mache und ein eigenes Atelier gründe, war nicht von Anfang an der Plan. Als ich jedoch gesehen habe, dass in der

Wiler Altstadt ein kleiner Laden frei ist, habe ich mich sofort verliebt. Man soll bekanntlich auf sein Herz hören, und das hat mir laut gesagt: «Tu es! Wenn nicht jetzt, wann dann?»

**Es gibt ja gerade in dieser Region einige Anbieterinnen und Anbieter in diesem Bereich. Ist der Markt wirklich gross genug für alle?**

Ja, der Markt ist gross genug. Mit vielen Künstlern, die ebenfalls ihre eigenen Tattoo-Studios führen, habe ich früher zusammengearbeitet. Es ist schön, Freunde zu haben, die der gleichen Passion nachgehen. Das ist für mich persönlich eine grosse Bereicherung. Da ich manchmal auch Anfragen für Tattoowünsche erhalte, die nicht meinem Stil entsprechen, leite ich die Kunden an den jeweiligen Künstlerkollegen weiter. Die Kunden sind dabei sehr dankbar, da sie manchmal selbst nicht wissen, wo sie mit ihrer Idee am besten aufgehoben sind.

**Ist der Trend, sich tätowieren zu lassen, nach wie vor ungebrochen oder flacht die Kurve ab?**

Meiner Ansicht nach hat der Wunsch, sich zu tätowieren, eher zugenommen. Die vergangenen zehn Jahre hat sich viel verändert. Unter anderem können sich Künstler mit den Social-Media-Plattformen besser präsentieren und auch zeigen, was überhaupt alles möglich ist.

**Mit welcher Art der Dienstleistung kann man sich ein möglichst grosses Stück vom Kuchen abschneiden? Wodurch kann man sich von der Konkurrenz abheben?**

Diese Frage zu beantworten ist nicht leicht, da ich kein Konkurrenzdenken habe. Für mich sind die Tätowierer in meiner Umgebung Kollegen – und dabei ist auch jeder Tätowierer in seinem Stil individuell. Ich bin meinen Kunden gegenüber immer so, wie ich selbst auch

# «Dies ist das Fitnessgerät der Zukunft»

Hüpfen wir uns bald alle fit? Mit «Aerower Jumble» hat ein neuer Fitnesstrend die Schweiz erreicht. Was es zum Training braucht, ist ein spezieller Schuh mit Federvorrichtung. Bloss eine verrückte Idee, oder steckt da mehr dahinter? Trainerin Odett Taragos (\*1983) im Interview.

Interview: Marcel Baumgartner, Bild: zVg.

Trainerin  
Odett Taragos.



**Eine Gruppe von Leuten, die zusammen munter durch den Fitnessbereich hüpfen. «Aerower Jumble» klingt verrückt. Woher kommt die Trainingsmethode ursprünglich?**

Die Trainings-Methode kommt ursprünglich von Adam Hornyak, ein ehemaliger ungarischer Fitnesstrainer, der die Aerobic Steps mit dem Reboundsystem kombiniert hat. Er war der Erste, der die Rebound-Schuhe als Fitnessgerät benützt hat. Der Erfolg blieb nicht aus.

**Wie läuft ein Training in der Regel ab? Es dürften hier ja wohl nicht unzählige verschiedene Abläufe möglich sein, oder irre ich mich da?**

Im Prinzip ist das «Aerower Jumble»-Training wie auch andere Trainings aufgebaut: Zuerst kommt die Aufwärmung, dann kommen die Grundlagen, dann die Choreografie Step by step und letztlich dann das Stretching. Die Choreografie ist jedes Mal anders, es gibt nie die gleiche.

«Meine älteste aktive Kundin jumpet mit ihren 70 Jahren regelmässig mit.»

**Welche Bereiche des Körpers werden in erster Linie gestärkt?**

In den Trainings wird der ganze Körper bewegt und gestärkt, wobei durch die Vorteile des Rebound-Systems die Muskeln und Gelenke geschont werden, da der Aufprall um 80 Prozent reduziert wird. Das ist ein riesiger Fortschritt in der Welt des Sports, da wir alle wissen, wie sehr ein intensives Training die Gelenke in Anspruch nimmt.

**Wie sind Sie selbst auf diesen Sport aufmerksam geworden?**

Ich war schon Aerobic- und Spinning-Trainerin, als ich das erste Mal das Rebound-System gesehen habe. Ich war damals sehr skeptisch. Meine

ersten Gedanken waren, dass es wieder nur ein kurzer Trend ist, etwas Neues, das nach ein paar Monaten von der Fläche verschwinden wird. Zum Glück habe ich die Schuhe ausprobiert. Das erste Mal war ich noch sehr vorsichtig beim Jumpen, mir fehlte die Stabilität. Ab der zweiten Nutzung war alles sehr vertraut, also habe ich mich sofort für eine Ausbildung angemeldet. Das ist jetzt schon zwölf Jahre her...

**Erhielten Sie aus Ihrem Umfeld am Anfang auch eher komische Reaktionen?**

Ja, selbstverständlich. Vor zwölf Jahren war das Rebound-System in meiner Umgebung noch nicht bekannt, jeder wollte aber wissen, was das ist und wie man damit trainiert. Nach den ersten Begegnungen haben sich sehr viele für die Schuhe entschieden und benützen diese inzwischen regelmässig. Alter spielt keine Rolle, meine Tochter hat schon mit vier Jahren mit dem Jumpen angefangen, meine älteste aktive Kundin jumpet mit ihren 70 Jahren regelmässig mit.

**Kann effektiv schon von einem neuen Trend gesprochen werden? In der Schweiz ist «Aerower Jumble» aktuell ja noch nicht wirklich bekannt.**

Eigentlich ist es kein neuer Trend, sondern vieles mehr. Dies ist das Fitnessgerät der Zukunft. Immer mehr Menschen achten auf ihre Gesundheit, möchten fit sein, und dabei spielt Sport eine äusserst grosse Rolle. Langsam wird den Menschen klar, dass Sport alleine nicht genug ist; man muss auch darauf achten, Sportverletzungen zu vermeiden. Seit ich meine Trainings mit den Rebound-Schuhen mache, ist auch eine alte Knieverletzung kein Hindernis mehr. Ich trainiere und jogge nur noch mit diesen Schuhen.



# MEHR! BUSINESS

Online wie auch im Printmagazin baut «Die Ostschweiz» den Business-  
teil laufend aus. Zusammen mit den gesellschaftlichen und politischen  
Themen wird sie so zu jener Publikation, welche Unternehmerinnen  
und Unternehmer umfassend, unterhaltend und inspirierend informiert.

**15'000**  
**Unternehmen**

aus den Kantonen SG, TG, AR und AI  
sowie aus dem Fürstentum Liechtenstein  
erhalten regelmässig die Printausgabe  
«Die Ostschweiz».

**1000**  
**neue Ideen**

wie man die wichtigsten Aspekte rund ums  
Unternehmertum attraktiv und spannend  
behandeln kann, setzt «Die Ostschweiz»  
schrittweise um. Hier nehmen wir auch gerne  
Ihre Inputs entgegen. Kontaktieren Sie uns  
via [business@dieostschweiz.ch](mailto:business@dieostschweiz.ch)

**400'000**  
**Leserinnen & Leser**

verzeichnet die Onlinepublikation  
[dieostschweiz.ch](http://dieostschweiz.ch) inzwischen pro Monat.  
Ihnen bieten wir in Kürze mit  
«Die Ostschweiz – Business» ein zusätzliches  
Gefäss, welches den Wirtschaftsbereich  
noch ausführlicher beleuchtet.

# Die nachhaltige Hypothek von acrevis.

Wohnen Sie im Einklang mit der Natur.



St.Gallen · Gossau SG · Wil SG  
Bütschwil · Wiesendangen  
Rapperswil-Jona · Pfäffikon SZ · Lachen SZ

**acrevis**  
Meine Bank fürs Leben



# Nicht den eigenen Egoismus ins Zentrum stellen

## Geschätzte Leserinnen, geschätzte Leser

Als ich angefragt wurde, ob ich ein Vorwort schreiben würde, habe ich spontan zugesagt, ohne gross zu überlegen, was die Leserschaft interessieren könnte. Keine Angst, ich werde nicht darüber schreiben, was und wer in der Covid-Zeit gut oder schlecht war. Ich möchte vielmehr einige Gedanken weitergeben, die uns meines Erachtens in den vergangenen 14 Monaten aufgezeigt haben, was allenfalls hinterfragt werden könnte.

Warum sehnen sich die Menschen nach Dingen, die man noch bis vor Kurzem als normal und somit unwichtig empfand? Viele dieser Wünsche sind Sehnsüchte, die nichts mit materiellem Luxus zu tun haben und nicht mit Geld zu kaufen sind. Es sind alltägliche Sachen wie: Freunde zu treffen und zu umarmen, zur Arbeit zu gehen und sich mit den Arbeitskollegen persönlich auszutauschen, zu den Grosseltern zu fahren und vieles mehr.

Die momentanen Umstände haben uns dazu bewegt, zu reflektieren, was es überhaupt braucht, um auch in Zukunft glücklich zu sein. Die Basis ist in den meisten Fällen ein gesichertes Einkommen. Dazu braucht es in guten wie in schlechten Zeiten ein verlässliches politisches System.

Das Schweizer System (direkte Demokratie) hat sich bewährt. Anders ausgedrückt – die Bevölkerung hat in der Vergangenheit immer die richtigen Entscheidungen getroffen. Darum ist es wichtig und notwendig, dass die Zeit der Einschränkungen (was aber richtig ist und wichtig war) beendet werden kann.

Ich würde sogar sagen, dass es notwendig ist, dass die Politik zwei Schritte zurück macht und sich auf ihre Rolle als gewissenhafter und korrekter Volksvertreter besinnt. Hiermit meine ich, eine Grundlage zu schaffen, damit sich

unser Land erfolgreich weiterentwickeln kann. Das bedeutet auch, mit dem Volkvermögen behutsam umzugehen und für die Interessen der Schweiz und unseres Wohlstandes selbstbewusst einzustehen.

Mit anderen Worten, nicht den eigenen Egoismus ins Zentrum zu stellen und mit abgehobenen und unnötigen Debatten am Volk vorbeizureden. Keine Hindernisse mit unnötigen Gesetzen und Vorschriften zu erfinden, sondern die bestmögliche Basis sicherzustellen, damit wir uns auch in Zukunft frei und glücklich bewegen können. Der Bürger soll also beispielsweise selber entscheiden können, in welchem Spital er sich behandeln lassen will.

Ich darf ein hervorragendes Unternehmen mit vielen tollen Menschen führen. Ich erachte es darum auch als meine Aufgabe und meine Verantwortung, alles zu tun, damit die Mitarbeitenden auch in Zukunft einen sicheren und guten Arbeitsplatz haben. Damit dies auch wirklich funktioniert, ist es enorm wichtig, sich laufend zu hinterfragen, welchen Beitrag man persönlich leisten muss.

Ich wünsche Ihnen eine schöne und glückliche Sommerzeit.

Peder Koch  
CEO/Delegierter des Verwaltungsrates,  
Berit Klinik AG, Speicher





Bruno Jäger.

*Bruno Jäger:* Und trotzdem hat jeder von uns seinen eigenen Bereich und dort im operativen Teil genug zu tun. Da funken wir uns nicht hinein. Aber jeder von uns hat einen Sparringpartner, was Gold wert ist.

*Josef Jäger:* Das bedingt natürlich, dass man miteinander auskommt, was ja nicht überall gegeben ist, wo Familienmitglieder zusammenarbeiten. Die Struktur mit den beiden vom Volumen her etwa gleich grossen Firmenblöcken bietet natürlich auch darüber hinaus noch viele weitere Vorteile. Im Markt sind wir vollkommen unabhängig voneinander. Die Kombination aus «Technik und Entwicklung» auf der einen Seite und dem «Nutzer» auf der anderen Seite befruchtet sich natürlich gegenseitig.

#### **Inwiefern kann ein Unternehmen mit Ihrer Gröszenordnung auch den Markt oder einzelne Entwicklungen beeinflussen?**

*Josef Jäger:* Die Camion Transport AG verstand sich immer als gewisser Branchenvorreiter in bestimmten Bereichen. Wir waren beispielsweise eines der ersten Unternehmen, das konsequent auch auf die ökologischen Aspekte im Transport Wert gelegt hat. Ich gehöre ja nicht den Grünen an, das ist bekannt. Aber Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit waren uns schon immer wichtig und – sofern vernünftig und machbar – entsprechende Umsetzungen sind voranzutreiben.

#### **Zum Beispiel?**

*Josef Jäger:* Unter anderem sicherlich das bereits erwähnte kombinierte Schienen- und Strassen-System, um das uns heute viele beneiden. Darüber hinaus waren wir bei den Ersten, die Mitarbeitende in ökologischer Fahrweise geschult und Fahrsicherheitstrainings angeboten haben. Ebenso haben wir Modelle für berufliche Quereinsteiger kreiert, die inzwischen auch innerhalb der gesamten Branche zur Anwendung kommen.

*Bruno Jäger:* Bereiche anzustossen hat Tradition bei uns. Entsprechende Entwicklungen, bei denen wir Vorreiter waren, gehen bis in die 1970er-Jahre zurück. Die Larag rüstete den ersten Lastwagen mit einem Turbolader aus – ein Erfolgsmodell. Dann kam der erste Vierachser, heute Standard. Auch waren wir eines der ersten Unternehmen, das Elektrofahrzeuge produziert hat. Damit waren wir allerdings rund 30 Jahre zu früh...

Es ist unser Ansatz, liegt in unserer DNA, solche Innovationen anzustossen.

#### **An Neuentwicklungen fehlt es aktuell nicht.**

#### **Die Mobilität der Zukunft wird anders aussehen. Nur, wie wird sie aussehen?**

*Bruno Jäger:* Wir stehen am Anfang vor der grössten technologischen Veränderung im Mobilitätsbereich. Deshalb stehen wir wohl auch vor den grössten Herausforderungen, was unser Unternehmen betrifft. Aufgrund dieser Veränderungen wird sich unsere Branche komplett neu ausrichten müssen, was alles andere als einfach ist. Über 95 Prozent sämtlicher Antriebe funktionieren heute noch auf die konventionelle Art und Weise. Aber die Zukunft liegt bei neuen Technologien. Wir müssen jetzt die Weichen richtig stellen.

«Wir stehen am Anfang vor der grössten technologischen Veränderung im Mobilitätsbereich.»

#### **Und in welche Richtung? Elektrische Antriebe? Wasserstoff?**

*Josef Jäger:* Was man aktuell mit Sicherheit sagen kann, ist, dass es noch lange Zeit verschiedene Antriebsarten geben wird. Wir werden auch noch lange mit den bekannten Verbrennungsmotoren unterwegs sein, wobei auch diese nochmals einen kräftigen Entwicklungsschritt erleben werden. Der gesamte Hype, den die Elektroantriebe ausgelöst haben, wird nochmals relativiert werden. Wenn man hierbei die graue Energie mit einrechnet, entstehen noch ein paar grössere Fragezeichen. Die entsprechende Stromversorgung ist alles andere als einfach. Ein Beispiel: Wenn wir an unserem Standort in Schwarzenbach 30 Elektrolastwagen ans Netz hängen würden, würde es in der Region Wil dunkel werden. Wir haben schlicht und einfach nicht die Infrastruktur für die notwendige Stromversorgung. Da genügen auch ein paar Solarzellen auf dem Dach nicht. Mit denen kann man vielleicht gerade einmal den Stapler speisen...

*Bruno Jäger:* Das Ganze ist viel komplexer, als viele wahrhaben wollen. Und es wird von zwei Aspekten beeinflusst, die mitunter alles andere als deckungsgleich sind. Der eine Aspekt ist die Umsetzung. Was ist technisch möglich

# «Wilder» Osten – der Innovations-Hotspot Europas

Schweizweit wurden noch nie so viele Unternehmen gegründet wie im vergangenen Jahr.

Auch in der Ostschweiz hat die Anzahl der Firmengründungen zugenommen. Dies lässt sich darauf zurückführen, dass Start-ups von vielen Unterstützungsgefässen profitieren können: Die Ostschweiz ist ein attraktives Pflaster für Neu-Unternehmen.

Text: Eveline Angehrn, Bild: Innovationsnetzwerk Startfeld



Spitzentechnologie von der Empa – wirtschaftliche Umsetzung im Startfeld.

Während der letzten zehn Jahre haben Unternehmensgründungen stetig zugenommen. Begünstigt wurden sie durch die grundsätzlich stabile Lage der Schweizer Wirtschaft, aber auch durch die Senkung bürokratischer Hürden von Bund und Kantonen zur Erleichterung der Verwaltungs- und Rechtspraxis für KMU. Der Anreiz zur Firmengründung ist aber nicht nur dadurch gestiegen.

## Unterstützungsgefässe und Plattformen

Zahlreiche Angebote und Plattformen unterstützen Firmengründerinnen und -gründer dabei, ihrer Idee unternehmerisches Leben einzuhauchen und ideale Rahmenbedingungen dafür zu schaffen. Im Kanton Thurgau ist dies unter anderem die Organisation Start Netzwerk Thurgau. In den Kantonen Appenzell Innerrhoden und Aargau sowie St.Gallen können sich Gründer von Startfeld oder dem Institut für Jungunternehmen (IFJ) Unterstützung holen. Aber auch kantonale Institutionen, der Bund oder Veranstaltungen wie der «Start Summit» fördern Start-ups im «Wilden» Osten und helfen verrückten Geschäftsideen auf den Sprung.

Mit der Ansiedlung erstklassiger Bildungseinrichtungen, wie der Universität St.Gallen oder der Fachhochschule OST, einem erstklassigen Forschungsumfeld, wie Empa, und Initiativen wie IT rockt! wird Gründerinnen und Gründern lokal ein wichtiger Grundstein gelegt, um ihre Geschäftsidee zu realisieren und sich ein Netzwerk zu schaffen.

«Eine kluge Standortwahl kann den Erfolg eines Unternehmens positiv beeinflussen.»

## Standortvorteil Ostschweiz

Eine kluge Standortwahl kann den Erfolg eines Unternehmens positiv beeinflussen, weil so Synergien genutzt, Infrastruktur geteilt und Know-how ausgetauscht werden können. Dies hat sich auch während der Coronakrise gezeigt: Lokale KMU aus der Lebensmittelproduktion haben zusammengespannt, um einen Lieferdienst zu lancieren, oder Destillieren und Apotheken haben gemeinsam Desinfektionsmittel produziert.

Der östliche Teil der Schweiz hat viel zu bieten. Im «Wilden» Osten profitieren Firmen von der Lage zwischen dem Vierländereck Deutschland–Österreich–Liechtenstein–Schweiz und dem Hightech-Dreieck Stuttgart–München–Mailand – und befinden sich damit im Innovations-Hotspot Europas. Zusätzliche Benefits, wie attraktive Kosten- und Steuervorteile sowie im Schweizer Vergleich tiefere Lohn- und dadurch Produktionskosten machen den Standort noch attraktiver.

Dessen ist sich auch die Toggenburger Firma AVM bewusst. Sie hat es sich zum Ziel gesetzt, die Software-Programmierung für den Maschinenbau zu automatisieren. Dies ermöglicht es ihr, den Fokus auf die Ablaufentwicklung und Prozessoptimierung ihrer Kunden zu richten, um so nahe an den Kundenbedürfnissen zu sein.

Die Firma AVM profitiert dank ihrem Standort nicht nur von der Nähe zur Kundschaft, sondern auch von einem der weltweit stärksten geltenden Daten- und Patentschutz – verrückte Ideen sind hier also besonders sicher. Dies ist unter anderem ein Grund dafür, weshalb vor allem im «Wilden» Osten die stärksten Industrieunternehmen Europas zu Hause sind.



Mehr über  
«Wilder Osten»  
erfahren Sie hier.



# «Wir sind besonders gefordert»

Freiheit! Endlich! Und dann auch noch auf die hoffentlich sonnigen Sommermonate hin. Was aber bedeutet das für unsere Tourismusdestinationen? Hat man sich auf einen Ansturm vorbereitet? Wir fragten bei Guido Buob (\*1965) von Appenzellerland Tourismus AI und Christian Gressbach (\*1980) von Toggenburg Tourismus nach.

Interview: Marcel Baumgartner, Bilder: zVg.



**Und im Thurgau?**  
Lesen Sie hier die Einschätzung von Rolf Müller, Geschäftsführer von Thurgau Tourismus.



Die Corona-Situation verändert auch unser Ferienverhalten. Wurde in diesem Jahr die Vermarktung Ihrer Region für die Sommermonate quasi zum Selbstläufer?

*Gressbach:* Genau während dieser Zeit bekommt unser Ansatz, die Vermarktung vor Ort, noch mehr Gewicht. Viele Gäste suchen sich neue Reiseziele in der Schweiz aus und werden nur marginal durch Kampagnen beeinflusst. Wir wollen aber die Gäste vor Ort mit unserer Landschaft, diversen Angeboten und Überraschung Aktionen überzeugen und zu wiederkehrenden Gästen und positiven Botschaftern machen. Die Mund-zu-Mund-Werbung (auch über Social-Media-Kanäle) ist einfach glaubwürdiger und effektiver. Die Sommermonate werden zu keinem Selbstläufer. Wir müssen als gesamte Destination die Chance packen und ein qualitativ hochwertiges Produkt abliefern.

*Buob:* Das aktuelle Jahr war bisher wirklich aussergewöhnlich. Wir spüren seit Mitte April endlich, dass es anzieht. Aber wir sind noch bei Weitem nicht auf den Gästezahlen eines normalen Jahres. Vor allem die Gastronomie leidet stark. Bei den Gästen, insbesondere bei den Gruppenausflügen, die normalerweise einen schönen Teil unserer Gäste ausmachen, herrscht eine grosse Unsicherheit und ebenfalls Zurückhaltung. Die Gäste wollen betreut und beraten werden. Darum kann man auch nicht von einem Selbstläufer sprechen. Im Gegenteil: Wir sind besonders gefordert.

Können Sie heute – Anfang Mai – schon grundsätzlich etwas über die Auslastung des hiesigen Angebotes sagen? Wie haben sich Angebot und Nachfrage entwickelt?

*Gressbach:* Das Buchungsverhalten ist kurzfristiger geworden. Aber in den Ferienwohnungen und auf gewissen Campingplätzen ist die





# «Etwas machen, womit keiner rechnet»

**Daniel Oswald:**

«Unsere ursprünglichen Pläne mussten wir über den Haufen werfen.»

Mit der Lancierung einer eigenen Eventagentur erweiterten die Olma Messen St.Gallen im Sommer 2020 ihre Geschäftsbereiche um einen strategischen Eckpfeiler. Spezialisiert auf das Firmenkundensegment bietet, die Agentur Dienstleistungen rund um Konzeption, Planung und Umsetzung von Corporate & Public Events an. Volt Events wird unter der Leitung von Daniel Oswald geführt. Ein Gespräch über die Ruhe vor dem möglichen Sturm.

Interview: Marcel Baumgartner, Bild: zVg.

**Daniel Oswald, die Eventagentur «Volt Events» wurde Anfang 2020 gegründet. Rückblickend hätten Sie wohl kaum einen schlechteren Zeitpunkt wählen können...**

Das mag auf den ersten Blick so aussehen, aber: Wir wurden so von Beginn an gezwungen, flexibel und schnell zu sein. Unsere ursprünglichen Pläne mussten wir zwar über den Haufen werfen, doch

konnten wir unsere Kompetenzen bei diversen Public Events im Olma-Gelände unter Beweis stellen. Dabei haben wir gelernt, wie Corona-Schutzkonzepte erfolgreich umgesetzt werden. Das dürfte jetzt ein Know-how-Vorsprung sein.

«Um die Unternehmenskultur wieder zu leben, eignen sich Personalanlässe.»

**Die intern gesetzten Ziele für die ersten Monate dürften logischerweise nicht erreicht worden sein. Worauf fokussieren Sie sich in erster Linie?**

Unter anderem sehen sich Unternehmen aktuell mit zwei Herausforderungen konfrontiert: Homeoffice und Kurzarbeit haben viele Teams und ganze Firmen auseinandergerissen. Andererseits gibt es Organisationen, die 2020 – und auch weiterhin – mehr denn je gefordert wurden oder sich eine neue Strategie auferlegt haben. Um die Unternehmenskultur wieder zu leben und als Einheit den «#restart» anzupacken, eignen sich Personalanlässe besonders gut. Diese können in grösseren oder kleineren Gruppen, inhouse, outdoor oder in einer passenden

Location stattfinden. Auch der Kundenkontakt hat aufgrund des Lockdowns, des Messeverbots und nicht zuletzt des generellen Eventverbots stark gelitten. Wir rechnen deshalb auch hier mit einem gewissen Nachholbedarf.

**Lassen wir das Thema Corona kurz beiseite. Eventagenturen gibt es in der Ostschweiz ja grundsätzlich schon einige. Wieso benötigt es im Konstrukt der Olma Messen St.Gallen eine eigene?**

Die Olma Messen verfügen seit Jahrzehnten über ein sehr breites Know-how für Anlässe fast jeder Art und führen als eine der wenigen Organisationen in der Ostschweiz jährlich mehrere Grossveranstaltungen durch. In den vergangenen Jahren wurden die Kompetenzen im Bereich der Eventkreation und -konzeption zusätzlich aufgebaut. In den letzten Monaten sind einige Erfahrungen mit virtuellen und hybriden Events hinzugekommen. Unsere Kunden schätzen, dass wir ihnen nun die gesamte Planung, Organisation und Umsetzung aus einer Hand anbieten können.

**Ist Volt Events vor allem darauf ausgerichtet, das Olma-Gelände mit zusätzlichen Veranstaltungen zu füllen?**

Normalerweise ist das Olma-Gelände das ganze Jahr durch intensiv genutzt. Es kam deshalb schon vor, dass insbesondere grosse Corporate Events nicht bei uns durchgeführt werden konnten. Mit Volt Events möchten wir einerseits solchen Kunden eine Alternative bieten, ohne dass diese auf das jahrelange Know-how der Olma Messen verzichten müssen. Andererseits möchten wir genau dieses Know-how auch dann einem Kunden zur Verfügung stellen, wenn dieser aufgrund seiner eigenen Wünsche und Bedürfnisse seinen Event nicht im Olma-Gelände durchführen möchte. Wir planen und führen Events in der bestgeeigneten Location durch, basierend auf den definierten Anforderungen. Egal, wo.

**Daniel Oswald, ab welcher Stufe kann Volt Events einen Prozess übernehmen oder begleiten?**



**Geschäftsführer  
Thomas Lorenz:**

«Das greift  
deutlich zu kurz.»

Das Themenfeld ist sehr breit. Um nur ein paar Beispiele zu nennen, reicht es vom Finanzausgleichssystem, der Zuwanderungsfrage, der Finanzierung der Alterspflege, der Raumentwicklung, einem konkreten Vorschlag zu einem Road-Pricing-System bis zur Frage des Service public, zu der wir kürzlich eine Publikation vorgestellt haben. Auch die Beziehung zur Schweiz haben wir uns näher angeschaut und Empfehlungen zum Beispiel bei den grenzüberschreitenden Dienstleistungen oder bei den sozialversicherungsrechtlichen Regelungen zu Homeoffice gemacht, die nicht nur für Liechtenstein, sondern im wirtschaftlichen Austausch zwischen beiden Ländern nach unserer Ansicht zu Verbesserungen führen würden.

**Welche Eckpfeiler sind wesentlich, um einen Standort nachhaltig zu entwickeln?**

Es mag mittlerweile abgedroschen klingen, aber gute Rahmenbedingungen und eine wirtschaftsliberale Grundausrichtung sind in erster Linie entscheidend für eine langfristig positive wirtschaftliche Entwicklung. Dazu gehören beispielsweise ein stabiles politisches Umfeld, die Verfügbarkeit von Arbeitskräften, ein diskriminierungsfreier Zugang zu ausländischen Märkten und ein angemessenes Steuerregime. Aber die wirtschaftliche Entwicklung kann nicht nur auf das Wachstum des BIP ausgerichtet sein. Die Folgen auf die räumliche Entwicklung, auf die Verkehrsbelastung, Umwelt- und sozialpolitische Aspekte usw. sind in eine verantwortungsvolle Wirtschaftspolitik ebenso mit einzubeziehen. Da hat Liechtenstein in verschiedenen Bereichen definitiv Nachholbedarf. Grundsätzlich sind wir aber der Überzeugung, dass freie Marktkräfte in einem angemessenen regulatorischen Umfeld die besten Voraussetzungen für eine umfassende nachhaltige Entwicklung bieten.

**Braucht es darüber hinaus auch eine Art Alleinstellungsmerkmal, einen Bereich, in dem man eine Vorreiterrolle einnimmt?**

Sie wissen, dass Liechtenstein, wie einige andere Staaten, in der Vergangenheit von einem starken Treuhandsektor profitierte. Internationale Regelungen wie der automatische Informationsaustausch haben die Rahmenbedingungen wesentlich verändert. Es ist schwer vorstellbar, dass Liechtenstein *die* eine wirtschaftliche Nische findet, die zu einem potenten Alleinstellungsmerkmal wird. Zumal wir der Meinung

sind, dass die heutige diversifizierte Wirtschaftsstruktur gerade für einen Kleinstaat ein Erfolgsfaktor ist. So sind wir denn auch verhältnismässig gut durch die letzten Krisen gekommen.

**Das Fürstentum wird oftmals mit dem Bankenzentrum gleichgesetzt. Zu kurz gegriffen?**

Das greift sehr deutlich zu kurz. Über 40% der Wertschöpfung werden von der stark exportorientierten Industrie und dem Gewerbe erarbeitet. Liechtenstein zählt damit zu den höchst industrialisierten Ländern der Welt. Der ganze Dienstleistungsbereich, der nicht nur Banken, sondern auch Versicherungen, Treuhandwesen, den öffentlichen Sektor, aber auch beispielsweise Architektur- und Ingenieur-Dienstleistungen umfasst, trägt etwas mehr als die Hälfte bei. In der Schweiz ist der Wertschöpfungsanteil des Dienstleistungssektors höher: Hier beläuft er sich auf rund drei Viertel der gesamten Wirtschaftsleistung.

**Welches sind die Branchen oder Gebiete, die die grössten Impulse aussenden?**

Wieder auf den Wertschöpfungsanteil bezogen, war das in den letzten Jahren der Wirtschaftszweig «verarbeitendes Gewerbe/Herstellung von Waren» mit rund 40%. Die Konzentration verschiedener international agierender Unternehmen wie beispielsweise Hilti, Hilcona, der Ospelt-Gruppe mit der Marke «Malbuner» oder der Kaiser AG mit den bekannten Schreitbaggern auf diesem kleinen Raum ist schon beachtlich. Der zweitstärkste Sektor waren die Finanz- und Versicherungsdienstleistungen mit einem Anteil von rund 12%.

2019 hat Liechtenstein zudem ein Blockchain-Gesetz geschaffen. Zusammen mit anderen Massnahmen soll damit eine attraktive Rechtsumgebung im FinTech-Bereich entstehen.

«Das klingt nicht nur wissenschaftlich, sondern wir haben klar das Ziel, dass unsere Projekte wissenschaftlich fundiert analysiert werden.»

**Von klugen Köpfen  
der Beziehung  
zur Schweiz.**  
Das vollständige  
Interview mit Thomas  
Lorenz gibt es hier.







# Investieren mit nachhaltiger Wirkung



Erzielen Sie mit Ihren Investments nachhaltige Wirkung, ganz im Sinne der Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals) der UN. Mit unserem transparenten und übersichtlichen Reporting können Sie jederzeit detailliert nachvollziehen, welchen ökologischen Fussabdruck Ihre Investition hinterlässt und welche der investierten Unternehmen einen Beitrag zu den SDGs wie Ernährung oder Bildung leisten.

Investieren Sie jetzt nachhaltig und verantwortungsvoll. Einfach, individuell und das ganz ohne auf eine solide risikoadjustierte Rendite zu verzichten.

 [kaiserpartner.bank/wirkung](https://www.kaiserpartner.bank/wirkung)

kaiser.partner

der Industriesektor. Hier hat Liechtenstein einige echte Perlen und Weltmarktführer zu bieten. Sodann muss man auch in Liechtenstein Steuern zahlen. Ein weiteres Vorurteil ist, dass die Liechtensteiner eher verschlossen sind gegenüber Neuem. Das habe ich nicht so erlebt.

**Sind die beiden Länder im Grundsatz denn effektiv so unterschiedlich?**

Es sind zwei eigenständige Länder: Als Schweizer ist man hier Ausländer. Grundsätzlich sind die Länder aber sehr ähnlich: Es gibt keine Grenzkontrollen und auch Liechtenstein hat den Schweizer Franken. Anders – und für einen Demokraten schweizerischer Prägung zum Teil nicht leicht nachvollziehbar – ist vor allem das politische System mit einem Fürsten. Dieser hat, gestützt auf die Rechtsgrundlagen, weitreichende Machtbefugnisse, was meines Erachtens so in der westlichen Welt einzigartig sein dürfte. Allerdings ist das Fürstenhaus genug intelligent und weitsichtig, diese Macht nur gezielt einzusetzen und niemals auszureizen. So lässt sich auch die hohe Akzeptanz im Volk erklären.

**Und wie sieht es mit der Mentalität der Bürgerinnen und Bürger aus?**

Auch da gibt es viele Gemeinsamkeiten zu den Schweizern. Die Leute sind grundsätzlich ehrlich, geradlinig und fleissig. Kurzum: Sie sind aus dem gleichen Holz geschnitzt wie die Schweizer.

**Was geben Sie Interessierten als Erstes mit auf den Weg? Was muss man über das «Ländle» wissen?**

Liechtenstein ist ein sehr schönes Land, das zwischen Bergen eingebettet liegt und einem privat wie beruflich viele Entwicklungs- und Entfaltungsmöglichkeiten bietet. Leider können die Schweizer nicht so einfach hier Wohnsitz nehmen, wenn sie dies möchten. Besuchen können sie das Land aber jederzeit, was sich absolut lohnt.

**Können Sie abschliessend folgende Aspekte noch in kurzen Worten einordnen bzw. ihren Stellenwert bezeichnen – angefangen mit dem Fürstenhaus?**

Die Liechtensteiner sind stolz auf das Fürstenhaus. Es ist für sie identitätsstiftend, trägt doch das Land dessen Namen. Für uns Schweizer, die wir grundsätzlich stark demokratisch geprägt sind, ist die grosse Zustimmung zur monarchistischen Staatsform zuweilen nicht leicht verständlich. Aber die Liechtensteiner verbinden die erfreuliche Entwicklung des Landes eng mit dem Fürstenhaus und fühlen sich diesem zu grossem Dank verpflichtet.

**Und dann der Bankenplatz...**

Dieser ist zweifelsohne sehr wichtig für Liechtenstein. Der Bankenplatz verfolgt mittlerweile eine konsequente Weissgeldstrategie, die seit mehreren Jahren Früchte trägt, und ist schweizerisch geprägt. Zahlreiche Schweizer haben Schlüsselpositionen inne: So ist mittlerweile auch der CEO der halbstaatlichen Landesbank (LLB) ein Schweizer.

**Den Stellenwert in Europa...**

Ich denke, Liechtenstein hat seinen Platz in Europa gefunden. Es ist ein europäisches Vorzeigeland mit hoher Lebensqualität, tiefer Arbeitslosigkeit und ohne Verschuldung. Liechtenstein gehört zum EWR und unterhält gleichzeitig mit der Schweiz eine Zollunion. Liechtenstein ist – wie auch die Schweiz – sehr geschickt darin, gute Kooperationen mit europäischen Staaten einzugehen, ohne die eigene Souveränität zu verlieren.

**Und schliesslich noch das Verhältnis zur Schweiz...**

Dieses ist sehr gut. Die Schweiz ist für Liechtenstein zweifelsohne der wichtigste Partner, sozusagen wie ein grosser Bruder. Die Schweiz hat vor fast 100 Jahren mit der Zollunion dem seinerzeit nicht auf Rosen gebetteten Liechtenstein Hand geboten und diesem entscheidend unter die Arme gegriffen. Die nachfolgende Entwicklung Liechtensteins ist bekannt und diese war nicht zuletzt dank der Schweiz möglich. Ich denke, das darf man ruhig wieder einmal erwähnen.

«Für uns Schweizer ist die grosse Zustimmung zur monarchistischen Staatsform zuweilen nicht leicht verständlich.»

**Olivier Künzler**  
Präsident «Schweizer Verein im Fürstentum Liechtenstein».



# Zeit war noch nie so wertvoll wie heute

Uhrenmanufakturen stehen für höchste Handwerkskunst, verbürgte Qualität und absolute Exklusivität. Die prestigeträchtigsten Uhrenmarken der Schweiz lassen seit über 90 Jahren im Herzen von Vaduz die Herzen ihrer Kundschaft höherschlagen. Denn im Weissen Würfel logiert das Familienunternehmen Huber Fine Watches & Jewellery. Sein Credo: Glücksmomente schenken.

Der Weisse Würfel ist ein einzigartiges Statement in der Uhrenwelt und steht für eine neue und kreative Denke, die eine wohltuende Alternative zum Zeitalter des E-Commerce und der Online-Shops bildet. Mit ihm hat Huber Fine Watches & Jewellery den Alltag, das Gewöhnliche, weit hinter sich gelassen und neue Massstäbe in der Präsentation von Uhren & Schmuck gesetzt. Norman J. Huber, Chef und Inhaber des Vaduzer Traditionsbetriebs, beweist damit eine Innovationsfreude, die den vielen angebotenen Pioniermarken der Uhrenwelt in nichts nachsteht.

Diese werden wirkungsvoll in Szene gesetzt, im Mittelpunkt bleiben aber die Gäste und Besucher – nicht spezifische Marken. Davon gibt es allerdings viele zu bestaunen: Das Sortiment umfasst aktuell rund dreissig weltbekannte Brands aus der Uhren- und Schmuckwelt.

Das Innere des Weissen Würfels besticht durch eine Huber-eigene Handschrift mit exklusivsten Materialien und warmen Farben, mit Eleganz, Exklusivität und Gastlichkeit, die das Uhren- und Schmuckgeschäft seit über neunzig Jahren erfolgreich macht. «Hier werden Gäste mit Namen begrüsst und verabschiedet», sagt Norman J. Huber und konkretisiert: «Wir sind zwar sehr exklusiv, aber nicht elitär. In unseren Filialen treffen die besten Marken der Welt, exklusive Schmuckstücke und klassische Vintage-Raritäten auf Menschen, die allesamt eines vereint: die Leidenschaft für Präzision, Brillanz und echtes Handwerk.»



Norman J. Huber,  
Chef und Inhaber  
von Huber Fine  
Watches & Jewellery.

«Hier werden Gäste  
mit Namen begrüsst  
und verabschiedet.»



  
**HUBER**  
WEISSER WÜRFEL

Huber Fine Watches & Jewellery  
Städtle 34, FL-9490 Vaduz  
T +423 237 14 14  
welcome@huber.li  
www.huber.li

Öffnungszeiten  
Mo. bis Fr. 9.30 Uhr bis 18 Uhr  
Sa., 9.30 Uhr bis 16 Uhr



# Solidaritätsfonds für die Kollegen

**Sehr teuer, aber dennoch überwiegen die Vorteile: Auch in Krisenzeiten setzt die Hilti-Gruppe auf den Wirtschaftsstandort Liechtenstein. Gerade die Corona-Pandemie habe die ausgeprägte Unternehmenskultur einmal mehr betont. Es flossen gar Millionen in einen Fonds.**

Text: Manuela Bruhin, Bild: zVg.



**Mediensprecher Matthias Hassler**

*Eine solche Unternehmenskultur entsteht nicht von heute auf morgen.*

**«Über 2300 Mitarbeitende verzichteten im zweiten Halbjahr 2020 auf fünf Prozent ihres Gehalts.»**

Mit fast 1900 Arbeitnehmer ist die Hilti-Gruppe der zweitgrösste Arbeitgeber im Land. Und gerade die Corona-Krise hat verdeutlicht, dass die kurzen Wege zwischen den Unternehmen, Verbänden und Behörden einen klaren Vorteil bedeuten, sagt Mediensprecher Matthias Hassler. Auf der anderen Seite komme es in Krisen regelmässig zu einer Aufwertung des Schweizer Frankens. «Daraus ergab sich für das Geschäftsjahr 2020 ein negativer Währungseffekt auf den Umsatz von über fünf Prozent – also allein aufgrund der Konsolidierung in Schweizer Franken.» Als sehr teuer betitelt er den Wirtschaftsstandort, aber die liberale Wirtschaftspolitik, die hohe Rechtssicherheit und die gute Sozialpartnerschaft werten die Nachteile klar auf.

## **Für andere eintreten**

Nebst all den Herausforderungen, welche die Corona-Pandemie mit sich brachte, hat sie auch gezeigt, wie gross der «familiäre Spirit» innerhalb des Unternehmens ist. Um die am stärksten betroffenen Kollegen zu unterstützen, wurde ein Solidaritätsfonds eingerichtet. «Über 2300 Mitarbeitende von 14 Standorten, inklusive Management und Verwaltungsrat, verzichteten im zweiten Halbjahr 2020 auf fünf Prozent ihres Gehalts und erhielten dafür zusätzliche Kompensationstage», so Hassler weiter. Dadurch kamen 6,8 Millionen Franken zusammen, die das Unternehmen schliesslich verdoppelt hat. Mit den 13,6 Millionen Franken erhielten beispielsweise über 4000 Mitarbeiter ein bis drei zusätzliche Monatsgehälter.

## **Gemeinsames Ziel**

Eine solche Unternehmenskultur entstehe jedoch nicht von heute auf morgen. Alle einhalb bis zwei Jahre durchlaufen alle, von den Mitarbeitenden bis hin zur Konzernleitung, dieselben Kultur-Workshops und setzen sich mit denselben Themen auseinander. Hassler: «Durch können wir als weltweites Team agieren und auf ein gemeinsames Ziel hinarbeiten: eine nachhaltige Wertgenerierung durch Differenzierung und Marktführerschaft.»

Die Corona-Krise habe die langfristige Orientierung auf Kontinuität, Stabilität und Vertrauen bestätigt. Sämtliche Aktien des Konzerns befinden sich nach wie vor im Besitz des Martin Hilti Family Trust. Die Gründung wurde 1980 durch einen Erbverzicht der Familienmitglieder ermöglicht, dadurch sei der Trust auch unabhängig von allfälligen Familieninteressen. Der Trust stellte einen Kredit zur Verfügung und verzichtete auf eine Dividende, so Hassler. «Das stärkte die Liquidität des Unternehmens und trug dazu bei, dass wir die Arbeitsplätze erhalten und die Investitionen in strategische Projekte weiterführen oder sogar beschleunigen konnten.»



**Vom Bolzensetzgerät bis zu Systemlösungen**  
Die Erfolgsgeschichte von Hilti.

# «Grosse Agenturen gibt's in der Stadt, grossartige auf dem Land»

Das Rheintal gilt nicht als Nabel der Werbewelt. Doch in der Kommunikation ist vieles mehr Schein als Sein. Kreativität, gepaart mit der typischen Ostschweizer Zuverlässigkeit, setzt sich immer öfter auch im Rest der Schweiz durch. Im Gespräch mit Carsten Zeiske, CEO der Kommunikationsagentur Foxcom in Diepoldsau.

Interview: Stefan Millius, Bild: Paolo Vaccariello

Mit Blick auf Zürich gilt ja meistens in Bezug auf Agenturen: Je grösser, desto besser. Sie führen eine personell kleine Agentur. Bewusst oder gezwungenermassen? Und was halten Sie von der Grösse als Bewertungskriterium?

Die Grösse zwischen fünf und zehn Mitarbeitenden finde ich ideal und hat sich bei uns so ergeben. Entscheidend ist das erweiterte Netzwerk, das es uns erlaubt, auch grosse Projekte umzusetzen. Vor über zehn Jahren hatten wir mal ein Plakat am Zürcher HB. Dort stand drauf: «Grosse Agenturen gibt's in der Stadt, grossartige auf dem Land.» Mir gefällt der Spruch. Nicht weil er von uns ist, sondern weil er immer noch zutrifft. Wir betreuen einige Kunden in Zürich und Umgebung.

Ihre Agentur ist bei Pitches überdurchschnittlich erfolgreich. Was ist das Rezept? Nehmen Sie nur in ausgesuchten Fällen teil, bei denen Sie grosse Erfolgchancen haben, oder liegt das Geheimnis an einem anderen Ort?

Es gibt kein Rezept. Sonst hätte ich das schon längst für viel Geld verkauft. Wir sind einfach ein starkes Team, in dem sich wirkungsvolle Ideen entfalten können. Als kleine Agentur kriegen wir nicht viele Chancen, an Pitches teilzunehmen, aber diese nutzen wir dann. Mit einer Erfolgsquote von über 80%.

Neben dem Rheintal ist auch Liechtenstein ein Marktgebiet, dort unterhalten Sie auch ein eigenes Büro. Ist diese Präsenz vor Ort in Zeiten der Digitalisierung wichtig? Und ist das klare

Bekenntnis zu einer bestimmten Region eine Einschränkung oder ein Vorteil?

Wir sind froh, dass wir drei Standorte in drei Ländern haben – Diepoldsau, Vaduz und Berlin. Kundennähe ist wichtig, auch wenn wir in den letzten Monaten viele Besprechungen digital geführt haben. Es geht vor allem darum, den Markt und seine Menschen zu kennen. Und da ist es natürlich von Vorteil, wenn man als Agentur vor Ort ist. Aber es geht auch auf Distanz. Wir betreuen einige Kunden in Zürich und Umgebung. Auch ohne Agentursitz in der Nähe.

Sie waren einst ein ambitionierter Sportler. Wo sehen Sie Parallelen zwischen Leistungssport und ihrer heutigen Tätigkeit?

Da gibt es viele Parallelen. Erfolgreiche Sportler und erfolgreiche Agenturen haben immer ein gut funktionierendes Team. Wir gewinnen und verlieren zusammen. Abgesehen davon, ist es unseren Kunden nicht wichtig, wer bei uns die zündende Idee hatte, ob Creative Director oder Lehrling. Als Captain der deutschen Unihockey-Nationalmannschaft war es mir grundsätzlich egal, wer die Tore geschossen hatte. Aber natürlich war es immer gut fürs eigene Selbstbewusstsein, wenn ich es war, der getroffen hat. (lacht)

«Entscheidend ist das erweiterte Netzwerk, das es uns erlaubt, auch grosse Projekte umzusetzen.»

**Carsten Zeiske:**

«Wir sind froh, dass wir drei Standorte in drei Ländern haben – Diepoldsau, Vaduz und Berlin.»





# Wenn die (Ost-)Schweiz das Zünglein an der Waage spielt

**Negative Testergebnisse, Quarantäne, Einreisebeschränkungen: Das Reisen war in den vergangenen Monaten coronabedingt an viele Hürden geknüpft. Zu viele, fanden einige, und blieben zu Hause. Oder suchten eine Alternative, bei der sich das Reisen relativ unkompliziert gestaltete: wie beispielsweise im Fürstentum Liechtenstein. Die Schweiz mauserte sich dort gar zum wichtigsten Herkunftsland.**

**Text: Manuela Bruhin, Bilder: zVg.**

Was heute gilt, ist morgen längst veraltet. Auslandsferien zu buchen sorgt bei den meisten für Schnappatmung und Verwirrung. Welche Länder das Bundesamt für Gesundheit (BAG) nun auf die Risikoliste setzt, wo welche Einreisebestimmungen herrschen oder gar eine Quarantäne eingehalten werden muss – da bleiben viele lieber gleich zu Hause. Da sich die Krise aber hinzieht, wurde nach einer Alternative gesucht. Und bei unserem Nachbarn gefunden. Zwar sei man natürlich – wie überall auf der Welt – von der Corona-Pandemie betroffen, wie Nicole Thöny, Projektleiterin Marketing und Kommunikation von Liechtenstein Marketing, erklärt: «Als das Reisen wieder, wenn auch eingeschränkt, möglich wurde, ist die Nachfrage nach alpinen Destinationen gestiegen. Davon hat auch unser Bergdorf Malbun profitiert.» Die Logiernächte in den Hotelbetrieben im Berggebiet





# Kurztrips

## Fürstentum Liechtenstein



### Auge in Auge mit dem Steinadler

Nur im Liechtensteiner Bergdorf Malbun gibt es die Möglichkeit, mit einem Steinadler eine Wanderung zu unternehmen. Als besonderes Highlight bietet einem die Falknerei Galina die Möglichkeit, einen Steinadler hautnah und ganz «privat» zu erleben. Vom startenden über den fliegenden, kreisenden bis hin zum landenden Adler reichen die faszinierenden Augenblicke. Übrigens mit Fotomotiven, die man nirgendwo sonst auf der Welt erhält. Spannend sind zudem die Anekdoten und Geschichten rund um diese edle Jagdform, die früher nur Fürsten, Königen und Kaisern vorbehalten war.

[www.tourismus.li/adlerwanderung](http://www.tourismus.li/adlerwanderung)

### Weltweit einzigartig – Der Liechtenstein-Weg



Im Fürstentum Liechtenstein können Wanderer auf dem Liechtenstein-Weg innerhalb von wenigen Tagen ein ganzes Land erwandern und in seiner ganzen Tiefe kennenlernen. Der 75 Kilometer lange Liechtenstein-Weg führt durch alle 11 Gemeinden des Landes, vorbei an idyllischen Weinbergen, Naturschutzgebieten, alten Dorfkernen, vielen Sehenswürdigkeiten und ist gespickt mit herrlichen Ausblicken. Je nach Sportlevel kann der Weg in zwei, drei oder mehr Tagen erkundet werden. Ein Gepäcktransport sorgt für das nötige Extra an Entspannung. Tipp: Es gibt auch eine abwechslungsreiche 85 km lange E-Bike Strecke entlang des Liechtenstein-Wegs.

[www.liechtensteinweg.li](http://www.liechtensteinweg.li)

### Liechtensteinische Schatzkammer

Wunder, Prunkwaffen, Fabergé und Mondgestein – Kostbarkeiten aus der fürstlichen Sammlung, aussergewöhnliche Exponate zu Liechtenstein, aus der ganzen Welt und darüber hinaus. Die Liechtensteinische Schatzkammer zeigt einem eine im Alpenraum einmalige Kollektion an Preziosen aus fünf Jahrhunderten. Kunstwerke, Kunsthandwerk und Besonderheiten erlebt man in überwältigender Dichte und Vielfalt. Mit einer repräsentativen Auswahl an Werken hat «LIECHTENSTEIN. The Princely Collections Vaduz-Vienna» einen wichtigen Teil für die Schatzkammer zur Verfügung gestellt.



[www.schatzkammer.li](http://www.schatzkammer.li)

### Lama- und Alpaka-Trekking

Es gibt fast nichts Entspannteres als eine Wanderung durch die Liechtensteiner Alpenwelt mit Lamas und Alpakas. Ein unvergessliches Naturerlebnis für Gross und Klein ist garantiert. Anna-Lena Beck und Marc Schädler kennen ihre Lamas und Alpakas und wissen viel Interessantes über die haarigen Freunde zu erzählen.

[www.lama-alpaka.li](http://www.lama-alpaka.li)



# Es ist zum verrückt werden...



Würden Sie sich selbst als voll entwickelte und funktionsfähige Person bezeichnen? Ich bin mir fast sicher, dass die meisten dies umgehend mit der Vorstellung eines verantwortungsvollen Mitglieds der Gesellschaft verbinden, welches auch in Krisenzeiten leistungsbereit und ohne Krankheitsabsenzen seinen Job erfüllt.

Das hat Carl Rogers, einer der Begründer der personenzentrierten Beratung, damit aber nicht gemeint. Eine solche Person ist nach ihm vielmehr jemand, der fähig ist, all seine Gefühle zu erleben und vor keinem dieser Gefühle Angst hat. Jemand, der damit beschäftigt ist, sein eigenes Beweismaterial zu finden, und vollkommen mit dem Prozess beschäftigt ist, sich selbst zu sein und zu werden.

Es ist zum Verrücktwerden, dass wir die Marsmission planen und die Entwicklung künstlicher Intelligenz vorantreiben, während wir uns im Umgang mit unseren Emotionen häufig noch wie Kleinkinder in der frühen Entwicklungsphase benehmen. Menschen, welche in unserer emotionsregulierten Gesellschaft ihren Gefühlen spontan Ausdruck verleihen oder Dinge tun, die nach aussen völlig zweckfrei erscheinen, werden manchmal als leicht verrückt taxiert.

Menschen sterben infolge ihres Organismus, der nicht mehr funktionsfähig ist. Menschen sterben auch an den Folgen eines Geistes, der in der Dunkelheit gefangen ist und die Schönheiten im Leben nicht mehr erkennen kann. In der tibetischen Psychologie wird destruktiven Denkprozessen und den daraus resultierenden negativen Emotionen grosse Aufmerksamkeit geschenkt.

Schüler\*innen lernen dort, sich eine Emotion wie Trauer oder Angst als Person vorzustellen und sich in sie hineinzusetzen, um herauszufinden, womit sie genährt werden möchte.

Diese Kolumne widme ich meinem Vater. Sein Geist war optimistisch und fröhlich, während sein Herz zu müde geworden ist. Ich halte mich daran, was er mich gelehrt und selbst vorgelebt hat: Ich ziehe die Schönheit in den Dingen der Nützlichkeit vor. Ich bin nämlich nicht verrückt. Und wie geht es Ihnen?

**Simone Hengartner Thurnheer ist Dozentin an der OST – Ostschweizer Fachhochschule mit Schwerpunkt Kommunikation und professionelle Gesprächsführung in der Sozialen Arbeit**



Alle bereits publizierten Artikel von Simone Hengartner Thurnheer finden Sie hier.

## Kategorien

Er ist von Sinnen! Das sagen die Angehörigen Jesu an einer Stelle der Bibel über ihn. Er ist verrückt! Verrückt, weil er Dämonen austreibt, weil er das Böse vertreibt und sich für das Gute einsetzt.

Jesus ver-rückte die Lebenssituationen vieler Menschen. Er rückte zurecht! Rückte sie wieder ins rechte Licht. Er gab ihnen wieder Platz unter den Menschen, in der Gesellschaft und lies sie am Leben teilhaben.

Heute sind wir oft schnell im Urteilen darüber, wer ver-rückt ist und wer nicht. Wir meinen zu wissen, wie das Leben gelebt werden soll, was noch im Rahmen des Ertragbaren und was ausserhalb jeder Norm liegt. Ein Urteil mit Folgen. Denn zurück-rücken ist wesentlich schwieriger und dauert länger. Wer den Stempel «ver-rückt» trägt, wird ihn nicht so schnell wieder los. Seien wir darum vorsichtig, wenn wir die Kategorie «ver-rückt» verteilen, aber bemüht darum, ver-rückte Menschen nicht aus den Augen zu verlieren.

**SP. Andy Givel, Pallottiner**



Hier geht es zu den bereits erschienenen Kolumnen von Andy Givel.

# Wie man sich einrichten sollte – oder eben doch nicht?

Wer eine neue Wohnung bezieht und sich die Beratung eines Einrichtungsprofis ersparen will, findet im Web viele Tipps. Nur: Die gut gemeinten Ratschläge haben selten etwas mit der typischen Wohnwirklichkeit in der Schweiz zu tun. Und manchmal wirken sie unfreiwillig komisch. Ein nur leicht satirischer Blick auf Expertenstimmen.

Text: Stefan Millius, Illustration: shutterstock

Man soll sich in seiner eigenen Wohnung wohlfühlen. Aber die Gäste sollten auch ein bisschen beeindruckt sein. Und was, wenn man plötzlich prominent wird und eine Homestory winkt? Jedenfalls ist es vielen Schweizerinnen und Schweizern nicht völlig egal, wie die eigenen vier Wände aussehen.

«Wozu muss eine Wand frei bleiben? Was macht man mit einer freien Wand?»

Wer sich dabei nicht einfach auf den eigenen Geschmack verlassen will, sucht gerne im Internet nach allgemeingültigen Antworten über das, was punkto Einrichtung geht oder nicht geht, wie die aktuellen Trends aussehen und so weiter. Das Problem ist nur: Die wenigsten Tipps sind realitätsnah. Für die meisten müsste man über ein mittleres Schloss oder wenigstens ein Loft von 500 Quadratmetern verfügen. Und über Geld. Viel Geld.

## Freie Wände braucht das Land!

Lesen wir uns also durch die Welt der Expertenratschläge. Fast jede Webseite, die Einrichtungstipps vermitteln will, schreit es ganz zuoberst: «Stellen Sie die Möbel nicht an die Wand!» Mit anderen Worten: «Tun Sie bloss nicht, was fast jeder tut.» Warum denn eigentlich nicht? Zum Beispiel, heisst es an einer Stelle, weil keine Wand mehr frei bleibt, wenn Sofa, Schrank, Regale und Kommoden alle dort zu stehen kommen. Wobei die Frage ja ist: Wozu muss eine Wand frei bleiben? Was macht man mit einer freien Wand? Und die andernorts genannte Gefahr, dass der freie Platz zwischen den Wänden sonst schnell «wie ein Mini-Ballsaal» aussehe, mutet angesichts der gängigen Wohnflächen auch eher seltsam an. So mancher wäre froh um einen kleinen Ballsaal. Jedenfalls: Wohl dem, der so viel Platz hat,

dass er das Sofa mitten in den Raum stellen kann – wie vorgeschlagen – und dann den Fernseher trotzdem nicht direkt vor der Nase hat. Das ist dann ein Erste-Welt-Problem.

Überhaupt scheint alles, was dem Standardreflex entspricht und in den meisten Wohnsituationen Realität ist, für Profis nicht zu gehen. «Kaufen Sie keine Sitzecke!», rät ein anderes Portal. Klar, denn mit einer Sitzecke sind ja auf einen Schlag gleich zwei Wände belegt, was ja nicht sein darf, wie wir inzwischen gelernt haben. Deshalb solle man sich besser für verschiedene einzelne Elemente in der zueinander passenden Optik entscheiden. Auch hier klingelt der Wirklichkeits-sinn Alarm. Erstens sind fixfertige Sets meist günstiger. Und zweitens kostet die Suche nach einer stimmigen Kombination aus Einzelstücken viel Zeit – wenn sie überhaupt jemals





# Eine Hommage an die Hochwasserhose



Vom Kindergarten bis zur 6.Klasse habe ich gespürt, dass ich anders war als die meisten Kinder auf dem Schulhausplatz. Ich habe ausgesehen wie ein Junge, war gross wie ein Turm und dünn wie eine Bohnenstange. Spargeltarzan haben sie mich genannt. Ich habe mir als eines der ersten Mädchen die Haare gefärbt, mit Strähnchen, die ausgesehen haben wie der Rücken eines Zebras. In der dritten Klasse, als die Mädchen damals lediglich die Puppen mit Röckchen kleideten, habe ich mich getraut, mit einem mit Blumen bestickten Rock zur Schule zu gehen. Obschon dies nach nichts Aussergewöhnlichem klingt, war es zur damaligen Zeit ziemlich mutig. Doch zur Sicherheit hatte ich unter meinem bodenlangen Rock die auf «Nummer-sicher-gehende» Hose angezogen. Die Mitschüler haben mich dann wortwörtlich gezwungen, die Hose, respektive den Rock, herunterzulassen und mich den damals noch sehr konservativen Ansichten über experimentierfreudiges Kleiden zu fügen.

Mit einer Körpergrösse von stolzen 178 Zentimetern im Alter von 12 Jahren waren mir schlichtweg alle Hosen viel zu kurz.

Stellt euch vor, ich wurde wegen solcher Lappalien des Öfteren heftig gemobbt. Das war einschneidend und hat mich geprägt. Ich fing an, die Hosen in die Stiefel zu stecken, um die nicht vorhandene Länge zu tarnen. So konnte ich mich vor den fiesen Sprüchen schützen. Und wer hätte das gedacht, dass ich damit doch glatt einen neuen Trend entdeckte. Diese Aktion zeigte mir, dass ich kein Opfer sein muss, sondern es selber in die Hand nehmen kann.

Darum lernte ich sehr früh, mich den Hänseleien aufgrund meiner Körpergrösse, meiner Postur oder meiner gewagten Mode-Kreationen zu stellen und mir selber treu zu bleiben.

Selbstakzeptanz beinhaltet, dass wir uns selbst so annehmen, wie wir sind. Sei du selbst, egal wie du aussiehst, woher du kommst, welche Kleidung du trägst, welchen Dialekt du sprichst oder wie deine Schuhbündel gebunden sind. Sie werden immer etwas finden, um von sich selber abzulenken, auch wenn dies lediglich eine Hochwasserhose ist. Darum Ärmel hochkrepeln, Hose in die Boots stecken und weitermachen!

**Tanja La Croix (\*1982) heisst eigentlich Tanja Wettach und ist DJ, Produzentin, Content Creator, Event Manager und Brand Ambassador. Sie stammt aus St.Gallen.**

# Gerber sucht den «Purpose»

Gerber studiert. Nicht an der Uni, sondern im Büro. Seit Stunden. Schwierige Frage, alles so verdammt kompliziert – es ist zum Wahnsinnigwerden. «Gerber. Der Werber!» – so kurz und bündig ist er seit über 30 Jahren erfolgreich im Geschäft, hat so einiges erlebt. Früher war das Leben als Werber definitiv einfacher: Ein paar kreative Ideen bei einer Flasche Wein bröseln, eine krasse Übertreibung da, etwas Witz dort, eine Anspielung, vielleicht eine Prise Sex, gut aufgerührt mit genügend Budget und fertig war die preisverdächtige Kampagne. Dann das Ganze nur noch mit werberischer Überzeugungskraft dem Kunden verklickern, später am Filmset den Marketingleiter inkl. seiner Assistentinnen gut verköstigen, danach ein paar Kreativpreise abholen (mindestens eine Statue für den Chef!) und alle waren happy. Und das Honorar? Na ja, sagen wir mal, grosszügig.

Heute ist das anders. Es reicht längst nicht mehr aus, nur gute Produkte zu produzieren. Die kritischen Konsumenten wollen jetzt wissen, woher, wie viel, wieso und wozu. Jedes Unternehmen braucht heutzutage einen «Pöörpes», schweizerdeutsch für «Purpose», also einen Sinn, einen höheren Daseinszweck. Wozu existiert eine Organisation? Wofür steht sie und welche Probleme will sie lösen? Und so brütet Gerber seit Stunden über dem Purpose seines Kunden «Haikel», eines erfolgreichen Produzenten von Toilettenpapier. Welche Probleme «Haikel» löst, liegt ja auf der Hand, respektive auf dem dreilagigen Papier. Möglichst viele Rollen «Supersoft & Flauschig» zu verkaufen ist aber kein höherer Daseinszweck! Vielleicht sollte man etwas mit Wasser und Toiletten in Afrika machen oder Aufforstung in Südamerika?

Eine grüne Weste zieht ja heutzutage. Gerber ächzt. Alles so ernst, so seriös, so kopflastig heute. Kein Spass, kein Sex, kein Wein zum Zmittag. Nix von alledem. Klimajugendtauglich, gendergerecht und total spassfrei ist die Werbung heutzutage. Und anstrengend.



**Andreas Felder  
REMBRAND AG, Branding & Campaigning**

# Er lebt den «American Way of Life»

Seit seinem 16. Lebensjahr ist Fabian Egger in der Weltgeschichte herumgereist. Heute lebt der Ostschweizer die meiste Zeit in Los Angeles und startet als DJ gerade so richtig durch: Mit Stars wie Big Sean, Nicki Minaj und Drake stand er bereits auf der Bühne. Weshalb ihm das geglückt ist, was den meisten eben verwehrt bleibt, und ob es wirklich so traumhaft ist, in der Traumfabrik zu wohnen, verrät er im Interview.





# Lebensentwürfe

Orte, an denen wir aufwachsen, leben und wohnen, prägen unser Leben. Und sie glänzen nicht immer durch Kreativität. Anders sieht es bei diesen drei Beispielen aus.



## Wasserschloss Hagenwil

Auf einem Schloss oder einer Burg zu wohnen, das würden sich wohl viele wünschen. Für Andi Angehrn ist das nichts Ungewöhnliches – schliesslich ist das Schloss Hagenwil bereits seit über 200 Jahren in Familienbesitz. Angehrn selber wuchs im Gebäude nebenan auf. Das Bewusstsein, dass das Wasserschloss etwas ganz Besonderes ist, wuchs erst in seinen Teenagerjahren. «Trotzdem habe ich als Kind natürlich verbotenerweise mit meinen etwas mutigeren Cousins die alten Gemäuer erkundet», erinnert sich Angehrn. Nach wie vor ist das Schloss sein Zuhause – mit keinerlei unheimlichen Komponenten. Schliesslich wird jedem Schloss auch ein Schlossgeist nachgesagt. «Gegenüber neuen Mitarbeitern und auch Gästen können die nächtlichen Räume durchaus etwas Gespenstisches haben.» So wurde schon mehrfach von Gästen über vermeintlich übernatürliche Geschehnisse berichtet. Angehrn: «Oft waren es Gefühle, manchmal auch Schatten.»



Wie lebt es sich in einem Schloss?  
Zu Besuch bei Andi Angehrn.



## Im Zoo bei den Schimpansen

Der Walter Zoo ist über die Landesgrenzen hinaus bekannt. Karin Federer wurde nicht nur jüngste Zoodirektorin der Schweiz, sondern ist sozusagen im Zoo aufgewachsen. Dabei konnte sie viele lehrreiche Begegnungen verzeichnen – bekam aber auch die Schattenseiten zu spüren. Ihre Kindheit beschreibt die Gossauerin als schön: «In einem Zoo aufzuwachsen ist sicherlich nicht alltäglich.» Es sei immer etwas los gewesen, viele tolle Erlebnisse konnte sie mit verschiedensten Tieren verbuchen, welche sie stark geprägt haben. Doch nicht immer herrscht eitel Sonnenschein, wenn man die Kindheit im Zoo verbringt. 1993 beispielsweise machte man schwierige Zeiten durch, es gab unter anderem Fehlkalkulationen für die Schimpansenanlage. Das Unternehmen geriet in finanzielle Schieflage.



Aufgewachsen im Zoo. Eindrücke von Karin Federer.



## Mehrgenerationenhaus

Mehrgenerationenprojekte haben es hierzulande nicht einfach. Während der Wunsch nach Gemeinschaft wächst, ist es auf der anderen Seite schwierig, überhaupt an geeignete Objekte heranzukommen. Die Gründe für Mehrgenerationenwohnen sind vielfältig. Dass sich die Nachfrage verstärkt hat, bestätigt Bernhard Müller, Präsident der Baugenossenschaft Mehrgenerationenprojekte Ostschweiz. «Immobilienvermarkter haben für sich entdeckt, dass in der Gesellschaft der Wunsch nach Gemeinschaft wichtiger geworden ist und sich Zwei- bis Dreifamilienhäuser mit dem Anker Mehrgenerationenwohnen in den Ausschreibungen besser oder vielleicht sogar teurer verkaufen lassen.»

In der Ostschweiz befindet sich ein Mehrgenerationenhaus beispielsweise in Trogen oder Notkersegg. Egal, um welches Projekt es sich aber handelt, eines haben sie stets gemeinsam: Sie brauchen einen langen Atem.



Mehr zum Trend «Mehrgenerationenhaus».





# #Alle Frauen



Am Abend des 3. März ist die Britin Sarah Everard auf dem Weg nach Hause verschwunden. Sieben Tage später wurde ihre Leiche im Wald gefunden. Ein Geschehnis, das eine grosse Welle der Wut und Solidarität auslöste. Ausgehend von einer Studie aus Grossbritannien, welche aufzeigte, dass 97% der befragten Frauen bereits belästigt worden sind, begannen Frauen von überall auf der Welt ihre eigenen Erlebnisse mit sexueller Belästigung zu teilen. Das Hashtag #97percent-challenge wurde geschaffen.

Leider begannen nun überall auf der Welt Männer mit dem Hashtag #notallmen zu entgegnen. Dieser Trend ist dermassen ignorant und rücksichtslos gegenüber jeder Frau und Person, die bereits Opfer von Belästigungen geworden ist. Jede Frau weiss ganz genau, dass nicht jeder Mann eine Bedrohung ist. Trotzdem ändert das rein gar nichts an der Tatsache, dass sie einem Mann, dem sie auf der Strasse begegnet, nicht ansehen kann, ob jener ihr etwas antut oder nicht. Es ändert nichts daran, dass jede Frau von

klein an unzählige verschiedene Regeln lernt, um sich zu schützen. Dass jede Frau, die nachts alleine unterwegs ist, um ihr Leben fürchtet und deshalb Turnschuhe anzieht, falls sie wegrennen muss. Oder dass sie nur mit den Schlüsseln zwischen den Fingern ein gewisses Gefühl von Sicherheit bekommt.

Es ändert nichts daran, dass jeder Mann eine potenzielle Gefahr darstellt. Es sind also vielleicht #nichtalleMänner, aber definitiv #alle Frauen. Anstatt also den Fokus wieder auf die Unschuld der meisten Männer zu lenken, sollte jeder Mann versuchen, die Frauen zu unterstützen, unser Leben sicherer zu machen, und uns einfach einmal zuzuhören. Wie die Aktivistin Jameela Jamil so schön gesagt hat: «Man kann sich nicht von der falschen Seite ausschliessen, wenn man nicht aktiv auf der richtigen Seite kämpft.»

**Sarah Roth (\*2001) aus Diepoldsau ist Gymnasiastin. Sie belegt das Schwerpunktfach Latein bilingual.**



# Die Ostschweiz liegt in Ihrer Hand.



© Claudio Bäggli / Zero Real Estate

## Mit der App von «Die Ostschweiz».

Jetzt downloaden.  
Kostenlos.



DIE  
OSTSCHWEIZ

Weit mehr als «nur» regionale  
Nachrichten und Hintergründe.  
Für Smartphones und Tablets.

### Der Sonntag ist zurück

Exklusiv für App-Nutzer: «Die Ostschweiz» am Sonntag – eine Fülle von informativen, unterhaltenden Beiträgen.

### Ihre eigene Zeitung

Lesenswerte Artikel einfach mit «Speichern» markieren und so eine persönliche Bibliothek anlegen.

### Vertiefende Journale

Digitale Fachmagazine zu verschiedenen Themen wie Gastronomie, Start-ups oder wichtigen Events in der Ostschweiz.

### Immer informiert

Die Push-Funktion sendet bei wichtigen Ereignissen eine Benachrichtigung. Aber nur dann, wenn es sich für Sie lohnt.

### Leserreporter

Ein spektakuläres Bild, einen witzigen Videoclip, eine wichtige Information: Halten auch Sie uns auf dem Laufenden.



# Der vollelektrische **ID.4 GTX** mit Allradantrieb

**Jetzt 24h  
Probe fahren**



## **Einmal Probe fahren – nie mehr aussteigen**

Erleben Sie jetzt eine Probefahrt der besonderen Art: Für 24 Stunden können Sie den ID.4 GTX mit Allradantrieb ausgiebig und nach Lust und Laune testen. Ob Sie ins Büro oder zum Sport fahren oder einfach mit Familie und Freunden die Fahrt genießen – der ID.4 GTX integriert sich perfekt in jeden Alltag. Registrieren Sie sich jetzt und erleben Sie die intelligente, sportliche Performance des ID.4 GTX für einen ganzen Tag hautnah. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

