alma

SO-CIAL ENTRE-PRE-NEUR-SHIP

Das Alumni-Magazin der Universität St.Gallen # 1/2017

VICTORINOX

SWISS CARD NAILCARE

Clever. Funktionell. Allzeit bereit. Kaum grösser als eine Kreditkarte, stecken die Swiss Cards voller Talente. Sie passen in jede Handtasche und fast jedes Portemonnaie und sind wie das Handy immer dabei. – Es gibt eben nicht für alles eine App!

13 Funktionen, Swiss Made

Inhalt

HSG Alumni

Universität St.Gallen

06

10

12

21

Dossier

04 Ehemalige im Porträt: Matthias Meier und Wilhelm von Stotzingen

06 Kommunikations-Knigge für Entrepreneure

10 «Direct Coffee» trinken ermöglicht Schulbildung

Wissen und Karriere

12 Ein Jurastudium, vier Berufswege

14 Das Mentoring-Programm entwickelt sich erfreulich

Netzwerk

18 Brasilien-HSG und zurück

19 Innovationen in Lateinamerika

20 Im Gespräch mit Sabine Kohler, OK-Präsidentin der 8. HSG Alumni Konferenz

21 10. Flagship-Event des HSG Alumni Chapter Zürich

28 Investing in the World Economy

Rubriken

25 HSG in den Medien

26 Publikationen

Impressum

Das Alumni-Magazin der Universität St. Gallen
(bis 1997: «St.Galler Hochschulnachrichten»)
ISSN 1422-5980, 15. Jahrgang, Nr. 1/2017 (Januar 2017)
Auflage: 26 000 Exemplare, erscheint alle 3 Monate
Herausgeber: HSG Alumni
Verlagsleitung: Stefano Alghisi
Chefredaktion: Roger Tinner
Projektleitung/Redaktion: alea iacta ag, St. Gallen
Gestaltung: Schalter&Walter GmbH, St. Gallen
Druck: Stämpfli AG, Bern

Beiträge: Stefano Alghisi, Martina Bietenhader, Dominic Brügger, Dominik Bufler, Marijana Cvitkusic, Pascal Dey, Martin Eppler, Urs Landolf, Alessandro Solèr, Chris Steyaert, Katja Tinner, Roger Tinner, Daniela Wyss
Redaktion: alma, alea iacta ag, Oberer Graben 12, CH-9001 St. Gallen, T +41 71 244 66 00, alma@alea-iacta.ch
Anzeigen: print-ad kretz gmbh, Tramstrasse 11, Postfach, 8708 Männedorf, T +41 44 924 20 70, info@kretzgmbh.ch
Adressänderungen: HSG Alumni, Dufourstrasse 50, CH-9000 St. Gallen, T +41 71 224 30 10, alumni@unisg.ch

Editorial

Social Entrepreneurship

«Soziales» und «Unternehmertum» werden oft als Gegensätze gesehen und – zum Beispiel in der politischen Debatte – gegeneinander ausgespielt. Während die einen Sozialausgaben in erster Linie als Belastung für die Wirtschaft empfinden, pflegen die anderen ein Feindbild der Wirtschaft, deren Akteure sich nur um Gewinn und Boni statt um Menschen und deren Bedürfnisse kümmern. Dabei ist klar, dass ein Unternehmen und eine Volkswirtschaft nur dann langfristig erfolgreich sein können, wenn im Mittelpunkt ihres Handelns die Menschen (als Mitarbeitende, als Kunden und als Konsumentinnen) stehen.

Das ist der Generation Y besonders wichtig: Nur dann findet sie Sinn und Befriedigung in der Arbeitswelt. Und sie ist es daher auch, die diese Trennung zwischen Unternehmertum und sozialen bzw. gemeinnützigen Anliegen so radikal in Frage stellt, dass sie die ebenfalls traditionelle Trennung in gewinnstrebende und nicht-gewinnorientierte Unternehmen und Organisationen (NPO) aufhebt.

So ist der Begriff «Social Entrepreneurship» entstanden: Er steht für Unternehmerinnen und Unternehmer, die mit ihren Firmen soziale Bereiche abdecken und soziale Ziele anstreben. Und zwar nicht im Ehrenamt oder im Sinn eines Teilengagements, sondern als Hauptzweck. Und sie tun das mit den klassischen Mitteln, Methoden und Disziplinen der Betriebswirtschaft. Damit hinterfragen sie bisherige Modelle radikal, insbesondere weil sie damit auch Geld verdienen (dürfen) – wenn auch in der Regel deutlich bescheidener und mit weniger Fokussierung auf Gewinne. Denn «Gewinn» definiert diese Generation von Unternehmerinnen und Unternehmern umfassender: Es geht ihnen nicht allein um den finanziellen Aspekt, sondern ebenso um den Gewinn an Erfahrung, an Wirkung und an Erfolg in einem ganzheitlichen Sinn, um «sinnvolles Unternehmertum» also.

Roger Tinner, Chefredaktor

Uni-Broschüren vereint

Die Universität fasst Publikationen von gesamtuniversitärem Interesse auf der Plattform «HSG Publishing» zusammen. Ein Archiv bietet die Möglichkeit in älteren Jahresberichten zu lesen. «HSG Publishing» vereint die Publikationen in einer Plattform. Studien- und Weiterbildungsinteressierte erhalten so neben den Informationen zum Studium bzw. zu den Weiterbildungsangeboten an der Universität St.Gallen auch allgemeine Informationen zur Universität. Zudem bietet eine Archiv-Funktion Interessierten die Möglichkeit, beispielsweise in vergangenen Jahresberichten zu lesen. Die Broschüren sind auf HSG Publishing als Livepaper zum Blättern sowie als Download verfügbar.

publishing.unisg.ch

68 neue Doktorinnen und Doktoren

Im September verlieh die Universität St.Gallen (HSG) 68 Doktorate – 46 wirtschaftswissenschaftliche, neun sozialwissenschaftliche, vier rechtswissenschaftliche, drei staatswissenschaftliche sowie fünf Doctor of Philosophy in Economics and Finance und ein Doctor of Philosophy in Finance.

Thomas Bieger erinnerte die Doktorinnen und Doktoren in seiner Rede daran, dass nicht gute Antworten, sondern vor allem neue Fragen auf die Gesellschaft einwirken können. Denn im Gegensatz zu den Naturwissenschaften – in der die Entwicklung laufend weiter gehe – sei der Mensch und damit die Gesellschaft immer wieder durch die gleichen Grundfragen und Ängste geprägt, in immer neuen Kontexten.

Eine Fähigkeit, die die Doktoranden in ihrer Ausbildung erlernt haben und die oft unterschätzt werde, sei die Fähigkeit, gute, differenzierte Fragen zu stellen. «Diese Fähigkeit ist auch von gesellschaftlicher Bedeutung», sagte Bieger. «Denn nur neue Fragen, oder mindestens die alten Fragen aus seiner neuen Perspektive zu stellen, bringt das Denken der Menschen und damit Gesellschaften weiter.»

Medical Master: nächste Schritte beschlossen

Die St.Galler Regierung hat den Projektbericht «Aufbau Masterstudium in Medizin in St.Gallen» zur Kenntnis genommen. Damit ist die erste Projektphase zum Aufbau eines Medizinstudiums in St.Gallen erfolgreich abgeschlossen. Drei mögliche Varianten wurden geprüft. Die Regierung spricht sich für die weitere Bearbeitung des Kooperationsmodells aus und erteilte den Folgeauftrag «Joint Medical Master».

Das Statement der heutigen Medizinstudierenden aus dem Kanton St.Gallen ist klar: 90 % von ihnen schätzen die Attraktivität eines Masterstudiums in St.Gallen als hoch ein, 55 % wären sogar bereit, einem Master in St.Gallen gegenüber dem aktuellen Studienort den Vorzug zu geben.

Drei Varianten geprüft

Gemäss dem vor einem Jahr erteilten Projektauftrag der Regierung hatte die Projektgruppe drei mögliche Umsetzungsvarianten einer Humanmedizinausbildung in St.Gallen zu prüfen. Sie empfiehlt, in erster Linie das Kooperationsmodell mit der Universität Zürich und dem Universitätsspital Zürich als raschesten Weg zur Realisierung eines Masterstudienganges in St.Gallen zu verfolgen. Die Regierung priorisiert ebenfalls das Kooperationsmodell, das ein spezielles St.Galler Profil mit einem attraktiven Curriculum einen besonderen Fokus auf ambulante und stationäre Grundversorgung aufweisen soll.

Nun sind die St.Galler Vorstellungen dieser Ausbildung mit möglichen Partnern abzugleichen. Mit der Universität Zürich und dem Universitätsspital Zürich liegen Basisarbeiten in Bezug auf die Kooperationsverträge bereits vor, Zusatzvereinbarungen werden im Verlauf der nächsten Projektphase noch zu schliessen sein. Aus St.Galler Sicht sollte in dieser Ausbildung der Fokus auf die medizinische Grundversorgung, die interprofessionelle Zusammenarbeit sowie auf medizinische Themen der Universität St.Gallen wie beispielsweise Health Care Management, Gesundheitsökonomie oder Governance im Gesundheitswesen gelegt werden. Neben dieser Grundsatzempfehlung macht der Bericht aber auch weitere Vorschläge zur Linderung des Ärztemangels wie etwa Vertiefungskurse in ärztlicher Versorgung oder das Ergreifen von Massnahmen zur Verminderung von Berufsaussteigern.

Umsetzungsphase initiiert

Anfang November hat die Regierung den Projektauftrag «Joint Medical Master St.Gallen» erteilt. Er deckt die Vorbereitungsphase des Kooperationsmodells zwischen den Jahren 2017 bis 2020 ab. In dieser Zeit sollen alle Voraussetzungen geschaffen werden, dass ab dem Herbstsemester 2020 rund 40 Studierende ihr Studium Joint Medical Master in St.Gallen aufnehmen können.

Die Federführung geht nach Abschluss der ersten Projektphase vom Gesundheits- auf das Bildungsdepartement über. Dieses wird die weiteren Arbeiten in enger Zusammenarbeit mit dem Gesundheitsdepartement umgehend an die Hand nehmen. In einem ersten Schritt gilt es, alle Eckwerte zu klären, die für die zukünftigen Medizinstudentinnen und -studenten bei der Anmeldung zum Studium relevant sind, um den Entscheid für den Studienort St.Gallen zu fällen. Bei diesen Vorbereitungsarbeiten übernimmt die Universität St.Gallen (HSG) eine wichtige Rolle. Geplant ist, an der HSG ein Institut «Medical School St.Gallen» zu gründen. Das Institut wird zuständig sein für die Koordination und Organisation des Lehrangebots, die Betreuung der Studierenden, die Bereitstellung der Infrastruktur und die Vergabe von Lehraufträgen.

Das Gesundheitsdepartement wird in Zusammenarbeit mit dem Kantonsspital St.Gallen KSSG, dem Ostschweizer Kinderspital und anderen Institutionen sicherstellen, dass das medizinische Wissen und das bereits vorhandene Know-how im Bereich der Lehrtätigkeit an bestehenden medizinischen Fakultäten durch die Dozentinnen und Dozenten in die Erarbeitung des Curriculums und die Lehr- und Lernstrukturen einfliessen lassen kann. Die Regierung wie die Universität St.Gallen und das KSSG sind überzeugt, mit dem «Joint Medical Master» ein modernes und pädagogisch innovatives Angebot schaffen zu können.

75 Jahre universitäre Tourismusforschung in der Schweiz

Vor 75 Jahren erfolgte der Startschuss zur universitären Tourismusforschung in der Schweiz. An den Universitäten Bern und St.Gallen wurden mitten im zweiten Weltkrieg ein Institut respektive ein Seminar für die Erforschung und Bearbeitung aller den Fremdenverkehr betreffenden Fragen errichtet. Denn das Phänomen Tourismus war damals auch wissenschaftlich noch kaum erforscht. Das Jubiläum wurde im Oktober in Bern gefeiert.

Zahlreiche Interessierte erschienen zum 75-Jahr-Jubiläum.

Auf Anregung einer Vielzahl von Amtsstellen und Tourismusorganisationen starteten vor 75 Jahren die Universitäten Bern und St.Gallen mit der universitären Tourismusforschung. Das Seminar für Fremdenverkehr war erst das zweite an der Universität St.Gallen gegründete Institut, was die hohe Relevanz tourismuswissenschaftlicher Fragestellungen zur Gründungszeit verdeutlicht. In Bern wie in St.Gallen waren die Forschungsstellen seit Beginn auf Dienstleistungen für die Praxis, insbesondere Weiterbildung, aber auch angewandte Forschungs- und Gutachtertätigkeit, ausgerichtet.

Gründung in der Krise

Die Gründungszeit der beiden Institute zur wissenschaftlichen Erforschung des Phänomens Tourismus in Bern und St.Gallen fiel mitten in den 2. Weltkrieg. 1941 erreichten die Hotel- und Kurbetriebe in der Schweiz mit knapp 10 Millionen Nächtigungen in den beinahe 200 000 Gästebetten (heute 258 000) einen absoluten Tiefstand. Die Bettenauslastung betrug gerade noch 14 Prozent! Es gab ein Hotelbauverbot, das erst 1952 aufgehoben wurde. Die Schweizerische Reisekasse (reka) machte ihre ersten Gehversuche und der Wintertourismus steckte noch in den Kandahar-Ski-Bindungen. Noch gab es kaum Zweitwohnungen, aber viele Kurhäuser, die Wasser- und Lufttherapien anboten.

Interdisziplinäre Fragestellungen

Heute, 75 Jahre später, ist die universitäre Tourismusforschung in Bern nach der Emeritierung von Prof. Hansruedi Müller im Center for Regional Economic Development (CRED) integriert, das sich interdisziplinär mit Fragen der regionalen Wirtschaftsentwicklung befasst. Die Forschungsstelle Tourismus will ihre Positionierung in den vier Bereichen «Tourismus und Regionalentwicklung», «Tourismus und Makroökonomie», «Tourismus und Erlebnisökonomie» sowie «Tourismus und Umweltökonomie» festigen. In St.Gallen wird der Tourismus heute am Institut für Systemisches Management und Public Governance (IMP-HSG) erforscht. Mit den aktuell vier Kompetenzzentren «Tourismus und Verkehr», «Public Management», «Regionalwirtschaft» und «Organisation» können alle Fragestellungen der Standortentwicklung integriert bearbeitet werden.

Lernen durch soziales Engagement

Studierende mit sozialen Organisationen vernetzen und soziales Engagement in der Lehre verankern: Das ist das Ziel zweier Initiativen, die aus Lehrveranstaltungen der HSG hervorgegangen sind.

Verantwortungsvolles Handeln erfordert eine ganzheitliche Perspektive. Die HSG legt neben der fachlichen Ausbildung daher grossen Wert auf Kontextwissen und die Persönlichkeitsentwicklung. Aus Kursen der HSG sind zwei Netzwerke entstanden, die soziales Engagement einfacher machen und in der Lehre verankern: Benedu und Volunty.

Studierende der HSG haben eine Online-Plattform entwickelt, die soziale Einrichtungen mit freiwilligen Helfern an Schulen und Hochschulen vernetzt. Die Plattform Benedu soll schweizweit «Service Learning» an Hochschulen fördern. Die Webseite entstand im Rahmen des Seminars «Service-Learning – Studierende engagiert in der Gesellschaft» am Institut für Wirtschaftsethik der Universität St.Gallen. 30 Bachelor-Studierende haben die Plattform gemeinsam mit Dr. Christoph Schank und Ursula Huber entwickelt. Betrieben wird die Webseite vom Schweizer Zentrum für Service-Learning. Service Learning verbindet zwei Elemente: den Service – das Engagement für die Gesellschaft – und das Learning – die Schulung fachlicher, methodischer und sozialer Kompetenzen.

«Soziales Engagement in Praxis und Theorie» ist auch Gegenstand eines Kurses von Dr. Anna-Katharina Klöckner, den die Universität St.Gallen gemeinsam mit allen vier Geschäftsstellen des Pflegedienstes Spitex anbietet. Im Rahmen des Seminars verbringen die Studierenden Zeit mit Menschen, die auf Hilfe angewiesen sind. Marco Meister, ein Absolvent des Kurses «Soziales Engagement in Praxis und Theorie», hat die Initiative Volunty ins Leben gerufen. Das digitale Portal bringt Institutionen und Studierende zusammen, die sich in sozialen Projekten engagieren wollen.

benedu.ch
volunty.com

Ehemalige im Porträt: Matthias Meier und Wilhelm von Stotzingen

Auf der Suche nach Sinn und Wirkung

HSG-Alumnus Matthias Meier ist Geschäftsführer des Schweizer Chapters von «Aiducation International», und Wilhelm von Stotzingen, ebenfalls HSG-Alumnus, hat «Learning Lions» und «Startup Lions» mitgegründet. Beide sind damit zu Social Entrepreneurs geworden.

Roger Tinner

HSG-Alumnus Wilhelm von Stotzingen ist Mitgründer von «Learning Lions» und «Startup Lions»: Die beiden Organisationen bilden Jugendliche ohne Perspektive in Kenia im Bereich IT aus und begleiten sie auf dem Weg zur Selbständigkeit. Aus einem enormen Pool an Jugendlichen werden jene identifiziert, die am geeignetsten für eine IT-Karriere sind. Nach ihrer Ausbildung sollen sie ihre erworbenen Kenntnisse eigenständig über das Internet verkaufen können: zum Beispiel die Programmierung von Webseiten, Digital Design und 3D-Animation.

Das Team von Wilhelm von Stotzingen kümmert sich um die Selektion der Jugendlichen, sorgt für die beste Ausbildung auch mit Partnerorganisationen aus Nairobi (die dafür spezialisiert sind), begleitet nach der Ausbildung den Weg in die Unabhängigkeit mit allen Höhen und Tiefen, organisiert den gesamten Campus und Inkubator logistisch und ist nicht zuletzt für die Finanzierung des Projektes bis zur eigenen Tragfähigkeit verantwortlich. «Get the same quality for less, while doing a lot of good», nennt von Stotzingen das Verkaufsmotto der im eigenen Haus «inkubierten» Start-ups.

Ein Lebensprojekt in Kenia

Wilhelm von Stotzingen hatte schon seit einigen Jahren «das Bedürfnis, zusammen mit meiner Frau ein gemeinsames soziales Projekt zu gründen, das zu unserem gemeinsamen Lebensprojekt wird», wie er selbst sagt. Nach über fünf Jahren bei Procter&Gamble hat er den Schritt gewagt. Für ihn bedeutet Erfolg «zum einen möglichst viele Jugendliche über das Internet an die Weltwirtschaft anzubinden und somit für sie trotz der nachteiligen geografischen Lage eine Einkommensquelle zu generieren». Zum zweiten wollen er und seine Co-Gründer bis 2018 den Break-even erreichen, das Projekt also finanziell unabhängig machen.

An die HSG kam er damals wegen der geografischen Nähe zum Elternhaus und wegen Freunden, die hier studiert hatten oder noch studierten. Besonders geschätzt, so hält er in der Rückschau fest, hat er an der HSG den engen Verbund zwischen den Studierenden: «Hier habe ich Freundschaften fürs Leben geschlossen und gleichzeitig viel für die Zusammenarbeit in Gruppen und im Team gelernt.» Schon zwischen Abitur an der deutschen Schule in Madrid und dem Studienbeginn an der HSG war er drei Monate lang in einem sozialen Projekt in Mexiko tätig und später arbeitete er dann auch bei der UBS an einem Projekt zu «Socially Responsible Investments».

Herausfordernde Ziele

Zusammen mit seiner Frau und seinem Bruder schloss er sich für das Projekt «Learning Lions» (die als gemeinnützige Unternehmergesellschaft gUG organisiert ist und Spendenquittungen ausstellen kann) Ludwig von Bayern an, einem Ururenkel des letzten bayerischen Königs Ludwig III. Sein Onkel lebt als Missionar in Turkana (Kenia) und wies seinen Neffen auf die Missstände im Land hin. Inzwischen wurden über 1 000 Kandidaten «gescreent», 90 Jugendliche durchliefen die Ausbildung und 25 von ihnen sind daran, ihr eigenes Kleinunternehmen aufzubauen. Die Jugendlichen nach der ersten Grundausbildung zur eigentlichen Selbständigkeit zu bringen ist laut von Stotzingen aber «sehr schwer». «Das braucht sehr viel Zeit», sagt er und verweist darauf, wie wichtig dabei ein lokaler Sparringspartner ist, «der uns immer wieder in die Realität zurückholt».

Die Ziele sind hoch angesetzt: Bis 2020 sollen über 1 300 Jugendliche die Ausbildung durchlaufen haben, 400 Jobs geschaffen werden, das Gehalt der Arbeitenden soll bis dann um 40 bis 200 Prozent gestiegen sein und 2 000 Leute sollen bis dann einem Leben in Armut entzogen sein. Und bereits ab 2019 soll das Ausbildungs- und Fördermodell soweit entwickelt sein, dass es in anderen Regionen Ostafrikas ebenfalls eingesetzt werden kann.

Während einem Jahr arbeitete Stotzingen selbst in Kenia, wo er direkt mit den Jugendlichen und mit dem Projekt zu tun hatte. Zurück in der Schweiz, kümmert er sich jetzt deutlich mehr ums Fundraising, um das Projekt finanziell unabhängig zu machen. Dabei denkt er durchaus betriebswirtschaftlich: «Die Ausbildung von künftigen Generationen soll nicht mehr abhängig von Spenden sein. Zudem sollen die Investoren der ersten Stunde ihren Einsatz als Social Investors mit einer Verzinsung wieder zurückerhalten.» Das Modell wird dann tragfähig, wenn es mit den Erträgen aus den Beteiligungen an den Start-ups die Ausbildung neuer Generationen decken kann.

Mentoring und Coaching in Kenia und auf den Philippinen

HSG-Alumnus Matthias Meier seinerseits stiess in der Gründungsphase zu Aiducation International, die sich selbst als «For Impact»-Organisation definiert und Leistungsstipendien an begabte und bedürftige Schülerinnen und Schüler in Kenia und auf den Philippinen vergeben und diese auch in Mentoring- und Coachingprogrammen begleiten. Er gehört damit, wie Wilhelm von Stotzingen, in die Kategorie der «Social Entrepreneurs», die betriebswirtschaftliche Disziplinen und sozialen Zweck in ein und demselben Unternehmen vereinen.

«Ich vertrete die Meinung, dass die klassische Entwicklungshilfe gescheitert ist und sich die globalen Herausforderungen nur unter Einbindung der Privatwirtschaft lösen lassen», sagt Matthias Meier, der vor seinem Aiducation-Engagement – er hatte gerade den Master in Accounting & Finance an der HSG absolviert – mehrere Jahre bei einer kleinen Consulting-Boutique tätig war und sich neben dem Beruf schon für Aiducation

HSG-Alumnus Matthias Meier leitet als Geschäftsführer das Schweizer Chapter von Aiducation International.

HSG-Alumnus Wilhelm von Stotzingen ist Co-Founder von «Learning Lions» und «Startup Lions», die beide in Kenia tätig sind.

einsetzte. Ende 2013 wagte er den Schritt in die Selbständigkeit und verschreibt seither seine Zeit und Energie der Vision von Aiducation, und zwar als Geschäftsführer des Schweizer Chapters. Prägend für ihn ist die Erkenntnis, «dass die Gewinnmaxime für sich alleine einem Unternehmen noch keine Legitimation gibt und jedes Unternehmen Verantwortung gegenüber all seinen Stakeholdern, ja gar gegenüber der Gesellschaft hat».

Prägende Studienerfahrungen

Meier studierte im ersten Jahrgang innerhalb des Bologna-Systems «mit der ursprünglichen Idee, irgendwann irgendwo einmal viel Geld zu verdienen», wie er heute sagt. Im Studium prägte ihn aber vor allem das «einzigartige und wertvolle Kontextstudium» und insbesondere der Kurs «Corporate Citizenship – the Enterprise in Civil Society» bei Peter Ulrich. Als er ab 2009 begann, ehrenamtlich für Aiducation zu arbeiten, hätte er selbst aber nie gedacht, dass er einmal aus diesem Engagement auch den eigenen Lohn finanzieren würde. Er sieht sich selbst eher als «umsetzungskompetent» denn als innovativ, liess sich aber von Mitstudierenden inspirieren, die sich selbständig machten. In seinem ehrenamtlichen Engagement erkannte er, dass die am Anfang interessante Kombination aus For-Profit und For-Impact mit der Zeit auch inhaltlich und persönlich immer mehr zu einem Spagat wurde: «Mit den Erfahrungen in Beratungsprojekten für globale Unternehmen haben sich in mir immer mehr kritische Fragen ergeben – im Hinblick darauf, wie ich meine Energie und Zeit über die beschränkte Lebensdauer einsetzen will», hält er fest.

Ihn fasziniert, wie mit vergleichweise bescheidenen Mitteln – ein Stipendium kostet CHF 3 200 über vier Highschool-Jahre – Menschen ihr Potenzial entdecken und entfalten können. Inzwischen konnte Aiducation, das 2009/10 als erstes nicht-gewinnorientiertes Unternehmen überhaupt «Venture Kick» gewonnen hatte, schon über 1 200 Stipendien vergeben.

Profitabilität: Gegenfrage

Die Aiducation Chapter sind eigenständige rechtliche Einheiten, so dass Meier also ein Stück weit sein eigenes Unternehmen führt. 2015 machte die Gesamtorganisation rund 900 000 Franken Umsatz, zwei Drittel davon aus dem Schweizer Chapter – bei nicht einmal zwei Vollstellen. Dabei ist es seit 2013 gelungen, vermehrt Unternehmenspartner und grössere Stiftungen für die Idee zu gewinnen. Und es bieten sich auch für Unternehmen wie die Swiss Re interessante Möglichkeiten aus einer Partnerschaft: Sie gibt Zugang zu einem Talentepool in Ländern wie Kenia oder Philippinen und kann ihren Mitarbeitenden auch spannende Volunteering-Programme anbieten.

Die Frage nach der Profitabilität beantwortet Meier mit einer Gegenfrage: Ist ein Unternehmen erfolgreich, wenn es trotz Profitabilität 1 000 Arbeitsplätze abbaut, um für seine Investoren noch profitabler zu sein oder damit die Geschäftsführung ihr Ziel errreicht, um am «Long-Term-Incentive-Plan» voll partizipieren zu können? Als For-Impact-Organisation strebe man hier keinen Profit an, sondern re-investiere sämtliche Überschüsse in die Organisation: «Für mich ist es ein Privileg, so handeln zu dürfen, kein Misserfolg.»

learninglions.org
aiducation.org

Alchemie (und Anarchie) des Gespräches – Kleiner Kommunikations-Knigge für Entrepreneure

Copyright: Corinne Bromundt.

Wo finden Unternehmer (nachweislich) ihre besten Ideen? Wie gewinnen sie Investoren oder Partner? Wie überzeugen sie ihre ersten Kunden? Und wie erwirken Social Entrepreneure die Kooperationsbereitschaft von wichtigen Behörden?

*Martin Eppler**

Die Antwort auf diese Fragen finden Sie im Gespräch. Denn es ist in Gesprächen mit Freunden und Kollegen, in denen gemäss einer Studie Firmengründer am häufigsten ihre zündenden Ideen finden. Es ist in Gesprächen, in denen Unternehmer Investoren für sich gewinnen und Partnerschaften knüpfen. Auch sind es meist Gespräche, die zu den überlebenswichtigen Erstverkäufen eines Start-ups führen.

Gute Gespräche sind eine Inspirations- und Innovationsquelle. Sie sind der Anfang allen Engagements und das zentrale Motivations-, Koordinations- und Konfliktlösungsinstrument. Das persönliche Gespräch ist der Katalysator, der neue Produkte, Dienstleistungen, Hilfeleistungen oder ganze Organisationen erst möglich macht.

Doch leider wird die fast schon magische Alchemie eines guten Gespräches oft unbewusst gestört oder gar zerstört: Wir fallen einander ins Wort, verstehen Begriffe unterschiedlich, ohne dies zu bemerken, beurteilen andere vorschnell, verlieren uns in Details oder versäumen es zu überprüfen, ob das Gesagte auch wirklich verstanden wurde.

Aus der Kommunikationsforschung wissen wir um diese und weitere häufige und folgenschwere Fehler – und wie man sie vermeiden oder zumindest reduzieren kann, so dass ein gut gemeintes Gespräch nicht zur Konversationsanarchie verkommt.

Nachfolgend deshalb eine kurze Tour durch die wilde Welt der Gesprächspathologien – und wie man es, gerade als Unternehmer oder Führungsperson, besser machen kann.

Die Erforschung von Gesprächsfehlern hat dabei eine lange Tradition und reicht von der Analyse von Operationssaal-Gesprächen und ihren manchmal fatalen Folgen bis hin zur alltäglichen Sitzungskommunikation. Müsste ich auf Basis dieser und unserer eigenen Forschung eine Hitparade der wichtigsten Gesprächsfallen für Unternehmer (und solche die es werden wollen) zusammenstellen, so wären die folgenden fünf vermeidbaren Dialogfehler sicherlich mit dabei.

Die Bezeichnungen für diese Fehler stammen dabei übrigens nicht nur von Wissenschaftlern, sondern wurden uns von Unternehmern und Führungskräften als plakative Titel für die entdeckten Fallen vorgeschlagen.

1. ‹Suicide Beginning›: Ein Unternehmer beginnt ein Investoren-Gespräch, indem er seine eigene Glaubwürdigkeit durch falsche Bescheidenheit unterwandert. Beispiel: «Ich arbeite zwar erst ein Jahr in diesem Sektor und bin eigentlich nur durch Zufall in diesem Metier gelandet, aber…»
2. ‹Death by Details›: Dieses v.a. bei Technopreneurs häufige Problem besteht darin, dass man bei einem Gespräch zu rasch in die (technischen) Details eintaucht, anstatt zuerst einen Überblick zu geben, beispielweise über das Geschäftsmodell und die Marktgrösse.
3. Das Expertenparadoxon: Je mehr man über ein Thema weiss, desto schwieriger ist es, sich kurz und klar auszudrücken. Man verfällt stattdessen in Fachjargon, benutzt Abkürzungen und erwartet, dass diese Allgemeinwissen sind.
4. ‹Premature Closure›: Diese Gesprächs-«krankheit» betrifft wohl Investoren und Manager noch stärker als Entrepreneure. Sie besteht darin, dass man bei wichtigen Themen zu ungeduldig reagiert und das Gespräch zu rasch zu einem nächsten Punkt vorantreiben möchte. Dies kann im Unternehmerkontext bei der Diskussion von Risiken, Bedrohungen oder Schwächen äusserst problematisch sein, denn so gehen wichtige Erkenntnisse, Massnahmen oder Ideen verloren.
5. Die Feedbackfalle: Eine der heikelsten Gesprächssituationen, gerade in multikulturellen oder kollegialen Kontexten, ist die Äusserung von Kritik. Sachlich gemeinte Kritik an Kollegen kann dabei rasch den Team- und Gründergeist vertreiben und zur Belastung werden. Es gilt deshalb persönliche (charakterbezogene) Attacken konsequent zu vermeiden und stattdessen konkretes Verhalten und dessen Konsequenzen zu thematisieren und dies in einer konstruktiven Art und Weise, bei der die Verbesserung der konkreten Situation im Vordergrund steht. Und natürlich kommt Kritik besser an, wenn sie positiv verpackt und diplomatisch formuliert wird, oder wie es die Franzosen sagen: c'est le ton qui fait la musique.

Gemeinsam ist diesen Gesprächsfehlern, dass sie zu verpassten Chancen führen: sei es die Chance für einen optimalen ersten Eindruck; die Chance, das Gegenüber für die eigene Idee zu begeistern; die Chance, wichtige Inhalte klar zu vermitteln oder die Chance, einem wichtigen Thema oder Kritikpunkt auf den Grund zu gehen und passende Massnahmen einzuleiten.

Unternehmer können es sich aufgrund ihrer beschränkten Mittel und Zeit schlicht nicht leisten, derartige Chancen zu verpassen. Deshalb sollten sie sich drei Grundregeln guter Kommunikation quasi als Kern-Knigge in Erinnerung halten:

1. Überblick vor Details: Obwohl wir alle unter Zeitdruck stehen und oft nur wenige Minuten für wichtige Gespräche haben, sollten wir uns zwingen, vor dem Einstieg in Details einen Überblick zu geben. Wir sollten uns bemühen, bei Detaildiskussionen diese immer wieder mit dem «Big Picture» zu verknüpfen.
2. Positiv und offen statt ungeduldig und konfrontativ: Wir müssen unseren inneren Kritiker in Gesprächen in die Schranken weisen und uns bemühen, wirklich zuzuhören (inklusive Verständnisüberprüfung), bevor wir reagieren.

Wenn wir reagieren, sollten wir ein drittes Prinzip berücksichtigen:

3. Fragen statt Klagen: Was ist das Schweizer Sackmesser des Gesprächs-Managements? Es sind offene und konstruktive Fragen. Peter Drucker meinte, dass die Suche nach der richtigen Antwort statt der richtigen Frage die häufigste Fehlerursache im Management sei. Statt zu nörgeln, zu kritisieren oder sich selbst schlecht zu reden, sollten wir viel öfter einfach intelligente, lösungsorientierte Fragen stellen.

Zurück zu unserer Einstiegsfrage: ausser in Gesprächen haben Unternehmer übrigens die besten Ideen beim Duschen oder beim Joggen, doch dazu braucht es wohl keinen Dreipunkteplan.

* Martin Eppler ist Ordentlicher Professor für Medien- und Kommunikationsmanagement an der Universität St.Gallen.

Two tales of social entrepreneurship as meaningful work: From hedonism to altruism

What makes social entrepreneurial work "meaningful" can be different for different people.

*Pascal Dey & Chris Steyaert**

"Social entrepreneurship", or the pursuit of social objectives through entrepreneurial means, has gained more and more purchase as an opportunity for meaningful work. According to existing literature, a career as a social entrepreneur gains its meaningfulness from cultivating virtues such as autonomy and authenticity, and by providing opportunities to "make a difference". In doing so, it supersedes the sort of work geared exclusively toward earning money and working one's way up the organizational chart. However, since whatever makes social entrepreneurial work "meaningful" can be different for different people, we would like to use this note to shed some light on two distinct forms the meaningfulness of social entrepreneurial work can take.

Hedonistic social entrepreneurship and the "pleasure" principle

The hedonistic social entrepreneur is informed by principles of "pleasure". The hedonist acts egoistically in the sense of considering only what is most in his or her interest. Possible examples of hedonistic social entrepreneurship might include the rising number of organic and fair-trade fashion enterprises selling life-style products to upper-middle class consumers with a "social consciousness". Hedonistic social entrepreneurs thus see "organic" and "fair-trade" labels mainly as way of gaining the respect by others (read prestige and fame), or to establish a sense of self as morally superior to others (notably the traditional garment industry which is notorious for its human rights violations and its use of hazardous chemicals). Alternatively, hedonists seek out social entrepreneurial work in anticipation of the personal growth and flow experiences such engagement in "organic" and "fair-trade" fashion may yield. Literally trying to get lost in their activity, hedonists chose a career in organic and fair-trade fashion to be around like-minded people who inspire them.

Altruistic social entrepreneurship and the care for the "other"

Squarely opposed to the hedonist, the altruistic social entrepreneur acts out of a selfless and unconditional concern for the welfare and happiness of people other than the self. Again using organic and fair-trade fashion entrepreneurs as an illustrative example, we can see that social entrepreneurs act altruistically if "organic" and "fair-trade" principles are

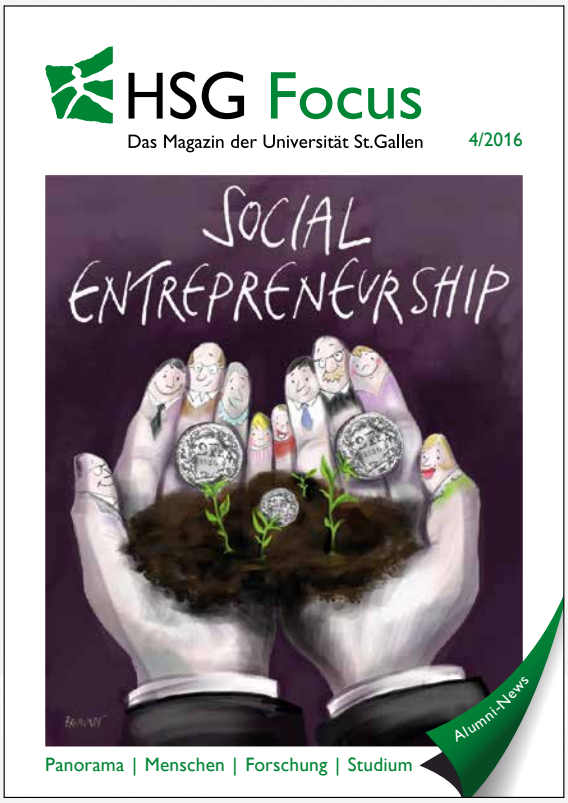
mainly used to foster the emancipation of textile workers in the global south (including seamstresses, cotton pickers or workers lifting and loading bales of raw cotton). Granting workers safe jobs, fair remuneration and income security, and offering them various forms of education, coaching and philanthropic support, altruists gain pleasure from empowering the weakest actors in the global garment industry who are subject to ongoing economic, physical and psychological exploitation. Implementing human rights standards and ethical practices through voluntary codes as well as through existing labor standards, altruists' primary purpose is to make the garment industry morally sound. Altruists thus use raw sustainably produced materials to curb the negative environmental effects commonly associated with the garment industry (appr. 20 per cent of all fresh water pollution is caused by textile treatment).

Social entrepreneurial work: What's in a word?

The above discussion conveys the wider lesson that any attempt at unpacking the nexus between social entrepreneurship and meaningful work must engage, in one way or another, with the question of cui bono? The question of cui bono, which in Latin means "for whose benefit?", attends to whether social entrepreneurial work merely intends to satisfy the individual's personal desires, or if it strives toward goals that are advantageous for others too. Even if there is nothing wrong per se with social entrepreneurs striving for happiness and personal pleasure, what is in fact problematic about hedonism is that it purports that pleasure is the only thing that bears importance in the social entrepreneur's quest for meaningful work. Interestingly enough, apart from sidelining the well-being of others, a conspicuous aspect of the hedonist is that she or he might never actually yield the happiness she or he strived for in the first place. The pursuit of happiness is a paradoxical endeavor since as long as people try to enforce it, they will never be able to find it. As Viktor Frankl maintains in Man's Search for Meaning, happiness must ensue as a kind of unintended side-effect of work. The bold implication of Frankl's work for social entrepreneurs is that the only way "happiness can happen" is to dedicate one-self fully to a cause greater than one-self. There is hence probably no better way to end this contribution than by paraphrasing a bon mot from John F. Kennedy's Inaugural Address in 1961: "My fellow social entrepreneurs, ask not merely what social entrepreneurship can do for you, ask how social entrepreneurship permits you to do good for others."

* Pascal Dey is Senior Research Fellow at the Institute for Business Ethics at the University of St.Gallen.
Chris Steyaert is Professor of Organisational Psychology at the Research Institute for Organisational Psychology at the University of St.Gallen.

Das gesamte Dossier jetzt im HSG Focus



Das gesamte Dossier zum Thema jetzt im HSG Focus, dem digitalen Magazin der Universität St.Gallen.

Download als App für Tablets und Smartphones. Lesen Sie HSG Focus online: **www.magazin.hsgfocus.ch**

Erhältlich im App Store

GET IT ON Google play AB VERSION 4.0

www.hsgfocus.ch

Liebe Alumnae, liebe Alumni

In dieser «alma» zeigen wir, wie sich Alumnae und Alumni der HSG in verschiedenen Organisationen und Unternehmen als Social Entrepreneurs engagieren. Während frühere Generationen sich ehrenamtlich neben ihren beruflichen Aufgaben für soziale Zwecke engagierten, vereinen heute unsere Alumni vermehrt Beruf und soziales Engagement in einer Aufgabe. Die einen HSG-Alumni machen das für eine gewisse Zeit, als ein Abschnitt der beruflichen und persönlichen Entwicklung. Andere sind ihr ganzes berufliches Leben Social Entrepreneurs.

Unsere Social Entrepreneurs setzen ihre an der HSG erworbenen Fähigkeiten dafür ein, die Chancen anderer Menschen zu verbessern. Es geht ihnen um Hilfe zur Selbsthilfe, und zwar vor Ort. Das ist wertvoll und verdient unsere Unterstützung.

Wenn ihr euch also in der ruhigen Zeit «zwischen den Jahren» überlegt, wem ihr finanzielle oder ideelle Unterstützung zukommen lassen wollt, dann denkt doch auch an unsere Social Entrepreneurs. Wie ihr in den Beiträgen in dieser «alma» lesen könnt, kommt diese Hilfe direkt und unkompliziert dort an, wo sie gebraucht wird.

Ich wünsche euch frohe Weihnachten und einen guten Rutsch ins neue Jahr. Ich freue mich, mit euch auch in 2017 wieder im regen Kontakt zu sein.

Herzlichst, Euer

Urs Landolf, Präsident HSG Alumni

Start-up

«Direct Coffee» trinken ermöglicht Schulbildung

Das tägliche Kaffeetrinken wird jetzt gleich für mehrere Menschen zur Freude: Bei Direct Coffee wird mit jedem Kaffee-Päckchen die Bildung eines Schulkindes in Äthiopien unterstützt. Sei es durch Brillen, Mahlzeiten oder Entwurmungskuren. Die Gründer HSG-Alumnus Michaël Tuil und seine Frau Marie verbinden so Wirtschaftlichkeit mit sozialem Impact und Umweltverträglichkeit.

Katja Tinner

«Ein guter Kaffee ist der Grund, warum ich morgens aufstehe» – wer kennt ihn nicht, diesen Satz? Und was wäre, wenn dieser noch ausgebaut werden könnte auf «... und ich helfe damit Kindern, Erfolg in der Schule zu haben»? Klingt noch viel besser. Denn Kinder in Entwicklungsländern wie Äthiopien stehen morgens nicht für einen Kaffee auf, sondern um in die Schule zu gehen und zu lernen.

«Für HSGler steht die Welt offen»

Michaël Tuil, Mitgründer des sozialen Start-ups Direct Coffee, hat einen Doppelmaster von der HSG und der ESADE in Barcelona. Der HSG blieb er vom Bachelor bis zum Master treu, da ihm die vielfältigen Programme ermöglichten, sich mit anderen Universitäten, Ländern und Kulturen auseinanderzusetzen. «Für HSGler steht die Welt offen», sagt er selbst. Sein Fokus lag dabei immer auf Social Entrepreneurship, und auch seine Abschlussarbeiten drehten sich jeweils um nachhaltige und soziale Unternehmensführung. Dabei fühlte er sich von seinen Professoren immer unterstützt. «Mit Direct Coffee habe ich nun die Möglichkeit, das Wissen in die Tat umzusetzen», sagt er. Ausserdem hat Tuil das breite Netzwerk der HSG beeindruckt – von kolumbianischen sozialen Unternehmern, über südafrikanische Akademiker, ehemalige Wirtschaftsminister und Weltbank-Analysten bis hin zu IWF-Direktoren – die Treffen gaben ihm Einblick in unterschiedliche Insider-Perspektiven, von denen er bis heute profitiert. Und die «einzigartigen, inspirierenden Kommilitonen» zählen mittlerweile zu seinen langjährigen Freunden.

Marie Tuil studierte an der Universität Zürich ebenfalls Wirtschaftswissenschaften mit Schwerpunkt in Verhaltensökonomie. Nach dem Studium entdeckte sie ihre Leidenschaft für den Journalismus – ihr Schreibtalent setzt sie nun für die Kommunikation von Direct Coffee ein und die Verhaltensökonomie spielt eine wichtige Rolle bei der Auswahl der sozialen Projekte, die die beiden selbst vor Ort umsetzen.

Inspiration schnell umgesetzt

Angefangen hat alles mit einer kurzen E-Mail. Marie suchte im Internet nach inspirierenden Beispielen, um ihren bei The Boston Consulting Group tätigen Mann Michaël zu unterstützen, der die Unternehmensberatung verlassen, aber weiterhin mit Afrika, Produktion und Entwicklung arbeiten und dies mit einem gemeinsamen Leben vereinbaren wollte. Sie fand einen Artikel über drei deutsche Ex-Berater, die Kaffee importieren und verkaufen und einen Teil der Gewinne in soziale Projekte einfliessen lassen. Ohne den Artikel fertig zu lesen, schickte sie den Link an Michaël mit der Frage: «Warum machen wir das nicht in der Schweiz?» Daraufhin antwortete er gleich: «Machen wir!» Nur zwei Monate später, im Januar 2016, suchten die beiden in Äthiopien bereits nach Kaffee, Kaffeebauern und Partnern für die sozialen Projekte. Beide Jobs wurden gekündigt und die offizielle Gründung der Direct Coffee GmbH erfolgte dann im April.

Mit dem Kauf von hoch qualitativem Kaffee für einen entsprechenden Preis fördert das Unternehmen ein nachhaltiges Einkommen der Kleinbauernfamilien. Die sozialen Projekte dagegen betreffen vor allem die Bildung der Kinder der Kaffeebauern. «Viele Kinder in Entwicklungsländern scheitern bereits daran, dass sie die Schrift an der Tafel nicht erkennen können», so Marie Tuil. «Wir wollen Lücken im bestehenden System füllen – zum Beispiel mit Brillen für Kinder mit Sehproblemen. Bei anderen Projekten versuchen wir die Anwesenheit in der Schule mit Mahlzeiten oder Entwurmungskuren zu steigern und so den Kindern zu einer besseren Bildung zu verhelfen.» Der Nutzen der

Marie und Michaël Tuil mit den Schülern der Ambrofiobe in Madagaskar, bei denen erste Projekte umgesetzt werden.

Projekte ist wissenschaftlich untermauert (beispielsweise durch die randomisierten Experimente des JPAL Poverty Action Labs am MIT), und die Projekte werden vollständig durch die Einnahmen aus dem Kaffeegeschäft finanziert. Gespart wird bei den Profiten, die Zwischenhändler normalerweise im internationalen Handel machen: Die beiden Unternehmer kaufen direkt beim Kleinbauern ein, was sie auch zu ihrem Firmennamen führte. Gleichzeitig soll bei Direct Coffee die Umwelt geschont werden – das Unternehmen berechnet so beispielsweise gerade seinen Umweltabdruck und ist dabei, ihn durch das Pflanzen von Bäumen in Äthiopien zu kompensieren.

28 000 Kindern helfen

Ob Kaffee als Bohnen, gemahlen oder in Nespresso-kompatiblen, aber bioabbaubaren Kapseln – das breite Angebot und das Versprechen von Direct Coffee («Pro Päckchen unterstützen Sie die Schulbildung eines Kindes») überzeugt die Kunden. Um dieser Palette gerecht zu werden und sie weiter auszubauen, sind Marie und Michaël ständig auf der Suche nach weiteren Kaffeebauern. Und auch diese sind für die Kunden «greifbar», findet man doch persönliche Porträts, Eindrücke und Bilder von der Kaffeeernte und den Reisen nach Äthiopien oder Madagaskar auf ihrer Website und der Marktzugangs-Plattform des Schweizer Fairtrade-Vorreiters gebana. Auch eine erfolgreiche Crowdfunding-Kampagne hat Direct Coffee bereits hinter sich: Mit «Cold Brew» wurde ein Getränk entwickelt, bei dem der Kaffee statt mit heissem mit kaltem Wasser aufgegossen wird, was einen sanfteren und gleichzeitig aromatischeren Kaffee erzeugt. In der Weihnachtszeit ist davon bereits eine Gewürz-Sonderedition geplant.

«Geröstet wird unser Kaffee durch unseren Röstmeister Philippe in Genf», sagt Michaël Tuil. Er unterstützt, wie auch das Genfer Zentrum für berufliche Integration (das bald den Versand mit geschützten Mitarbeitenden übernehmen wird), die beiden bei Direct Coffee. Im ersten Firmenjahr konnten sie zwei Tonnen Rohkaffee importieren, in ein paar Jahren soll es ein voller Container von 20 Tonnen werden – damit könnte etwa 28 000 Kindern geholfen werden.

Versprechen einhalten

Mit dem Unternehmertum kamen aber auch Herausforderungen: «Viele Leute mit einem winzigen Marketingbudget zu erreichen, ist schwer», meinen die Tuils. So seien Anzeigen auf Facebook und Google Adwords einfach zu teuer und die Conversion Rates zu tief – «wir sind noch immer auf der Suche nach einer geeigneten Lösung.» Direct Coffee spezialisiert sich darauf, Kundennähe zu schaffen und zeigt dafür Geschichte und Gesichter hinter dem Kaffee auf – so können die Kunden sehen, wer wie und wo in dem gesamten Prozess integriert ist und wohin das Geld fliesst. «Den Erfolg unserer Arbeit können wir direkt nachverfolgen – das ist einfach toll», sind sich die beiden Gründer einig. Die Nähe zum tatsächlichen Geschehen – ob beim direkten Kontakt mit Kunden, Kleinbauern oder den Kindern in Afrika – sei für sie sehr wichtig.

Zurzeit sind Marie und Michaël Tuil in Äthiopien unterwegs, um die ersten drei sozialen Projekte umzusetzen, bei der Kaffeeernte dabei zu sein und damit auch ihre Versprechen an die Menschen in Afrika einzulösen.

directcoffee.net
gebana.ch

Viel Interesse für den HSG-Alumni-Karriere-Anlass.

HSG-Alumni-Karriereanlass «Mein Ziel – Karriere als Jurist/-in»

Ein Jurastudium, vier Berufswege

Bundesrichterin, Leitender Staatsanwalt, Managing Partner oder General Counsel – was sind die Anforderungen an diese Berufe und welche Herausforderungen stellen sich auf persönlicher, operativer und strategischer Ebene? Vier erfolgreiche Juristinnen und Juristen gaben am HSG-Alumni-Karriereanlass einen persönlichen Einblick in ihre unterschiedlichen Karrieren.

Alessandro Solèr

Die Berufsmöglichkeiten der heutigen Juristen sind vielfältig. Vor dem Hintergrund einer Liberalisierung des Rechtsdienstleistungsmarkts stellt sich die Frage, welchen Weg sie in ihrer Laufbahn einschlagen sollen. «Für die Ehemaligen der HSG ist das ein höchst relevantes Thema», so Ariel Hugentobler, Leiter Career Services von HSG Alumni, weshalb man diesen Anlass zusammen mit der Anwaltskanzlei Froriep organisiert habe.

Welche Karrieremöglichkeiten hat eine Juristin?

Grundsätzlich kann sich ein Jurist zwischen einer Karriere in der Privatwirtschaft oder der öffentlichen Verwaltung entscheiden. Als Panelisten der Privatwirtschaft vertrat Catrina Luchsinger Gähwiler, Managing Partner der Froriep AG, die Perspektive einer Rechtsanwältin in einer Grosskanzlei und Mark Mauerhofer, General Counsel von OC Oerlikon, die Perspektive eines Unternehmensjuristen. Seitens öffentlicher Verwaltung stellten Alexia Heine den Beruf einer Bundesrichterin und Christoph Ill die Funktion eines Leitenden Staatsanwaltes vor.

Der Rechtsdienstleistungsmarkt im Wandel

Die zunehmende Regulierungsdichte führt zu einer Verrechtlichung von Gesellschaft und Wirtschaft. Dadurch verändert sich das Anforderungsprofil von Unternehmen an juristische Mitarbeiter. Wie im Jurastudium nimmt auch auf dem Arbeitsmarkt die Kompatibilität unter Juristen zu. Gemäss Mauerhofer sieht man dies an den Veränderungen der Stellung eines General Counsels. Ein General Counsel ist ein Jurist, der nur einen Klienten hat, nämlich seinen Arbeitgeber. Er führt das Rechtsdepartment eines Unternehmens. Mauerhofer stellt fest, dass ein rechtliches Grundverständnis heute kein besonderes Unterscheidungsmerkmal darstelle. Durch praktisches und lösungsorientiertes Handeln sei es möglich, sich von anderen Juristen zu unterscheiden. Einem General Counsel müsse es gelingen, den Spagat zwischen internen Richtlinien und der Gesetzgebung zu schaffen. Dabei stehe ein General Counsel als Führungspersönlichkeit stets unter dem Druck, die operative Zielsetzung mitzutragen.

Generalisten sind gefragt

In einer Kanzlei benötigt man als Managing Partner ebenfalls ausgeprägte Kommunikations- und Führungskompetenzen. Der Beruf eines Managing Partners entspricht in etwa dem eines CEOs in einem Unternehmen. Gemäss Luchsinger Gähwiler muss eine Rechtsanwältin heutzutage sowohl Unternehmen rechtlich beraten als auch Unternehmensberaterin sein. Ein betriebswirtschaftliches Verständnis sowie ein Verständnis der relevanten Branche seien Voraussetzungen, um in der Wirtschaft ernst genommen zu werden.

Auch wenn zu Mandanten häufig ein «Patient-Arzt-Verhältnis» besteht, so habe eine Rechtsanwältin auch die Rolle des Trusted Advisor einzunehmen, die aus einer langjährigen Mandantenbeziehung mit besonderem Vertrauensverhältnis entsteht. Partnerin in einer Kanzlei zu sein habe den Vorteil, Mandanten ablehnen zu dürfen.

«Den Luxus, Klienten abzulehnen, haben wir nicht»

Als Staatsanwalt ist Christoph Ill täglich mit den Schattenseiten der Gesellschaft konfrontiert. Über den Bezug zu Angeklagten scherzt er, dass er diese nicht ablehnen könne. Umso wichtiger sei es, dass ein Staatsanwalt ein Interesse an prozessualen Fragestellungen mitbringe. Ein neugieriger Charakter vereinfache das alltägliche Ermitteln. Auch merkt Christoph Ill ironisch an, dass man als Staatsanwalt nicht nach langjährigen Klientenbeziehungen strebe. Die Tätigkeit eines Staatsanwalts biete für ihn die Möglichkeit eines planbaren Tagesablaufs. So ist es für ihn möglich, neben seiner Berufsausübung auch in der Lehre tätig zu sein.

Einsamkeit an der Spitze

«An der Spitze unseres Justizsystems fühlen sich vor allem Einzelgängerinnen wohl», so Bundesrichterin Heine. Koordination und Kommunikation seien bei der Berufsausübung weniger gefragt als in der Privatwirtschaft. Das Interesse an der Lehre sollte über dem Interesse an dem Einzelfall stehen. Der Weg, Richterin zu werden, sei hingegen ein politischer Prozess. Eine Voraussetzung zur Wahl eines Richters in der Schweiz ist die Mitgliedschaft in einer politischen Partei. Um als Bundesrichterin gewählt zu werden, müsse man deshalb die Sprache der Menschen aus der eigenen Partei sprechen. Für das Fällen von guten Urteilen sei im Weiteren die Zusammenarbeit unter den Richtern eine wesentliche Voraussetzung, was gegenseitige und gute Kenntnisse unserer Landessprachen bedingt.

Kunden wollen Entscheidungen

Nicht nur auf den General Counsel ist der Entscheidungsdruck grösser geworden. So beseitigt Luchsinger Gähwiler ein Klischee, dass sich Rechtsanwälte vor Entscheidungen drücken können. «Diese Zeiten sind vorbei», erklärt sie. Eine Rechtsanwältin müsse heutzutage Entscheidungen fällen. Kunden verlangten von ihren Rechtsanwälten immer nachdrücklicher nach klaren Vorgaben, wie sie mit einem Problem umgehen sollen.

«Zusammenfassend waren sich die Panel-Teilnehmer einig, dass ein Jurastudium eine Vielzahl von Berufswegen ermöglicht», so Marcel Würmli, Moderator und Präsident von HSG Law Alumni. Bei den Ansprüchen der Berufe können Gemeinsamkeiten festgestellt werden. So ähneln sich die Ansprüche an einen Bundesrichter und Staatsanwalt auf der einen Seite sowie an einen Managing Partner und General Counsel auf der anderen. Empathie ist unabhängig von der juristischen Laufbahn eine Fähigkeit, die unabdinglich ist, sei es auf dem Weg zum Wunschberuf oder bei dessen Ausübung. Neben Empathie und harter Arbeit gehört berufsübergreifend auch eine entsprechende Portion Glück dazu, zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu sein, um schliesslich das persönliche Karriereziel zu erreichen.

HSG Shop

Universität St.Gallen

Diese und weitere Geschenkideen erhalten Sie unter www.hsgshop.ch

SCHLÜSSELANHÄNGER
Aus Rindleder
CHF 9.90

MANSCHETTENKNÖPFE
HSG Manschettenknöpfe aus Messing, silber
CHF 69.90

VISITENKARTENETUI
Aus Metall mit Logo
CHF 9.90

BUSINESS TASCHE
Aus Canvasstoff
CHF 175.00

HSG Shop GmbH | Universität St.Gallen | Dufourstrasse 50 | 9000 St.Gallen
Gebäude 01, Raum 006 | +41 (0)71 224 30 15 | shop@unisg.ch

Das Mentoring-Programm entwickelt sich erfreulich

366 Mentoren und 467 Mentees haben sich für den Mentoring-Programm-Zyklus 2016 – 2018 der Universität St.Gallen und HSG Alumni angemeldet. Die Auftaktveranstaltung im Audimax bot den Teilnehmenden die Gelegenheit, sich über den Ablauf des Mentoring-Programms zu informieren und auszutauschen.

Stefano Alghisi

Eine Mentorin oder ein Mentor habe die Rolle eines Ratgebers, Initiators und Wissensvermittlers, erklärte Pascale Lutz den zahlreich erschienenen Gästen. Lutz leitet das Mentoring-Programm und war sichtlich erfreut, dass die Anzahl teilnehmender Mentorinnen und Mentoren seit 2004 von rund 200 auf 366 gestiegen ist. Ähnlich wie bei Partnervermittlungen setzte man eine Software ein, um ein möglichst gutes Matching zwischen Mentoren und Mentees zu erzielen – die endgültige Zuteilung wurde aber persönlich vorgenommen, versicherte Lutz. Für den Master-Studierenden Nicolaus Wallner bot die Auftaktveranstaltung den idealen Rahmen, um seinen Mentor in einer lockeren Atmosphäre kennenzulernen. «Die Einführung war sehr interessant und ich bin von der hohen Qualität des Programms überzeugt», meinte der 22-Jährige.

«Seien Sie brutal direkt»

In seinem Gastbeitrag berichtete HSG-Alumnus Patrik Gisel von seinen positiven Erfahrungen mit dem Mentoring-Programm der Raiffeisen Schweiz, das seit zehn Jahren durchgeführt wird. Für den Vorsitzenden der Geschäftsleitung müssen in einer Mentor-Mentee-Beziehung Offenheit und Vertrauen zu 100 % sichergestellt sein. Er riet den Mentees, «brutal direkt» auf ihren Mentor zuzugehen, um ein ehrliches Feedback zu erhalten.

Falls du Interesse hast, dich ab Herbst 2017 als Mentorin oder Mentor für Studierende der HSG zu engagieren, kannst du uns gerne unverbindlich per E-Mail an mentoring@unisg.ch kontaktieren.

next

Jürgen Brücker
Dr. oec. HSG '05

Die **Universität Liechtenstein** hat seit dem 1. Oktober 2016 einen neuen Rektor: Dr. oec. Jürgen Brücker. Er war bislang Mitglied des Rektorats und der Geschäftsleitung der Universität St.Gallen und als Direktor Aussenbeziehungen an der Universität St.Gallen unter anderem für die regionalen und internationalen Netzwerke sowie die Universitätsentwicklung verantwortlich. Sein Doktorat in den Wirtschaftswissenschaften schloss Brücker an der Universität St.Gallen ab, zuvor absolvierte er eine technische Ausbildung. Er ist schweizerisch-deutscher Doppelbürger, verheiratet und Vater von drei Kindern.

Jörg Bruckner
lic. oec. HSG '97 und Dr. oec. HSG '00

Seit dem 1. Oktober leitet Jörg Bruckner als CEO die **ZfU International Business School** in Thalwil. Jörg Bruckner verlässt damit seine Position als Vorstandsmitglied und Leiter Ausbildung an der Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ). Er arbeitete nach seinem Studium an der HSG als Senior Berater und Projektleiter in verschiedenen Bereichen für die UBS AG, bevor er 2009 als Studiengangsleiter für Betriebsökonomie zuerst an die ZHAW in Winterthur und 2013 an die HWZ in Zürich wechselte, wo er im selben Jahr zum Professor am Center for General Management berufen wurde.

Jürg Birri
lic. iur. HSG '96

KPMG International hat den Schweizer Jürg Birri per 1. Oktober 2016 zum «Global Head of Legal» ernannt. Er wird die neue Aufgabe in Ergänzung zu seiner bisherigen Funktion als Leiter der Rechtsberatung und des Kompetenzzentrums für Finanzmarktregulierungen von KPMG Schweiz wahrnehmen. Als Global Head of Legal wird der Aargauer auf globaler Ebene die Rechtsberatung als integriertes, spartenübergreifendes Dienstleistungs- und Kompetenzzentrum vorantreiben. Vor seinem Eintritt bei KPMG betreute er für eine Zürcher Anwaltskanzlei Privatkunden in Steuerfragen, ehe er für eine Schweizer Privatbank die Abteilung Vermögens- und Steuerplanung führte. Der Vater von zwei Kindern hat an der Universität St.Gallen Recht studiert und anschliessend das Anwaltspatent sowie das eidgenössische Diplom als Steuerexperte erworben.

Frédéric Lebel
lic. oec. HSG '92

Frédéric Lebel wurde zum Verwaltungsratspräsidenten des **CFA Institute** berufen. Das CFA Institute ist ein internationaler Verein von über 148 000 Investment-Profis. Die nicht gewinnorientierte Organisation strebt die höchsten Standards in Ethik und Bildung sowie berufliche Spitzenleistungen an. Frédéric Lebel, Jahrgang 1968, wuchs in Pully bei Lausanne auf. Seit 1999 lebt er in der Nähe von Genf. Er schloss an der Universität St.Gallen ein Studium in Accounting & Finance ab. Seit 2008 ist er Co-CEO und CIO der Investmentgesellschaft OFI MGA und Inhaber der HFS Hedge Fund Selection AG. Zuvor verantwortete er als Direktor das alternative Anlagegeschäft von Lombard Odier & Cie in Genf. Das CFA Institute pflegt Partnerschaften mit 150 in der Finanzwelt führenden Hochschulen, darunter auch die HSG.

Thomas Schneckenburger
Dr. oec. HSG '00

Kilian Maier
lic. oec. HSG '98, Dr. oec. HSG '01

Yasemin Diethelm-Ersan
lic. oec. HSG '99

Die drei Alumni der HSG gründeten die **Interaction Partners AG**. Der Fokus von Interaction Partners liegt auf physischen Treffen zwischen börsennotierten Unternehmen und institutionellen Investoren (Roadshows, Investorentage). Um diese so effizient wie möglich zu gestalten, entwickelten sie die «schedulR»-Plattform. schedulR ist eine Cloud-basierte, mobile Anwendung, um Firmen mit geeigneten Investoren zusammenzubringen und entsprechende Treffen zu planen und vorzubereiten. Weiter erlaubt schedulR, Meeting-Feedback einzuholen und alle Interaktionen mit Investoren zu dokumentieren (Investor-Relations-CRM). schedulR wurde in nur vier Monaten umgesetzt. Ausschlaggebend hierfür waren die detaillierte Branchenkenntnis der drei Gründer und die Tatsache, dass «Mehrfachunternehmerin» Yasemin von ihren wertvollen Erfahrungen im Aufbau von pinkfisch.com – einem erfolgreichen Schweizer online Start-up für Partyartikel und Dekorationsideen – profitieren konnte.

Hast du eine neue Stelle, ein neues Amt oder eine neue Aufgabe übernommen? Melde uns deinen Sesselwechsel an alumni@unisg.ch.

Zur Rolle des Sinnerlebens von Führungskräften

Dr. Petra Kipfelsberger

Eine der wesentlichen Annahmen hat sich bereits in mehreren Untersuchungen bestätigt: Führungskräfte können vor allem dann ihre Mitarbeitenden inspirieren, wenn sie selbst Sinn bei ihrer Arbeit erleben. In Zeiten von ständigem Wandel, Krisen und Turbulenzen ist das Sinnempfinden am Arbeitsplatz nicht immer gegeben. Umso wichtiger ist es, dass Führungskräfte einer ihrer wichtigsten Aufgaben nachkommen: nämlich den Mitarbeitenden Sinn aufzuzeigen. Erstaunlicherweise gibt es aber bislang kaum Forschung zur Rolle des Sinnerlebens bei Führungskräften. Wann erleben ManagerInnen ihre Arbeit als sinnstiftend und persönlich erfüllend? Welche Konsequenzen ergeben sich daraus für deren Führungsverhalten und für Unternehmen? Vor dem Hintergrund dieser Fragen werden im Rahmen des Forschungsprojekts «Leading with Meaning», das durch den Grundlagenforschungsfonds der Universität St.Gallen gefördert wird, eine Reihe von qualitativen und quantitativen Studien durchgeführt, die neue Erkenntnisse rund um das Sinnerleben von Führungskräften generieren.

Kontakt:
petra.kipfelsberger@unisg.ch

Goodwill nach Akquisitionen – eine neue Blase?

Prof. Dr. Peter Leibfried

Der Kaufpreis eines Unternehmens beschränkt sich meist nicht auf das, was an handfesten Vermögenswerten in der Bilanz zu finden ist. Die darüber hinaus gehenden Prämien werden als Goodwill bezeichnet – bilanzierte Zukunftshoffnung z.B. auf Synergieeffekte. Bis 2005 bereinigte sich ein zu hoch bezahlter Goodwill von allein: er wurde über 10 – 20 Jahre planmässig abgeschrieben und verschwand aus der Bilanz. Aufgrund einer Änderung der Rechnungslegungsstandards ist dies heute nicht mehr der Fall. Vielmehr darf Goodwill nur noch dann abgeschrieben werden, wenn eine tatsächliche Wertminderung festgestellt wird. Im Rahmen eines seit 2007 aktiven Forschungsschwerpunkts werden die Auswirkungen der neuen Rechnungslegung untersucht. Die Erkenntnisse sind beunruhigend: der Goodwill nimmt konstant zu, sein Anteil an der Bilanzsumme und am Eigenkapital steigt. Abgewertet wird dann, wenn ein neuer CEO das Ruder übernimmt – der für die überbezahlte Akquisition nicht verantwortlich ist. Insgesamt stellen sich Fragen nach einer bilanziellen Blase, und der Nachhaltigkeit der Bilanzierungsmethode insgesamt.

Kontakt:
peter.leibfried@unisg.ch

Shadow IT – A view behind the curtain

Dr. Mario Silic und Prof. Dr. Andrea Back

Our study revealed that greynet, content apps, and utility tools are the most used shadow systems among employees in organizations. Shadow IT is a currently misunderstood and relatively unexplored phenomena. It represents all hardware, software, or any other solutions used by employees inside of the organisational ecosystem which have not received any formal IT department approval. But how much do we know about this phenomenon? What is behind the curtain? Is security in organisations jeopardized? We conducted an in-depth analysis of the organisational Shadow IT practices, reporting the view from behind the curtain. The study used triangulation approach to investigate the Shadow IT phenomena and its findings open Pandora's Box as they lay a new picture of what Shadow IT looks like from the software perspective.

Kontakt:
mario.silic@unisg.ch

«Schattenstaat» ausserhalb der Schuldenbremse – Zur Sicherung des Gleichgewichts zwischen Einnahmen und Ausgaben in der dezentralisierten Verwaltung

Dr. Stefan Legge und Prof. Dr. Lukas Schmid

Spitäler, Universitäten, Gebäudeversicherungen, Verkehrs- und Energiebetriebe bis hin zu Motorfahrzeugkontrollen oder Organisationen der Standortförderung: Eine Vielzahl öffentlicher Aufgaben von Bund und Kantonen wurde an verselbständigte Einheiten übertragen. Die Existenz solcher Einheiten mit eigener Rechnung und eigenem Vermögen (Sonderhaushalte) kann in ein Spannungsverhältnis zu den Bestimmungen der Schuldenbremsen und dem Ziel einer stabilitätsorientierten Finanzpolitik treten. Die im Rahmen eines Forschungsprojekts im Institut für Finanzwissenschaft, Finanzrecht und Law and Economics zur Vorbeugung und Bewältigung von finanziellen Notlagen der öffentlichen Hand entstandene Studie zeigt auf, dass diese Sonderhaushalte den Schuldenbremsen weitgehend entzogen bleiben: Es existiert ein veritabler «Schattenstaat». Dieser birgt erhebliche finanzielle Risiken und erschwert eine gesamtheitliche Beurteilung der Nachhaltigkeit der Haushaltsführung. Als mögliche Lösungsansätze identifiziert der Autor unter anderem die finanzpolitische Steuerung über eine konsolidierte Rechnung oder die Einführung eigener Schuldenbremsen für die Sonderhaushalte.

Kontakt:
david.waldmeier@unisg.ch

lab

Wer forscht an was? Aktuelle Forschungs- und Praxisprojekte der Universität St. Gallen

«Für unsere anspruchsvollen Positionen suchen wir Ehemalige der HSG und publizieren diese Stellen gerne auf www.alumnijobs.ch.»

Natalie Vogel
lic. oec. HSG 2005
Human Capital
Marketing Leader, PwC

Institut für Führung
und Personalmanagement

Universität St.Gallen

Leadership-Programme
Jahresüberblick 2017

St. Galler Leadership-Zertifikat – CAS-Programm	Start: 13. März 2017
Personalmanagement für Führungskräfte – Kompaktseminar	14./15 März 2017
St. Galler Leadership-Tag mit Nacht – Jahrestagung	15./16. März 2017
Führung mit Energie und Fokus – Kompaktseminar	7. – 9. Juni 2017
HRM 4.0 – Kompaktseminar	13. – 15 Nov. 2017

NEU mit internationalem Angebot

St. Gallen Leadership Certificate – CAS Program	Start: August 2017
Leading with Energy and Focus – Block seminar	28. – 30. August 2017

Institut für Führung und Personalmanagement Dufourstrasse 40a | CH-9000 St. Gallen
Telefon +41 71 224 23 70 | Telefax +41 71 224 23 74 | contactifpm@unisg.ch | www.ifpm.unisg.ch

Bewährte Werte

Zuverlässig und sicher. Solide mit gutem Ruf. So wie die CONCORDIA für Familien. Und für alle, denen Klasse wichtiger ist als Masse.

Ihre Gesundheit, bei der CONCORDIA in besten Händen.

www.concordia.ch

CONCORDIA
Dir vertraue ich

DIVERSA
Zusatzversicherung
Für hohe Erwartungen an Sicherheit, Qualität und Service

HSG-Alumnus engagiert sich im St.Gallen Institute of Management Latin America

Brasilien-HSG und zurück

Axel Werner ist ist Mitglied im Steering Comittee des St.Gallen Institute for Management in Latin America (GIMLA), das nun offiziell eröffnet wurde (vgl. Artikel auf Seite 19). Der HSG-Alumnus arbeitet als HR-Development Expert und Partner bei Kienbaum, Brasilien und ist in Brasilien aufgewachsen.

Martina Bietenhader

Axel Werner, du bist im Norden Brasiliens aufgewachsen, was hat dich in die Schweiz und an die Uni St.Gallen gebracht?
Mein Vater ist Brasilianer mit deutscher Abstammung, aber ich bin im Nordosten Brasiliens, genauer in Recife, geboren und aufgewachsen. Ich hatte nie grossen Bezug zur deutschen Sprache, jedoch waren wir als Familie ab und zu in Deutschland in den Ferien, um Verwandte zu besuchen. Eines Tages kam dann mein Vater und fragte mich ganz unverbindlich, ob ich denn nicht Lust hätte, an einer Universität im deutschsprachigen Raum zu studieren. Und so sind wir dann sozusagen miteinander auf die Suche nach einer geeigneten Uni gegangen. Da war ich erst 16, aber hatte vor Ort schon ein Gespräch mit dem damaligen Rektor der HSG, der mir alles erklärte, und mein Vater hat mir es übersetzt. Als ich mich dann für St.Gallen entschieden habe, ging ich zuerst nach Deutschland, um die Sprache zu lernen, und dann durchlief ich das ganze Aufnahmeverfahren; Anerkennung der Matura, Aufnahmetest etc., was glücklicherweise erfolgreich war.

Was hat dich danach wieder zurück nach Brasilien gebracht? Inwiefern profitierst du auch in Brasilien von deinem Studium an der HSG?
Also grundsätzlich kann man sagen, dass jeder Brasilianer Heimweh nach Brasilien hat. Irgendwann gewöhnt man sich dann schon an das neue Zuhause, aber im Hinterkopf bleibt Brasilien, als Land mit Potential. Bei Studienabschluss wusste ich, dass ich mittelfristig zurück möchte. Glücklicherweise konnte ich mit meinem damaligen Arbeitgeber, einer deutschen Beratungsfirma, beruflich vereinbaren, zurück nach Brasilien zu ziehen – ins Land, in dem ich meine Zukunft sah. Natürlich kam das dann alles ganz anders, wie meistens im Leben: Nach acht Jahren in Europa war es schon ein Schock, wieder im beruflichen Alltag Brasiliens zu sein, wo man ständig mit all den sozialen Problemen konfrontiert wird. Aber zurück zu kehren stand ausser Frage – es gibt einen Moment im Leben, an dem man Grundsatzentscheidungen treffen muss. Bleibt man zu lange an einem Ort, wird es schwierig, sich an einem neuen Ort wieder geschäftlich und gesellschaftlich anzupassen. Nach fünf Jahren habe ich mir überlegt, zurück nach Europa zu gehen, aber ich habe schnell gemerkt, dass die brasilianischen Unternehmen mehr Interesse an mir haben. Mein Vorteil war es, die europäische Mentalität zu kennen beziehungsweise ein Stück weit angenommen zu haben, aber dennoch gut mit den Brasilianern umgehen zu können.

Axel Werner.

Wie kam es zum Engagement im Steering Comittee für den HSG Hub in São Paulo? Was ist deine Rolle?
Das war eigentlich eher zufällig. Ich hatte immer Interesse, den Kontakt zur Universität zu behalten, und irgendwann bin ich über die SWISSCAM mit Angélica Rotondaro, Managing Director des HSG Hubs, in Verbindung gekommen durch eine Schulung zu «Doing Business in Latin America». Und so ging dann das eine nach dem andern, und ich durfte Teil des Steering Comittees des neuen Institutes «St.Gallen Institute of Managament Latin America» werden.

DAS KLOSTER LÄDT ZUR BILDUNG EIN.
SEIT ÜBER 1400 JAHREN.

KLAUSUR & KULTURZENTRUM
KLOSTER DISENTIS

Klausurtagung im Kloster

Klösterliche Ruhe und Weitblick sind Ihre Inspirationsquelle. Für Seminare, Retraiten und Betriebsanlässe, für Geschäftsleitungen, Projekt-Teams und ganze Firmen: **www.klausur-und-kultur.ch**

Benediktinerkloster Disentis, Via Claustra 1, CH-7180 Disentis/Mustér
+41 (0)81 929 69 04, kkd@kloster-disentis.ch, www.kloster-disentis.ch

Ausgeruht tagen: Die neu erstellten Hotelzimmer im Barockbau des Klosters bieten ab jetzt Übernachtungsplatz für bis zu 60 Gäste.

Fünfte Impact-Business-Konferenz zum Start des neuen HSG-Instituts in Brasilien

Innovationen in Lateinamerika

Die HSG hat ihren Hub in São Paulo zu einem Institut ausgebaut. Während der Eröffnung auf dem HSG-Campus diskutierten Experten aus Wissenschaft und Praxis über nachhaltige Geschäftsmodelle und Innovationen in Brasilien.

HSG-Kommunikation

Zur fünften Impact-Business-Konferenz kamen zahlreiche Interessierte.

Das neue «St.Gallen Institute for Management in Latin America» wurde am 18. Oktober 2016 offiziell eröffnet – und zwar mit der fünften Impact-Business-Konferenz zum Thema «Innovative Business Models for a Sustainable Society – Insights from Latin America». Nach drei Ausgaben in Brasilien wurde die Konferenz in diesem Jahr zum zweiten Mal auf dem Campus der Universität St.Gallen durchgeführt. Im Mittelpunkt standen Geschäftsmodelle und Innovationen, die neben finanziellem Gewinn auch einen messbaren sozialen oder ökologischen Nutzen anstreben. Dies vor allem in den Bereichen Gesundheit, Energie sowie im Konsumgütermarkt.

Im ersten Teil stellten HSG-Wissenschaftler Prof. Dr. Harald Tuckermann, Johannes Boch und Eva Schmithausen unternehmerische Initiativen vor, die den Zugang zur ärztlichen Versorgung in Brasilien verbessern. Über «High Performance in the Public Health service in Rio de Janeiro» sprach Gesundheitsmanagement-Experte Ronald Munk (RioSaúde).

Erneuerbare Energien in Lateinamerika

Wie alternative Energiequellen zu einer nachhaltigen wirtschaftlichen Entwicklung Lateinamerikas beitragen können, beleuchtete der zweite Teil der Konferenz. Bis 2025 muss gemäss Angaben des GIZ allein Brasilien seine Stromversorgung nahezu verdoppeln, um die Nachfrage bedienen zu können. Durch Wind- und Solarenergie, Energieeffizienz und die Umstellung auf innovative Ersatztechnologien soll dem Klimawandel entgegengewirkt werden.

Bruno Fux (LafargeHolcim) betonte das grosse Potential nachhaltiger Müllverwertung. Mit Wasserkraft beschäftigte sich Dr. Vanessa Boanada-Fuchs (Swiss Graduate School of Latin American Studies) in ihrem Referat «Stakeholder Engagement in Hydroelectric Projects in Brazil». Patrick Horka (South Pole Group) ging auf Möglichkeiten einer risikoarmen Finanzierung nachhaltiger Energieprojekte in Wachstumsmärkten ein.

Fallbeispiele aus der Praxis

Zwei Beispiele für echtes unternehmerisches Nachhaltigkeitsmanagement stellten ein Getränkehersteller aus der Ostschweiz und eine brasilianische Naturkosmetik-Firma vor. Renata Puchala (Natura) erläuterte am Beispiel ihres Geschäftsmodells, wie ein Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zum sozialen Wohlergehen beitragen kann. So investiert das Unternehmen beispielsweise in die Ausbildung und digitale Inklusion der Bewohner von 24 Gemeinden im Amazonas, die an der Herstellung der Naturkosmetik-Produkte beteiligt sind. 2300 Schulen hat die Firma gegründet, künftig sollen 10 000 Familien vom Erfolg des Unternehmens profitieren.

Auch die Migros setzt für Fairtrade-Orangensaft auf eine nachhaltige Kooperation mit Kleinbauern in Brasilien und neu auch in Mexiko: Die Ausweitung des Fairtrade-Engagements der Bischofszell Nahrungsmittel AG auf Kleinbauern in Mexiko ermöglicht die Produktion des Pink-Grapefruit-Saftes der Migros-Marke «Gold» unter dem Label Max Havelaar. Norbert Gavalovic von Bischofszell Nahrungsmittel AG (BINA) und HSG-Wissenschaftler Luc Wüst zeigten am Beispiel der Orangensaftproduktion in der südbrasilianischen Stadt Paranavaí, wie ein Schweizer Unternehmen zum nachhaltigen Wachstum kleiner Kooperativen in Lateinamerika beitragen kann.

Nachhaltige Geschäftsmodelle vorantreiben

«Wenn Unternehmen und Investoren ihre wirtschaftlichen Ziele mit der Lösung gesellschaftlicher Probleme verbinden, profitieren letztlich alle», sagte Angélica Rotondaro, Direktorin des neu gegründeten «St. Gallen Institute for Management in Latin America», zum Abschluss der Konferenz. Mit Studierendenaustausch, Weiterbildung und Forschungskooperationen werde sich das Institut in São Paulo auch künftig dafür einsetzen, nachhaltige Geschäftsmodelle und Innovationen in Lateinamerika voranzutreiben.

Im Gespräch mit Sabine Kohler, OK-Präsidentin der 8. HSG Alumni Konferenz

«Mit dem richtigen Team lässt sich jede Herausforderung meistern»

Die 8. HSG Alumni Konferenz ist im September in Davos erfolgreich über die Bühne gegangen. Was waren die Herausforderungen und Highlights bei diesem Grossprojekt? Eine Art «Abschlussgespräch» mit HSG-Alumna Sabine Kohler, die als OK-Präsidentin an der Spitze des Organisationsteams stand.

Roger Tinner

Sabine Kohler bei der Konferenz-Eröffnung.

Sabine Kohler, seit der erfolgreichen 8. HSG Alumni Konferenz in Davos sind schon wieder ein paar Wochen vergangen. Als OK-Präsidentin hast du seither sicher wieder viel Freizeit. Was ist das für ein Gefühl, nachdem du mit deinem Team eine so «grosse Kiste» organisiert hast?
Ich bin sehr stolz darauf, was wir als Team in Davos auf die Bühne gebracht haben. Neben den strategischen Themen, der Konzeption der Storyline, der Suche nach spannenden Referenten, der Akquisition von Sponsoren, der Kommunikation, der logistischen und technischen Organisation und den Finanzthemen gab es unzählige Details zu planen. Umso lässiger war es dann zu sehen, wie sich die Puzzleteile zusammensetzten und zu einem tollen Konferenz-Erlebnis wurden.

Ihr habt Monate, ja Jahre voraus mit der Arbeit begonnen. Wie hast du das Projekt und die Zusammenarbeit mit deinem Team erlebt?
Ehrlich gesagt, hätte ich mir kein besseres Team wünschen können. Knapp zwei Jahre haben wir in die Planung investiert und sehr eng zusammengearbeitet. Wir sind alle sehr unterschiedlich und entsprechend waren die diversen Inputs sehr bereichernd. Ich war beeindruckt, wie sich alle OK-Mitglieder mit viel Herzblut, enormem zeitlichen Engagement und einem hohen Qualitätsanspruch für das erfolgreiche Gelingen eingesetzt haben. Man darf nicht vergessen, dass wir alle ehrenamtlich neben anspruchsvollen Vollzeit-Jobs für dieses Projekt gearbeitet haben.

Ich nehme an, dass die Konferenz selbst der Höhepunkt der ganzen Projektarbeit war. Welche Highlights sind dir besonders in Erinnerung geblieben?
Meinen «Moment of truth» habe ich am Donnerstagnachmittag erlebt, als das Plenum gefüllt war und sämtliche Teilnehmer mit Trommeln die Konferenz eröffnet haben. Die Energie war magisch. Dann gab es viele weitere Höhepunkte wie das Panel mit Peter Voser, Wan Ling Martello und Prof Dr. Rolf Dubs oder auch die Interaktion mit den SRF-Auslandskorrespondenten. Nicht zu vergessen natürlich die beiden Networking-Events: die Party in der Eishalle und das Gala Dinner im Interconti.

Und wo lagen die grössten Herausforderungen in der Organisation dieser Konferenz?
Die grössten Herausforderungen lagen klar beim Fundraising und der Teilnehmergewinnung.

Wie beurteilst du das «Standing» der Alumni Konferenz bei den Alumnae und Alumni?
Das Feedback der Alumni, Sponsoren und Referenten war sehr positiv. Betrachtet man die Gesamtpopulation von knapp 25 000 Mitgliedern, erscheint die Teilnahme von 350 Personen allerdings gering für dieses Flagship-Event. Da spielen aber viele Gründe eine Rolle, unter anderem das zeitliche und finanzielle Investment oder das heutzutage äusserst vielfältige Angebot an internen und externen Konferenzen und Events.

Was sind deine ganz persönlichen Learnings aus diesem grossen Projekt?
Im Verlauf des Projekts habe ich viele inspirierende Persönlichkeiten und damit auch die unterschiedlichsten Perspektiven auf das Thema «Bridging Cultures» kennenlernen dürfen; eine sehr bereichernde Erfahrung. Mein Core-Learning ist jedoch ganz simpel: Mit dem richtigen Team lässt sich jede Herausforderung erfolgreich meistern.

Und was gibst du HSG Alumni und dem folgenden OK mit auf den Weg zur nächsten Konferenz?
Das Engagement der Alumni zeichnet eine Universität aus und prägt deren Kultur. Die Konferenz-Organisation ist eine einmalige Erfahrung und ein Spielfeld um Ideen auszutesten. Ich wünsche dem neuen OK viel Freude und Erfolg!

Flagship-Event HSG Alumni Chapter Zürich

«Wer regiert die Welt?»

Über 400 Ehemalige nahmen am 10. Flagship-Event des HSG Alumni Chapter Zürich teil. Der ausverkaufte Anlass in der Emil Frey Garage Zürich Nord trumpfte mit hochkarätigen Referenten und Gästen auf.

Dominic Brügger

Nach der Begrüssung von HSG-Alumni-Zürich-Präsident Peter Zehnder stimmte Regula Curti die Teilnehmer mit einer kurzen Meditationsübung auf das spannende Thema des Abends ein. «Wer regiert die Welt?» war die Frage, die Joseph Blatter, Christoph Blocher und Christoph Tonini gestellt wurde. Der ehemalige SVP-Bundesrat vertrat die Ansicht, dass die USA seine Position als unbestrittene Weltmacht inzwischen abgegeben habe: «Macht auf der Welt ist zwar einerseits wirtschaftlich, aber andererseits sind die Armeen auch sehr wichtig.» Gerade im militärischen Bereich hätten die USA seit dem zweiten Weltkrieg nachgelassen und somit Russland und China die Möglichkeit gegeben, sich stärker in die Weltpolitik einzumischen.

Spannende Sichten auf Macht

Sepp Blatter ging in seinen Worten auf die Macht ein, über welche der Fussball heute verfügt. «Regierungen wollen den Fussball regieren, entweder durch den Sportminister oder direkt durch den Präsidenten, weil sie Angst haben, der Fussball könnte politische Bewegungen beeinflussen.» Bei der WM 2016 in Frankreich sei ihm aufgefallen, wie stark sich die Fans der einzelnen Länder mit ihren Farben und Flaggen präsentiert haben, stärker als in den Jahren zuvor. Blatter sieht darin die aktuell sichtbaren Tendenzen von gewissen Ländern zum Nationalismus bestätigt und weist darauf hin, dass Fussball solche Gefühle zu verstärken vermag.

Tamedia-CEO und HSG-Alumnus Christoph Tonini sprach über den Zusammenhang zwischen Medien und Macht. Er erklärte, dass Medien in verschiedenen Ländern unterschiedlich eingesetzt werden und somit andere Wirkungen erzielen würden: «Bestimmte Länder versuchen über die Kontrolle von Medien ein gewisses Machtgebilde aufzubauen. In einer funktionierenden Demokratie hingegen haben die Medien keine Macht, da es zu viele gegensätzliche Meinungen geben kann.»

HSG ALUMNI Deutschland Konferenz 2017

Jetzt anmelden
hsgalumni.ch/
deutschland

Grenzen erreichen. Grenzen überwinden.
In Politik, Wirtschaft, Technik und Ethik.

4. HSG Alumni Deutschland Konferenz / 30. März bis 1. April 2017, Bonn

Rückblick connexHR-Fachveranstaltung

Künstliche Intelligenz – Mensch und Maschine

Rückblick zur connexHR-Fachveranstaltung «Mensch und Maschine – von High Tech und Human Touch im HR.»

Daniela Wyss

Die Fachreferenten Dr. Karin Vey, Physikerin, Psychotherapeutin und Innovationsexpertin IBM Research Center, und Dr. oec. HSG Joël Luc Cachelin, Geschäftsführer der Wissensfabrik, sprachen über die digitale Transformation, die künstliche Intelligenz und ihre Auswirkungen auf das Human Resources Management. Cisco Schweiz offerierte dem HSG-Fachclub die Räumlichkeiten, einen praxisbezogenen fachlichen Input und kulinarische Gastfreundschaft. Die connexHR-Präsidentin Daniela Wyss, Inhaberin der Executive Search Boutique Profiling Partners, wollte von den Referenten und Teilnehmern in der anschliessenden Paneldiskussion wissen, inwiefern Maschinen den Menschen in einem modernen HR bereits heute selektionieren, wo Maschinen den Menschen ersetzen werden und wie sich die digitale Transformation auf Berufswahl und Weiterbildung auswirkt. Vey und Cachelin votierten für ein freundliches Miteinander von Mensch und Maschine. Ähnlich dem ehemaligen HSG-Professor Dr. Matthias Haller, sprach sich die Mehrzahl der Paneldiskussionsteilnehmer für ein bedingungsloses Grundeinkommen aus, da es in Zukunft immer weniger sinnvoll sei, dass Menschen ihr Auskommen über Arbeit fänden.

HSG Alumni
Universität St.Gallen

School of Finance
Universität St.Gallen

Christian Staub
BlackRock

Urs Wietlisbach
Partners Group

«Wie wird die Schweiz zum Asset-Management-Platz?»

13. Januar 2017, WBZ Holzweid, St. Gallen

Triff im Rahmen der Eventreihe «Zukunft Finanzplatz Schweiz» die relevanten Entscheider aus Wissenschaft, Asset Management, Regulierung und institutioneller Vermögensverwaltung.

Diskutiere mit diesen Experten und deinen Branchenkollegen, welche Chancen sich für die Schweiz im globalen Asset-Management-Markt bieten, ob wir als Schweiz die Voraussetzungen für einen internationalen Asset-Management-Hub erfüllen und wo es noch Nachholbedarf gibt.

Die Tagungsleitung rund um Prof. Dr. Manuel Ammann freut sich auf einen inspirierenden Start ins Asset-Management-Jahr 2017.

Jetzt anmelden unter hsgalumni.ch/finanzplatz.

Dr. Stefan Beiner
Publica PK

Felix Haldner
SFAMA

Dr. Michael Loretan
Finma

Martin Scholl
ZKB

HSG in den Medien

St.Galler Tagblatt, 4. Oktober 2016

HSG-Studium macht sich bezahlt

Dass Studenten der Universität St.Gallen nach dem Masterabschluss besonders gut gefüllte Lohntüten erhalten, ist gleich überraschend wie der nächste Meistertitel des FC Basel. Die «HSG» gilt weiterhin als die Kaderschmiede, in der die Wirtschaftselite geformt wird. So arbeiten überdurchschnittlich viele Absolventen in der Management- und Strategieberatung sowie bei Banken – zwei Branchen mit hohen Salären. Laut den Zahlen des Bundesamts für Statistik verdienen HSG-Studenten sowohl ein Jahr (88 000 Franken) als auch fünf Jahre (112 500 Franken) nach dem Masterabschluss verglichen mit anderen Uni-Absolventen durchschnittlich am meisten. Sollen die Eltern ihre Kinder demnach nach St.Gallen schicken? «Ausschlaggebend für die Wahl des Studiums sollte primär das Interesse an und die Begabung für das jeweilige Fachgebiet sein», sagt Marius Hasenböhler, Leiter der Kommunikation an der HSG. Künftige Lohnaussichten sollten seiner Meinung nach nicht die Hauptmotivation für die Wahl eines Studiums sein. Die Universität St.Gallen wirbt denn auch nicht aktiv mit den Gehaltszahlen um Studenten. Sie weist jedoch auf die guten Chancen der HSG-Absolventen auf dem Arbeitsmarkt hin.

Ostschweiz am Sonntag, 6. November 2016

Wir spielen Bundeshaus

Die Mehrheit im Audimax, dem grössten Hörsaal der Universität St.Gallen, ist klar und deutlich: Englisch als erste Fremdsprache macht das Rennen. So geht das also, wenn ein Land keinen König hat, sondern eine «Demokratie» ist. Das Wort kommt aus dem Griechischen und bedeutet «Volksherrschaft». Alle Bürger, die wählen dürfen, entscheiden mit über die Spielregeln: die Gesetze. Zum Beispiel darüber, dass Kinder in der Schule Englisch als erste Fremdsprache lernen. Oder Französisch. Wer regiert die Schweiz? Diese Frage stellt Benjamin Schindler zu Beginn seiner Vorlesung – der ersten von vier Kinder-Uni-Vorlesungen im November. In 45 Minuten kann er kaum alles Wichtige dazu sagen. Sowieso nicht, wenn er es genau nimmt. Schindler ist Professor für öffentliches Recht; er erklärt zunächst einmal, was «regieren» heisst. Dann lässt er alle im Hörsaal darüber nachdenken und mitreden, was denn «die Schweiz» ist. Hurtig wird das Mikrophon herumgereicht; möglichst viele sollen antworten können. So kommt eine Menge Wissen zusammen: Es geht um Bund, Kantone, Gemeinden. Über 500 Kinder sitzen im Audimax; noch nie hat Professor Schindler erlebt, dass der Saal derart «gestürmt» wird. Sogar Autogramme muss er am Ende geben, so gut ist er angekommen. «Ich musste mich anders und gründlicher vorbereiten als sonst», hat er uns später verraten, und auch, dass seine Töchter Josette und Seraphine ihm dabei geholfen haben. Grundehrlich. Mit Vergleichen und Ideen. Er wird sie jetzt öfter fragen: Da dürfen sich seine Studierenden freuen.

Neue Zürcher Zeitung, 8. November 2016

Mehr Ärzte am richtigen Ort

Voraussichtlich im Februar 2017 entscheidet der Schweizerische Hochschulrat über die Verteilung von 70 Millionen Franken zur Schaffung neuer Studienplätze in der Humanmedizin. Die Schaffung neuer Ausbildungsplätze liegt in der Hand der Universitäten und Kantone. Der Zustupf des Bundes wird ihre Kosten nicht gänzlich decken, dennoch treiben sie diverse Projekte voran. Insbesondere rund um die Universität Zürich hat sich ein neues Netzwerk gebildet, dem vier Partner angehören, die allesamt neu in die Ausbildung von Humanmedizinern einsteigen: Neben der ETH sind dies die Kantone Tessin, Luzern und St.Gallen. Mit der Anhebung der Zahl der inländischen Studienplätze soll die Abhängigkeit von ausländischen Ärzten vermindert werden. In Lugano sollen deshalb 70 neue Ausbildungsplätze entstehen, in St.Gallen ist ein Master-Studiengang mit 40 Absolventen geplant. Am Dienstag hat die sankt-gallische Regierung das Grundkonzept ihres Medical Master vorgestellt. Nächstes Jahr soll das Vorhaben im Kantonsparlament beraten werden, für Juni 2018 ist die Volksabstimmung vorgesehen. Sagt das Stimmvolk Ja, soll der Studienbetrieb 2020 aufgenommen werden. In der Ostschweiz ist in Kooperation mit der Universität Zürich ein interdisziplinärer Studiengang mit Einbezug des Kantonsspitals und der Universität St.Gallen (HSG) geplant. Letztere wird eigens ein neues Institut gründen, in das vorhandene Kompetenzen beispielsweise in Fragen der Gesundheitsökonomie einfliessen.

HSG-Studentenmagazin prisma, 14. November 2016

Wertvolle Praxiseinblicke mit dem HSG Entrepreneur's Circle

Zusammen mit Dr. Patrick Stach, der HSG-Gründergarage und dem Universitätsrat, lanciert die HSG ein neues Projekt: den Entrepreneur's Circle. Dabei werden regelmässig Events oganisiert, an denen Studierende von ehemaligen HSGlern und heutigen Top Shots der Wirtschaft wertvolle Praxiseinblicke erhalten. Die Führungskräfte erzählen von ihrem Weg und stehen Rede und Antwort. Die ersten Gäste werden Dr. Daniel Model, CEO der Model Holding AG, sowie Pierin Vincenz, ehemaliger CEO der Raiffeisen Schweiz, sein.

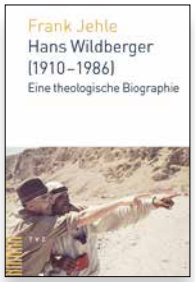
Kauf und Verkauf von KMU – Der Leitfaden für die Praxis
Christophe Friedli, Christoph Pichler, Urs Fueglistaller, Fabian Petrus
OBT AG
ISBN 978-3-905891-16-4
erschienen 2015

KMU werden verkauft und gekauft. Ein solch grosses Vorhaben passiert oft nur einmal im Leben einer Unternehmerin oder eines Unternehmers und gehört nicht zur alltäglichen Aufgabenstellung. Fragen tauchen zuhauf auf wie z.B.: Wie gehe ich das Projekt erfolgreich an? Was muss beachtet werden? Wo sind die Stolpersteine? Dieser Leitfaden gibt einen profunden Überblick über die verschiedenen Phasen des Abwicklungsprozesses. Gestützt auf Erfahrungen der Autoren und konzeptionelle Erkenntnisse vieler Untersuchungen gelingt dabei ein profundes Kompendium über die Vorgehensweise beider Parteien, also sowohl für den Verkäufer wie auch für den Käufer.

Dienstleistungsqualität
Fritz Forrer, Marcel Schöni, Christian Schepers
VERSUS kompakt
ISBN: 978-3-03909-221-5
erschienen 2016

Wie misst sich die Qualität von Dienstleistungen? Dienstleistungsqualität wird nicht primär mit dem Einsatz technischer Hilfsmittel sichergestellt, sondern über fünf zentrale Dimensionen gesteuert: Leistungskompetenz, Einfühlungsvermögen, Zuverlässigkeit, Reaktionsfähigkeit und Annehmlichkeiten des Orts der Dienstleistungserstellung. Weiche Faktoren sind – neben systematischem Vorgehen – mindestens so wichtig wie harte. Insbesondere sind auch der Aufbau und die Pflege einer Qualitätskultur erfolgsentscheidend. Dieses Buch zeigt, wie Unternehmen in der Qualität ihrer Dienstleistungen exzellente Leistungen erreichen.

Hans Wildberger (1910-1986)
Frank Jehle
TVZ Verlag
ISBN 978-3-290-17792-8
erschienen 2015



Hans Wildberger war Professor für alttestamentliche Wissenschaft und allgemeine Religionsgeschichte an der Universität Zürich. International bekannt wurde er durch seinen monumentalen Jesajakommentar, der zwischen 1965 und 1982 erschien. Frank Jehle erzählt von Leben und Wirken Hans Wildbergers, seiner Herkunft als Bauernsohn aus Neunkirch (SH) bis hin zu seinem Tod in Zürich. Bemerkenswert ist seine Zeit im Gemeindepfarramt (1933–1951) – seine Predigten sind Zeitdokumente ersten Ranges. Für diese Biographie wurde Wildbergers Nachlass aufgearbeitet, und sie zeichnet sich durch eine Konzentration auf das Theologische aus. Von besonderem Interesse ist Wildbergers Werdegang als Schüler Ludwig Köhlers, Emil Brunners, Rudolf Bultmanns und Karl Barths sowie seine Beschäftigung mit nichtchristlichen Religionen.

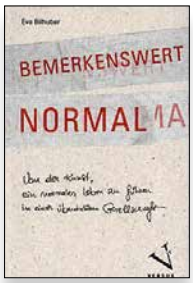
Führung 5.0
Prof. Günther H. Schust
bookboon.com
ISBN 978-87-403-0831-0 (eBook)
erschienen 2015

Die digital-technologischen Neuerungen (Industrie 4.0) verändern unsere Lebenswelten nachhaltig. Die Dinge der Welt «reden miteinander» (Internet der Dinge). Arbeits- und Innovationsprozesse sind komplexer. Kommunikation findet in interdisziplinären, hierarchiearmen (digitalen) Netzwerken statt. Mitarbeiter bekommen mehr Freiraum. Berichtsspannen sind erweitert und unnötige Schnittstellen vermieden. Das Führen der eigenen Person steht dabei im Vordergrund. So braucht das Land qualitativ «neue Führer», die die richtigen (kreativen) Köpfe intelligent vernetzen, unterstützen und wertvoll zur Entfaltung bringen (Führung 5.0).

Sparen in öffentlichen Haushalten
Ingo Caspari, Walter Reese-Schäfer, Werner Hassenkamp
Springer Gabler
ISBN: 978-3-658-10907-3
erschienen 2016

Dieses Buch zeigt wissenschaftlich fundierte und aktuelle Erkenntnisse zur Digitalisierung im Vertrieb auf und gibt anhand ausgewählter Praxisbeispiele Handlungsempfehlungen für die erfolgreiche Potenzialausschöpfung – auch über den Tellerrand der Vertriebsorganisation hinaus. Das Buch folgt dabei nicht dem üblichen Medienfokus, der auf Social Media und Co. gerichtet ist, sondern untersucht systematisch die Möglichkeiten und Erfolgsfaktoren, aber auch die Risiken diverser neuer Technologien für die Vertriebsarbeit.

Bemerkenswert normal
Eva Bilhuber
Versus Verlag
ISBN 978-3-03909-185-0
erschienen 2016



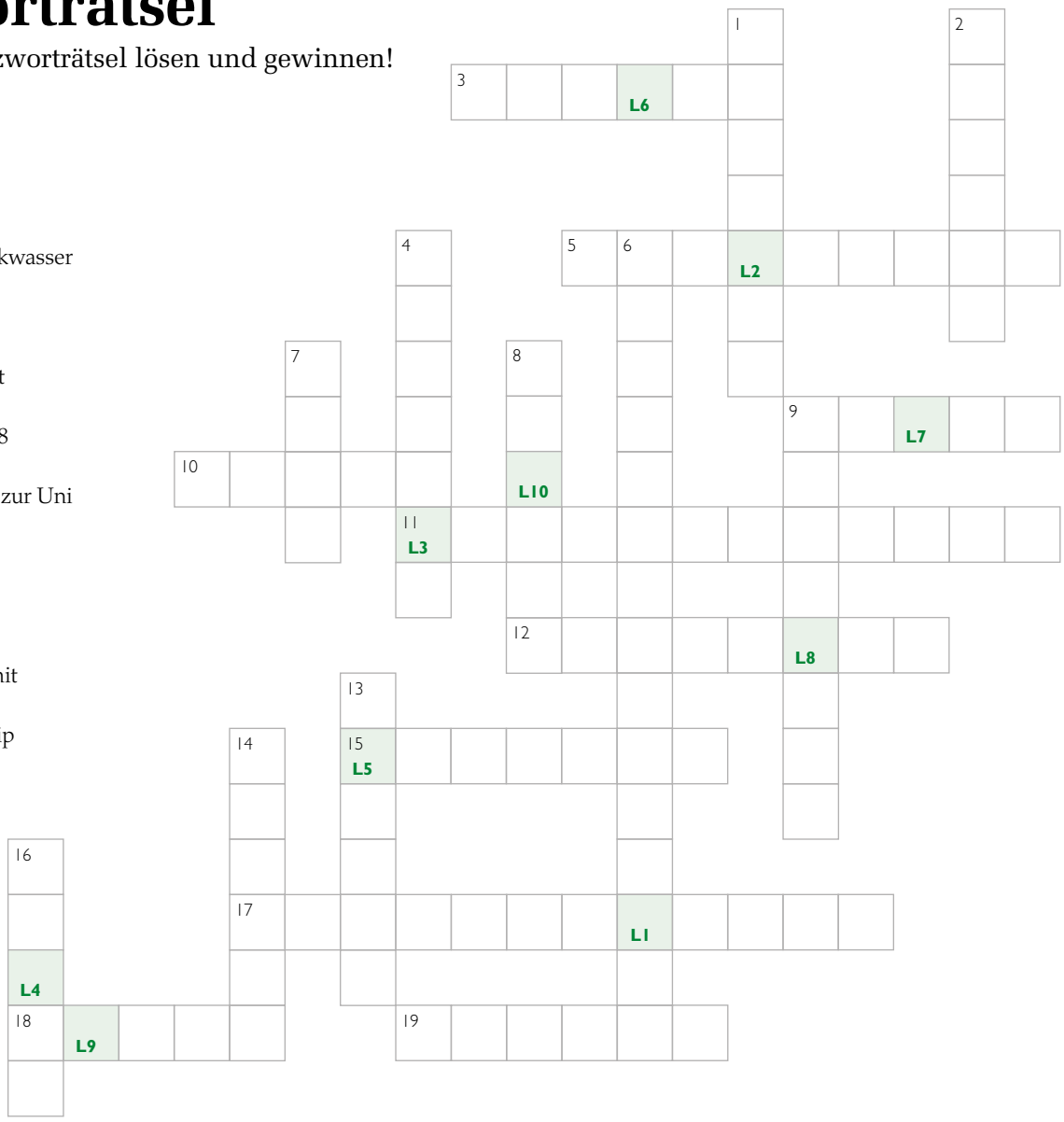
Ist das Normale noch zu retten in einer Welt auf permanenter Jagd nach Superlativen? Bietet unsere reichhaltige Multioptionsgesellschaft tatsächlich alles, nur ironischerweise kein Vorbild für eine normale Lebensführung? Erfrischend lebensnah und mit einem gewissen Augenzwinkern ermuntert uns dieses Buch, das häufig so verpönte normale Leben zu feiern.

Publikationen

Hast du ein Buch, ein Konferenzpapier oder eine andere Publikation veröffentlicht? Gerne platzieren wir hier einen Hinweis. Rezensionsexemplar bitte an Redaktion alma, c/o alea iacta ag, Postfach 20, 9001 St. Gallen.

Kreuzworträtsel

Jetzt das HSG-Kreuzworträtsel lösen und gewinnen!



Horizontal

3. HSG-Start-up für Trinkwasser in Indien (… Vitality)
5. Bekannter See im Alpsteingebiet
9. Neuer Member Benefit im Mobilitätsbereich
10. Gründer der HSG 1898 (Theodor …)
11. Strasse am Rosenberg zur Uni
12. St.Galler Feinbäckerei
15. Neues HSG-Alumni-Reiseziel für 2017
17. Englisch für Schwarmfinanzierung
18. Studentischer Verein mit eigener Initiative für Social Entrepreneurship
19. Fluss bei St.Gallen

Vertikal

1. Hohes Gebäude beim Bahnhof St.Gallen
2. Restaurant am Oberen Graben
4. Delegierter der Universität für Verantwortung & Nachhaltigkeit
6. Neues Wahrzeichen von Hamburg
7. HSG Alumnus und Altbundesrat
8. Offizieller Caterer an der HSG
9. HSG-Alumni-Karriere-Event im Januar (Mein Ziel – …)
13. 2015 gegründete schweizerische Car-Sharing-Plattform
14. Unternehmen für Business Software mit HSG-Hintergrund
16. HSG-Campusbar

Lösungswort online unter hsgalumni.ch/alma einreichen, oder per E-Mail an alumni@unisg.ch senden. Bitte gib deine Adresse und den Betreff: «Kreuzworträtsellösung alma» an. Viel Glück! *Einsendeschluss: Freitag, 27. Januar 2017*

L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7	L8	L9	L10

****

Zu gewinnen gibt es das neue Kreditkarten-Etui mit dezenter Prägung «Universität St.Gallen» auf der Innenseite. Das Etui bietet Platz für sechs Karten und verfügt darüber hinaus über ein Scheine- und ein kleines Münzfach. Weitere Produkte mit dem «Peterli» findest du unter: **www.hsgshop.ch**

HSG Shop
Universität St.Gallen

Women's Chapter

Investing in the World Economy

Finding a sound investment strategy requires sure market instincts. Yves Bonzon, Head of Investment Management and CIO at Julius Baer, met with women of the HSG Alumni Chapter.

Marijana Cvitkusic

Julius Baer opened the prestigious "Artzone" at its headquarters to welcome the participants of the HSG Women's Chapter event at Julius Baer on October 25. Amid the client zone, where clients usually seek advice from their relationship managers, Yves Bonzon gave a presentation on the global economic outlook. The third consecutive event strengthened the partnership between HSG Alumni and Julius Baer and testified women's strong interest in financial markets.

Yves Bonzon started with an analysis of different economic and investing environments over the last few decades and their impact on investment opportunities. He emphasized the unpredictability of events: "Everything that is discounted in one decade is most likely going to be wrong in the next decade, so spotting, sense-making and responding to emerging trends is a very delicate task that requires sure instincts." He explained how different clues can be carefully spotted in market patterns and how – with the present data overload – asset prices reflect everything much faster. Another ongoing change, he believes, is that balance sheet investing for stock market investment does no longer reflect economic reality, since the share of intangible asset has significantly increased due to the knowledge economy.

Participants of the HSG Women's Chapter.

Yves Bonzon, Head of Investment Management and CIO at Julius Baer.

From Yves Bonzon's perspective, there is a sound degree of scepticism about tools that try to beat the markets. Looking ahead, he believes that robotic advice will grow and mostly benefit established banks, because good investment advice still requires sure market instincts.

His enthusiasm about markets, his distinctive views and his knowledge had an infectious effect on the audience, which could barely be satisfied with the Q&A session that highlighted current asset management trends. Asked about the prevailing negative interest rates, the greatly renowned investment expert kept a positive view on the outlook and pointed out that what makes the market situation even worse is non-investment and keeping capital loose. Nonetheless, according to Bonzon – to be on the safe side – investors should invest in countries that embrace innovation and treat capital well, such as Switzerland and Singapore. The lively discussion, high engagement and resonance of the audience seem to be clear indicators of the demand for a succeeding event at Julius Baer.

Yves Henri Bonzon is one of the leading investment management professionals in the private banking industry. After a traineeship at UBS, he joined Pictet in Geneva in 1989. There, over the years, he became an equity partner, Group Managing Director and Chief Investment Officer of the Wealth Management division responsible for more than 100 investment professionals. Since 1998 he had chaired Pictet's investment committee until 2015. He holds a Master in Economics from Lausanne University.

Studentische Initiativen und Projekte im Porträt

«HSG Shop bietet on- und offline bewährte und ganz neue Produkte»

Der HSG Shop wurde 2004 als Joint Venture von HSG Alumni und Universität gegründet und wird seither von Studierenden geführt. Zweimal pro Woche ist der Shop im Hauptgebäude für die Studierenden geöffnet, Alumnae und Alumni bestellen am besten online über hsgshop.ch. alma hat sich mit der neuen Geschäftsführerin, Noemi Ingold, über den Shop und ihre Aufgaben unterhalten.

Dominik Bufler

Noemi Ingold, warum braucht es überhaupt einen HSG Shop?
Der HSG Shop dient in erster Linie als Markenvisibilitätsinstrument der HSG bzw. HSG Alumni gegenüber den Studierenden und Alumni. Zudem fragen die Institute stark nach massgeschneiderten Produkten, deren Entwicklung und Produktion wir gerne übernehmen. Insgesamt bedient der HSG Shop den Bedarf an Produkten, die mit der Universität in Verbindung gebracht werden – ob für den Eigengebrauch, als Geschenk oder als Give-Away an Events.

Was motiviert dich persönlich Geschäftsführerin des HSG Shops zu sein?
Mich motivieren die spannenden und vielfältigen Aufgaben, die der Shop bietet. Besonders schön sind jedoch auch das familiäre Verhältnis im Team, die Kontakte zu Lieferanten und Kunden und das Erleben von Produktzyklen. Erfolge wie Misserfolge schweissen das Team zusammen. Nach zwei Jahren im Shop ist es für mich sehr motivierend, das Steuer zu übernehmen und Ideen selber umzusetzen. Es ist extrem spannend zu sehen, wie jede Führungsperson im Shop bisher etwas von seiner eigenen Persönlichkeit zurückgelassen hat – sei dies in Bezug auf Produkte, administrative Abläufe oder Traditionen des Shops. Ich freue mich sehr, meine Persönlichkeit und meine Werte einzubringen und Bestehendes zu ergänzen.

HSG Shop-Geschäftsführerin Noemi Ingold.

Wie lassen sich Studium und Shop-Geschäftsführung vereinen?
Das Studium und die Arbeit lassen sich sehr gut vereinbaren. Dies insbesondere dank den flexiblen Arbeitszeiten und dem Büro auf dem Campus. Da ist es möglich, die Mittagpause im Büro zu verbringen, um Dringendes zu erledigen. Man kann aber auch mal kurz aus einer Vorlesung verschwinden, wenn es «brennt». Ich habe auch die Erfahrung gemacht, dass durch den Zeitdruck die Effizienz sowohl bei der Arbeit wie auch beim Studieren steigt. Und schliesslich: Mein Geheimrezept ist Sport am Morgen. Ausgepowert und frisch geduscht kann ich gelassen reagieren, wenn wieder einmal alles zusammenkommt und ich an drei Orten gleichzeitig sein sollte. Ausserdem unterstützen mich Dominik Bufler (Marketing) und Uliana Polyakova (Verkauf) ideal und mit grossem Engagement.

Nun aber zum Shop: Was ist das ausgefallenste Produkt?
Ein ausgefallenes Produkt ist unser Babybody mit der Aufschrift «Keiner zu klein ein HSGler zu sein». Der sorgt immer für ein Schmunzeln bei unseren Kunden. Sehr ausgefallen bzw. ganz neu ist unser Kreditkartenhalter, der Ende November zum Sortiment gestossen ist. Einfache Bedienung und edles Erscheinen machen dieses Produkt speziell. Ausgefallen ist auch der kürzlich eingeführte HSG Graduation-Ring. Er erinnert an einen Siegelring und ist mit der HSG Bildmarke veredelt.

Und was ist euer Topseller?
Der Hoody hat sich als Must-have eines jeden Studenten etabliert und ist somit der Top-Seller Nummer eins.

Welche Produkte sind spezifisch für Alumnae und Alumni entwickelt?
Das hochwertige Lederwarensortiment – von Portemonnaies über Gürtel, Taschen und Laptopcases – wurde spezifisch für unsere Alumni entwickelt. Es gibt aber sicher in jeder Produktgruppe etwas für unsere Ehemaligen: Schirme aus dem Freizeitbereich, ein schönes Polo aus dem Textilbereich, ein Champagner zum Anstossen oder ein St.Galler Biber als Geschenk, ein Babybody für den Nachwuchs oder denselben grünen Hoody für Kind und Eltern.

Welche neuen Produkte sind in der Pipeline?
Weitere Produkte für das Lederwarensortiment, das insbesondere auf den Arbeitsalltag eines Alumnus ausgerichtet ist, sind in Produktion. Für unsere sportbegeisterten Studierenden trifft im Frühjahr 2017 eine Nike Sportkollektion ein. Und für unsere Kunden an der Uni und an den Instituten erweitern wir unser Esswarensortiment. Wir bieten jedenfalls on- und offline ein sehr breites Sortiment.

Was ist der HSG Shop für dich in einem Satz?
Ein geliebtes, aber anstrengendes Kind.

hsgshop.ch

Ein Video-Interview mit Noemi Ingold findest du unter:
youtube.com/HSGAlumniOfficial

HSG Alumni Deutschland Konferenz

Gründer-Pitch an der HSG Alumni Deutschland Konferenz 2017

Von 30. März bis 1. April 2017 findet unter dem Motto «Grenzen erreichen. Grenzen überwinden.» die HSG Alumni Deutschland Konferenz in Bonn statt. In einem Gründer-Pitch werden innovative Geschäftsmodelle präsentiert und ausgezeichnet, die in technischen und gesellschaftlichen Belangen Grenzen verschieben. Erstmals winkt den Gründern virtuelles Beteiligungskapital – mit einem sozialen Ziel.

Manch gute Geschäftsidee wäre eine Idee geblieben, wenn sie nicht das notwendige Kapital gefunden hätte, um sie in die Tat umzusetzen. Das gilt gerade für Gründer, die mit einem sozialen Gedanken die Welt zu einem etwas besseren Ort machen wollen. Auch der Gründer-Pitch der HSG Alumni Deutschland Konferenz 2017 zeichnet deshalb Ideen aus, die in sozialer Hinsicht Grenzen verschieben. Bereits haben sich über 40 Start-ups um die Teilnahme beworben, die von einer Jury aus namhaften VC-Unternehmen, Start-up-Förderern und Business Angels evaluiert werden.

Virtuelles Beteiligungskapital mit sozialem Ziel

Das Team unter Leitung von Andreas Eckert wird maximal 10 Start-ups auswählen, die sich an der Konferenz präsentieren und um bis zu 30 000 Euro Preisgeld kämpfen. Erstmals besteht auch die Option eines virtuellen Beteiligungskapitals: Mit dem Gedanken des Social Entrepreneurships können sich die ausgezeichneten Gründer für eine Beteiligung des deutschen HSG Alumni Vereins entscheiden und die ausgelobten Preise verdoppeln. Zum Zeitpunkt der ersten externen Kapitalerhöhung wird der verdoppelte Preis in einen bestimmten Prozentsatz des Eigenkapitals umgewandelt. Erträge sollen als Stipendien künftigen deutschen Studierenden zugute kommen. Dies ist ein langfristiger Beitrag zur Unterstützung der Studierenden an «unserer» HSG.

Vielfältiges Programm

Der Gründer-Pitch ist in ein abwechslungsreiches Konferenzprogramm eingebettet, das sich aus unterschiedlichen Perspektiven mit den künftigen Herausforderungen für den Einzelnen und die Gesellschaft befasst.

Mehr Informationen zur Konferenz und zum Gründer-Pitch 2017 unter:

hsgalumni.ch/deutschland

Noch sind nicht alle Sponsoren für den Gründer-Pitch gefunden. Wer die Idee unterstützen möchte, meldet sich unter alumni@unisg.ch bei Rainer Lampe (OK-Präsident) oder Andreas Eckert.

Kay Rathschlag, Gründer von Wearable Life Science, erklärt am HSG Gründer Pitch 2015 die Funktionsweise seiner Active-Sportswear «Antelope».

Meiko Hecker (Mitte), Geschäftsführer von AOM Systems, empfängt den ersten Preis am HSG Gründer Pitch 2015.

12. Dezember bis 30. März

agenda

Schweiz

12. Dezember 2016
HSG Alumni Career Services
Mein Ziel – Chief Human Resources Officer
18 bis 22 Uhr
NZZ, Falkenstrasse 11, Zürich
ariel.hugentobler@unisg.ch

16. Dezember 2016
Zofingia HSG Alumni
Z!HSG Xmas
18.15 bis 23 Uhr
Le Dézaley, Zürich
marceljakob@me.com

29. Dezember 2016
HSG Alumni Club St.Moritz
Apéro & Dinner
19 bis 22 Uhr
Chesa al Parc, San Maurizio
olga.valek@mccov.ch

11. Januar 2017
HSG Alumni Women's Chapter
HSG Alumnae Januar 12 o'Clock-Lunch
12 bis 13.15 Uhr
Haus Hiltl, Sihlstrasse 28, Zürich
alessia.oertig@unisg.ch

13. Januar 2017
HSG Alumni Event Series Industry Insights
Behind the Scenes of Zürich Airport – Operations Management
15 bis 20 Uhr
Zürich Airport, Visitor Center
stefan.fraude@hsgalumni.ch

19. Januar 2017
HSG Alumni Zentralschweiz
Lunch und Referat
12 bis 14 Uhr
Restaurant Aklin, Zug
ivana.meyer@axonxperts.ch

20. Januar 2017
HSG Alumni Industrial Club
Franke – make it wonderful!
07.30 bis 09.30 Uhr
Franke AG, Franke Strasse, Aarburg
fernando.carlen@gmail.com

20. bis 22. Januar 2017
Executive M.B.L. HSG Alumni
Skiing Weekend
09 Uhr (20. Januar) bis 18 Uhr (22. Januar)
St.Moritz
mblhsg@unisg.ch

23. Februar 2017
HSG Alumni Zentralschweiz
Apéro und Dinner
18 bis 22 Uhr
Ort wird noch bekanntgegeben
ivana.meyer@axonxperts.ch

03. März 2017
HSG Alumni Event Series Industry Insights
Behind the Scenes of Andermatt Swiss Alps – Destination Development Project
15 bis 21 Uhr
The Chedi Hotel, Andermatt
stefan.fraude@hsgalumni.ch

16. März 2017
HSG Alumni Zentralschweiz
Finanzielle Herausforderungen für Schweizer Pensionskassen
12 bis 14 Uhr
Restaurant Aklin, Zug
ivana.meyer@axonxperts.ch

Deutschland

14. bis 15. Januar 2017
HSG Alumni Club München e.V.
Skiwochenende Zell am See
10 Uhr (14. Januar) bis 16 Uhr (15. Januar)
Hotel Latini, Zell am See
andreas.tusch@gmail.com

18. Januar 2017
HSG Alumni Career Services
Mein Ziel – Vorstand
18.45 bis 22 Uhr
Pinsent Masons Germany LLP, Düsseldorf
ariel.hugentobler@unisg.ch

30. März bis 01. April 2017
HSG Alumni Club Deutschland
4. HSG Alumni Deutschland Konferenz
19.30 Uhr (30. März) bis 14.00 (01. April)
Deutsche Telekom AG, Bonn
alumni@unisg.ch

Aktualisierte Informationen und weitere Anlässe bei den angegebenen Kontaktpersonen oder auf hsgalumni.ch/events

APOSTROPH GROUP

"Now we have the salad!"

APOSTROPH.
Weltweit verstanden werden.

Professionelle Fachübersetzungen

Apostroph Group ist eines der führenden Sprachdienstleistungsunternehmen der Schweiz. Mit unseren 400 geprüften Fachübersetzern und über 20 Jahren Branchenerfahrung garantieren wir Ihnen höchste Qualität sowie sicheren, diskreten und kompetenten Service. Wir sind zertifiziert nach ISO 9001 und ISO 17100, damit es keinen Salat gibt bei Ihrer Kommunikation!

T +41 41 419 01 01 – www.apostrophgroup.ch
Apostroph Group – Bern Lausanne Luzern Zürich

CREDIT SUISSE

«Mit meinem beruflichen Erfolg wächst das Vermögen.»

Credit Suisse Finanzplanung
Für alles, was kommt.

credit-suisse.com/finanzplanung