



SPECIAL

KMU -
ZUVERSICHT IM
WANDEL

Prof. Dr. Urs Fueglistaller
Tobias Wolf, M.A. HSG

HSG-Ordinarius Wolfgang Jenewein
über Führung im Wandel:

**«Mehr Coach und
weniger Chef sein»**

Seite 8

Goba-Chefin Gabriela Manser:

**Die Globalisierung und
ihre Gegenbewegung**

Seite 12

SCHWEIZER KMU-TAG 2017

**Dem Wandel begegnen,
den Wandel mitgestalten**



«Wir kennen die Welt nicht analog.»

Im Gespräch mit Philipp Riederle

Seite 26

<p>6 Schweizer KMU-Tag 2017 Der Wandel und seine Bedeutung für KMU</p> <p>8 Wolfgang Jenewein «Mehr Coach und weniger Chef sein»</p> <p>12 Gabriela Manser «Wandel ist weder gut noch schlecht»</p> <p>17 Martina Gerster «Ohne Zuversicht kann man kein Unternehmen führen»</p> <p>23 Ludwig Hasler «Lasst Eure Leute Unternehmer im Unternehmen werden»</p> <p>25 Wolfgang Frick Entscheidungen bewusst fällen</p>	<p>32 Tobias Wolf «Die «eine» Gerechtigkeit gibt es nicht»</p> <p>36 Impressionen Ein fotografischer Rundgang am KMU-Tag</p> <p>Profile</p> <p>15 BTV</p> <p>20 Zanotta AG</p> <p>24 ELO Digital Office CH AG</p> <p>31 Renault</p> <p>35 Helvetia</p> <p>38 AMAG Heerbrugg</p> <p>40 Appenzellerland Tourismus</p>
--	---



SPECIAL zum Schweizer KMU-Tag 2017

Impressum

Magazin LEADER, MetroComm AG, Bahnhofstrasse 8, 9001 St.Gallen, Telefon 071 272 80 50, Fax 071 272 80 51, leader@metrocomm.ch, www.leaderonline.ch | Verleger: Natal Schnetzer | Redaktion: Stephan Ziegler (Leitung), sziegler@metrocomm.ch | Texte: Marcel Baumgartner, Stefan Millius, Malolo Kessler | Fotografie: Roger Sieber | Geschäftsleitung: Natal Schnetzer, nschnetzer@metrocomm.ch | Anzeigenleitung: Martin Schwizer, mschwizer@metrocomm.ch | Marketingservice/Aboverwaltung: Fabienne Schnetzer, info@metrocomm.ch | Abopreis: Fr. 60.- für 18 Ausgaben | Erscheinung: Der LEADER erscheint 9x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni, August, September, Oktober, November/Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben | Satz: Béatrice Lang, blang@metrocomm.ch | Druck: Ostschweiz Druck AG, 9300 Wittenbach LEADER ist ein beim Institut für geistiges Eigentum eingetragenes Markenzeichen. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Für unverlangt eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Haftung. ISSN 1660-2757



«Es geht nicht um Kickertische und Krawatten»

Die Generation Y ist die erste, die mit dem Internet und mobiler Kommunikation aufgewachsen ist. Einer der bekanntesten Vertreter dieser Generation ist Philipp Riederle: Der 23-Jährige startete seine Karriere vor zehn Jahren mit einem Podcast. Mittlerweile hat der Deutsche zwei Bücher geschrieben, unzählige Vorträge gehalten und über 300 Unternehmen erklärt, wie seine Generation tickt. Im Gespräch erklärt Riederle, wie die Digital Natives arbeiten wollen und weshalb er nicht im «Dschungelcamp» gelandet ist.

Philipp Riederle hat Grossbanken und Autokonzerne beraten, soeben sein zweites Buch veröffentlicht und am KMU-Tag referiert. Er führt sein eigenes Unternehmen und studiert Soziologie, Politik und Ökonomie in Friedrichshafen.

Philipp Riederle, Sie haben mit 13 Jahren einen Podcast gestartet und mit 15 ein eigenes Unternehmen gegründet. Was waren Ihre Beweggründe?

Ich war schon immer begeistert von Technik: Mit fünf habe ich schon erste Schaltpläne gezeichnet und mit meinem Opa Schaltungen gebaut. Als ich 13 war, habe ich mir in den Kopf gesetzt, das erste iPhone aus Amerika zu besorgen. Damit ich es hier benutzen konnte, musste ich es hacken. Wie man das macht, wollte ich auch anderen zeigen. Deshalb habe ich einen Podcast gestartet. Dieser interessierte sehr viele, also habe ich begonnen, regelmässig Videos zu veröffentlichen. Also habe ich begonnen, regelmässig Videos zu veröffentlichen. Damit habe ich sehr schnell Hunderttausende erreicht. Das ging so weit, dass mir mein Internetanbieter gekündigt hat, weil sein Server immer zusammengebrochen ist, wenn ich ein Video hochgeladen habe und es 150 000 Zuschauer herunterladen wollten. Um genug Übertragungsvolumen sicherzustellen, musste ich investieren. Deshalb habe ich mit 15 ein Medienproduktionsunternehmen gegründet.

Heute halten Sie Referate, sind Unternehmensberater und Buchautor. Wann wurde Ihnen bewusst, dass aus dem Podcast eine Karriere wird?

Diesen Moment gab es nie so richtig. Ich habe immer getan, was mir Spass machte, und habe alles lange als Hobby angesehen. Selbstverständlich habe ich gewisse Dinge ab 2010, dem Zeitpunkt der Firmengründung, etwas professionalisiert. Positiv war, dass ich mein Taschengeld aufbessern konnte,

allerdings steckte ich fast alles wieder in meine Projekte. Mittlerweile bin ich seit knapp acht Jahren Unternehmer. Und spätestens jetzt, bei der Veröffentlichung meines zweiten Buches und nachdem ich mit mehr als 300 Unternehmen zusammengearbeitet habe, gestehe ich mir langsam ein, dass das ein richtiger Beruf sein könnte, eine richtige Karriere.

Können Sie davon leben?

Ja. Ich studiere ja noch – und es macht definitiv mehr Spass als die typischen Studententjobs. Aber natürlich bringt meine Arbeit auch viel unternehmerische Verantwortung: Ich habe fünf Mitarbeiter, damit ich alles stemmen kann.

Schalten Sie Ihr Handy manchmal auch aus?

Computer und Handy sind für meine Arbeit und mein Studium unverzichtbare Hilfsmittel. Aber nachts schalte ich mein Handy aus, ebenso wenn ich mich mit Freunden treffe oder wandern gehe.

In Ihrem ersten Buch haben Sie die Generation Y erklärt. Wodurch zeichnet sich diese aus?

Wir sind die allererste Generation, die mit digitaler Technologie aufgewachsen ist. Wir kennen die Welt nicht anders, nicht analog. Und es wird auch nie mehr analoge Jahrgänge geben. Somit sind wir die erste Generation eines ganz neuen Zeitalters. Es prägen uns vor allem drei Faktoren: Der erste ist, dass diese digitale Technologie für uns schon immer selbstverständlich war. Zweitens ist da der demografische Wandel: Heute werden in Zentraleuropa nur noch halb so viele Kinder



geboren wie im Jahr 1960. Drittens sind wir geprägt von einem Wertewandel. Das heisst, dass unsere Eltern uns ganz andere Werte mitgegeben haben, als sie selbst in diesem Alter von ihren Eltern bekommen hatten.

Zum Beispiel?

Eine der umfassendsten Jugendstudien besagt, dass wir die Generation sind, der Heimatverbundenheit und persönliche Bindungen so wichtig sind wie keiner anderen Generation zuvor. Diese Attribute werden ja eher einem Spiesser zugeordnet, nicht der digitalen, globalen Generation. Meine Erklärung: Weil wir schon immer hingehen konnten, wohin wir wollten, sehnen wir uns umso mehr nach Rückzugsorten, die Entschleunigung bringen. Ein weiteres Beispiel: Unsere Generation trinkt weniger Alkohol, nimmt weniger Drogen und raucht nur noch wenig – im Vergleich zu den Generationen vor uns.

In Ihrem zweiten Buch erklären Sie nun, wie die Generation Y arbeitet und arbeiten will.

Ja, in der Arbeitswelt finden derzeit zwei riesige Veränderungen statt, mit denen Unternehmen zurecht kommen müssen: Auf der einen Seite haben wir mit der Digitalisierung die grösste Veränderung der Wirtschaft ever. Gleichzeitig haben wir einen

Fachkräftemangel; die Jungen stehen für eine Stelle nicht mehr Schlange. Dies, weil es einfach weniger von uns gibt, aber auch, weil wir andere Ansprüche an eine Stelle haben. Im aktuellen Buch und meinen Vorträgen erkläre ich diese Thematik und ihre Folgen. Ich gebe Hilfestellung, wie sich Unternehmen hinsichtlich Struktur, Führungskompetenzen und Prozesse entwickeln müssen.

.....
 «Führungskräfte arbeiten für uns – nicht wir für sie. Sie halten uns den Rücken frei, damit wir unsere Arbeit richtig gut machen können.»

Was ist die häufigste Frage, die Ihnen von Unternehmern gestellt wird?

Was ich häufig erlebe, ist, dass Unternehmen denken, sie wären ganz toll aufgestellt, hätten eine ganz, ganz tolle Digitalisierungsstrategie oder seien wahnsinnig attraktiv für unsere Generation. Dabei machen sie lediglich oberflächliche Symptombehandlung und ändern die wirklich relevanten Bereiche nicht. Damit gewinnen sie keine motivierten, jungen Mitarbeiter. Das klassische Beispiel ist

das Unternehmen, das einen hippen Imagefilm dreht und damit hausieren geht, ein paar Kickertische aufstellt und denkt, es wäre total up to date. Diesen Unternehmen erkläre ich, welche Veränderungen wirklich notwendig sind, damit sie für junge Arbeitnehmer attraktiv werden. Es geht nicht um Kickertische oder das Ablegen der Krawatten, es geht um viel tiefer gehende Fragen.

Um welche?

Um die Organisation des Unternehmens, um die Struktur. Darum, an welchem Ort und in welcher Zeit Arbeit überhaupt stattfindet. Um die Frage, was Führungskräfte heute tun müssen und ob es sie überhaupt noch braucht.

Und – braucht es sie noch?

Ja. Aber in einer anderen Rolle: Führungskräfte arbeiten für uns – nicht wir für sie. Sie halten uns den Rücken frei, sind unsere Abgeordneten in der Unternehmenspolitik – damit wir unsere Arbeit richtig gut machen können. Sie stehen uns als Coach, Rat- und Ideengeber zur Seite.

Gibt es einen Rat, den Sie selbst gerne früher bekommen hätten?

Es gibt einen wichtigen Rat, den ich von meinen Eltern und meinem Umfeld bekommen



Ende wirklich stehen kann. Ich habe lieber weniger offensichtlichen Erfolg und bin dafür sicher, dass ich einen wirklich guten Job mache.

Wie wird sich die Arbeitswelt in den nächsten zehn Jahren verändern?

Ich gehe davon aus, dass wir sehr viel schneller, als wir alle ahnen, grosse Probleme bekommen werden: Wir werden in kürzerer Zeit, als wir denken, eine grosse Welle der Arbeitslosigkeit haben. Die Maschinen, die Roboter werden immer besser und schneller, in wenigen Jahren haben wir selbstfahrende Autos – die Technik existiert und funktioniert. Innerhalb der nächsten zehn Jahre werden viele, die heute noch einen Beruf haben, leider keinen Job mehr finden. Und für dieses Problem gibt es noch keine umfassende Lösung.

Haben Sie einen Lösungsansatz?

Es ist wichtig, dass sich die Politik mit diesen Themen auseinandersetzt. Sowohl in der deutschen als auch in der schweizerischen Politik findet diese Auseinandersetzung aber kaum statt. Wenn es um Digitalisierung geht, dann höchstens um Breitbandausbau... Es wäre dringend nötig, sich intensiv mit den gesellschaftlichen Konsequenzen zu befassen. Zum Beispiel auch mit Ideen wie dem bedingungslosen Grundeinkommen.

Die Schweizer Stimmbürger haben letztes Jahr darüber abgestimmt.

Ja – und aus meiner Sicht leider falsch.

habe – zum Glück rechtzeitig: Lieber die Dinge langsam und durchdacht angehen und damit organisch wachsen, anstatt jedes verlockende Angebot anzunehmen. Ich habe zu Beginn meiner Karriere einige grosskotzige, vermeintlich vielversprechende Anfragen bekommen, von Fernsehsendern oder Agenturen, die mich zum Star machen wollten. Diese habe ich alle abgelehnt. Hätte ich sie angenommen, wäre ich vielleicht ein Jahr aktuell gewesen – und dann hätten Sie mich im Dschungelcamp sehen können. Ich sperre mich lieber zwei Jahre in meinem Büro ein und schreibe ein Buch, hinter dem ich am

Anzeige



Universität St. Gallen

«Für die Zukunft in unserem Familienbetrieb bin ich nun durch das <St.Galler Management Seminar für KMU> bestens gewappnet.»

Karin Federer
GL-Mitglied, Walter Zoo AG

Weiterbildung

für Unternehmer und Führungskräfte aus KMU

Intensivstudium KMU
50 Seminartage in 10 Blockwochen
28. Durchführung: April 2018 bis Juni 2019

St. Galler Management Seminar für KMU
20 Seminartage in 8 Blöcken
76. Durchführung: April bis November 2018

www.kmu.unisg.ch/wb





