

Kantonsräte wollen Lobby für Klosterzentrum

ST. GALLEN. Die Stiftsbibliothek St. Gallen ist – wie mehrfach berichtet – auf gutem Weg, zusammen mit dem Stiftsarchiv zum Schweizerischen Kompetenzzentrum für Kloster- und Schriftgeschichte zu werden. Der Ständerat hat am 12. März aus diesem Grund die Kulturbotschaft um entscheidende drei Millionen Franken aufgestockt – ein Verdienst namentlich der St. Galler Ständeräte Karin Keller-Sutter und Paul Rechsteiner und des Innerhoder Ständerats Ivo Bischofberger, die gründliche Lobbyarbeit betrieben.

Nun stossen vier St. Galler Kantonsräte auf kantonaler Ebene nach. Michael Götte (SVP), Thomas Scheitlin (SP), Werner Ritter (CVP) und Peter Hartmann (SP) wollen «die neu eröffneten Perspektiven» für die Stiftsbibliothek von der St. Galler Regierung unterstützt wissen. Der von der Stiftsbibliothek geplante Aufbau eines Kompetenzzentrums für Kloster- und Schriftgeschichte sei eine «wichtige Weiterentwicklung und Aufwertung der Stiftsbibliothek und des Tourismusstandortes St. Gallen», heisst es im Vorstoss.

Die Beratungen zur Kulturbotschaft gehen nun im Nationalrat weiter. Damit das im Ständerat erreichte Ergebnis gehalten werden könne, so die Kantonsräte, brauche es «weitere Lobbyarbeit im Zweirat». Und dazu sei auch «ein klares Bekenntnis der Regierung zur Unterstützung der zusätzlichen Perspektiven für die Stiftsbibliothek notwendig und hilfreich».

Götte, Scheitlin, Ritter und Hartmann erkundigten sich mit der gestern eingereichten Interpellation, wie die Regierung die zusätzlichen Perspektiven für die Stiftsbibliothek beurteilt. Und sie fragen, welche Massnahmen zur Unterstützung der erweiterten Kulturbotschaft des Bundes die Regierung «im Vorfeld der Beratungen in der nationalrätlichen Kommission vorsieht». (red.)

Anmelden für Sprungbrett-Tag

ST. GALLEN. Am Freitag, 10. April, findet der zwölfte Sprungbrett-Event SG AR im Wein-Lagerhaus Martel in St. Gallen statt. Dabei treffen Studierende verschiedener Hochschulen auf Arbeitgeber aus den Kantonen St. Gallen und Appenzell Ausserrhodens. Die Auftraggeber des Sprungbrett-Events sind das Amt für Wirtschaft und Arbeit des Kantons St. Gallen und das Amt für Wirtschaft des Kantons Appenzell Ausserrhodens.

Im Mittelpunkt steht das gemeinsame Arbeiten in Workshops, dieses Jahr erstmals direkt bei den Unternehmen. Dabei präsentieren regionale Unternehmen den Studierenden eine aktuelle Herausforderung aus ihren Geschäftsfeldern. Anschliessend werden innovative Lösungsansätze erarbeitet. Beim Apéro können Unternehmer und Studierende mögliche Karriereperspektiven besprechen und persönliche Kontakte aufbauen.

Die teilnehmenden Unternehmen sind Aldi Suisse, Arcolor, Ernst & Young, Kantonsspital St. Gallen, Metrohm, Stadler Alteinrhein, Verein IT St. Gallen, Verein Startfeld, VRSG und VZ Vermögenszentrum. Der Sprungbrett-Event SG AR ist einer von sechs Sprungbrett-Events in der Schweiz. Studierende können sich noch bis 29. März unter www.sprungbrett-events.ch anmelden. (red.)

Olma Messen sind im Höhenflug

Mehr Betriebsertrag, ein Rekordwert beim Cashflow und sinkende Schulden: Die Olma Messen St. Gallen haben ein erfolgreiches Jahr 2014 hinter sich. Die Voraussetzungen für zukünftige Investitionen könnten nicht besser sein.

CHRISTOPH FUST

ST. GALLEN. Im Jahr 2011 waren für das Bestergebnis noch ausserordentliche Grossveranstaltungen verantwortlich. Den Rekord-Cashflow 2014 von 9,4 Mio. Franken erreichten die Olma Messen vor allem durch bestehende Angebote. «Die Zeit von neuen grossen Messen ist vorbei», sagte denn auch Nicolò Paganini, Direktor der Olma Messen, an der gestrigen Bilanzmedienorientierung. Wachstum werde künftig insbesondere bei Mischveranstaltungen angestrebt, bei denen beispielsweise Messe und Kongress kombiniert würden. Mindestens alle zwei Jahre soll eine neue Veranstaltung dazukommen.

Olma und Offa «sehr erfreulich»

Wichtigstes Standbein bleiben aber nach wie vor die Messen. Nebst Olma, Offa und Tier & Technik, welche «sehr erfreuliche Ergebnisse» erreicht hätten, fanden 2014 acht weitere Eigen- und drei Gastmessen statt. Der Kalender 2014 habe sich wenig von jenem des Vorjahres unterschieden, sagte Paganini. Gemäss Verwaltungsratspräsident Thomas Scheitlin bleibe auch die Strategie 2014–2019 im Kern unverändert.

Im Geschäftsbereich «CongressEvents» konnten die Olma Messen den Abgang von grossen Kongressen kompensieren und ebenfalls erfolgreich abschliessen. Zu den 106 ausgetragenen Grossveranstaltungen gehörten diverse Generalversammlungen und Personalfeiern.

Autobahndach und Social Media

Die Olma Messen konnten den Betriebsertrag 2014 gegenüber dem Vorjahr (30,7) auf 31,7 Mio. Franken steigern. Die Nettoverschuldung reduzierte sich von 7,6 Mio. auf 2,9 Mio. Franken und die Eigenkapitalisierung liegt bei über 50 Prozent.

Dies seien hervorragende Voraussetzungen für zukünftige Investitionen. Zur angedachten



Bild: Ralph Ribi

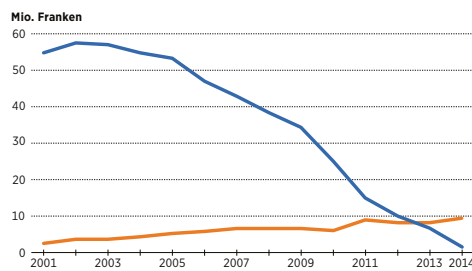
An der Olma 2014 tummelten sich 375 000 Besucher. 624 Aussteller zeigten ihre Produkte auf 41 440 Quadratmetern Hallenfläche.

Teilüberdachung der Autobahn A1 und dem Bau einer neuen Halle 1 könne momentan allerdings nichts Neues berichtet werden, sagte Paganini. Zusammen mit dem Bundesamt für Strassen werde eine Machbarkeitsstudie erstellt und im Herbst veröffentlicht.

Nebst Komplettsanierungen von WC-Anlagen beschäftigen sich die Olma Messen dieses Jahr vor allem mit ihrer digitalen Infrastruktur. Die Verzahnung mit Social-Media-Kanälen wie Facebook und Twitter soll vorangetrieben werden. «Wir wollen unsere Besucher noch besser kennenlernen», sagte Paganini. Bereits gestartet ist das Projekt «Invent». Die Olma Messen sind auf der Suche nach innovativen Ideen für Veranstaltungen und

Entwicklung der Vorjahre bestätigt

Mit einem Cashflow von 9,4 Mio. Franken haben die Olma Messen das bisherige Rekordjahr 2011 knapp übertroffen. Die Nettoverschuldung 2014 sank von 7,6 Mio. im Vorjahr auf 2,9 Mio. Franken. Ende 2015 sollen die Schulden komplett abgebaut sein.



Quelle: Olma Messen St. Gallen, Grafik: sgt

betien im Gegenzug ihren Erfahrungsschatz an.

St. Galler Tattoo und Bundesrat

Gut auf Kurs ist die Planung des Military Tattoo. Ein definitiv Entschieden liege in Reichweite, noch müssen aber Gespräche mit Sponsoren geführt werden. Verlaufe alles erfolgreich, werde das neu organisierte St. Galler Tattoo vom 23. bis 25. September 2016 in der Olma-Halle 9.1 über die Bühne gehen.

Am Rande der Medienorientierung versicherten Thomas Scheitlin und Nicolò Paganini, dass die Olma 2015 wie gewohnt in Gegenwart eines Bundesrats eröffnet werde. Eine Bestätigung der Bundeskanzlei liege vor. Der ikonische Fototermin mit dem «Säuli» bleibt also erhalten.

Mehrwert für Einkaufstouristen

Ein deutsch-französischer HSG-Student aus der Waadt vereinfacht von Bottighofen aus die Rückerstattung der Mehrwertsteuer – mit grünen Ausfuhrschein-Automaten. Nächste Woche stellt er eines dieser Geräte am Autobahnzoll Konstanz auf.

THOMAS WUNDERLIN

BOTTIGHOFEN. Darüber freuen sich die Kreuzlinger Detailisten nicht: Seit November stehen am Haupt- und am Emmishofer Zoll rund ein Meter fünfzig hohe Kästen, die den Einkaufstourismus in Konstanz erleichtern. Sie sind so grün wie die Ausfuhrscheine, mit denen man die deutsche Mehrwertsteuer zurückfordern kann. Und genau dazu sind sie da. Der Einkaufstourist muss nur den Zoll abgestempelten Schein durch einen Schlitz einschleichen. Dabei wird der Schein gescannt und an die Kassenbetreiberin, die Refund Suisse in Bottighofen, übermittelt. Beim ersten Mal muss der Einkaufstourist sein Konto auf dem Schein notieren. Innert einer Woche hat er die Mehrwertsteuer auf seinem Konto, wobei Refund Suisse vier Prozent des Rechnungsbetrags kassiert, was rund einem Viertel der Mehrwertsteuer entspricht. Dafür entfällt der Gang zurück ins Geschäft.

Der Gründer der Refund Suisse, der 29-jährige Philippe

Bartscherer, hat vor zwei Wochen Bilanz gezogen: «Wir haben bereits 10 000 Transaktionen vollzogen. Ich bin überrascht, dass es so gut läuft.»

Immer mehr Automaten

Der Sohn eines Deutschen und einer Französin spricht Hochdeutsch, beschreibt beim Gespräch im Refund-Suisse-Büro im Bottighofer Business-Point-Gebäude routiniert sein Geschäftsmodell. Offensichtlich hat er das schon oft getan. Inzwischen hat er mit seinen sechs Mitarbeitern auch in Ramsen, Thynggen und Waldshut Mehrwertsteuer-Automaten aufgestellt. Nächste Woche wird beim Autobahnzoll Konstanz ein grüner Kasten montiert. In Laufenburg, Rheinfelden und Stein-Säckingen sucht er noch geeignete Standorte.

Die Schweizer Westgrenze will er ebenfalls mit seinen grünen Kästen besetzen. Denn Schweizer fahren auch nach Frankreich zum Einkaufen. Ausserdem wohnt Bartscherer in der Waadt. 2011 ist er mit seinen Eltern von Deutschland dorthin gezogen. In

der Westschweiz fällt er sprachlich nicht auf. «Da fühle ich mich als Wahlschweizer.» In der Ostschweiz ist er bislang nur Wochenaufenthalter.

Nachdem er bereits in Karlsruhe ein Informatikstudium absolviert hatte, begann Bartscherer ein Studium in Rechnungswesen und Finanzen an der HSG. Bis Ende Juli ist er noch eingeschrieben. Unternehmer zu werden – und ein volles Drittel davon verloren geht.

85 Cents pro Transaktion

Sein eigener Profit stehe nicht zuoberst, betont Bartscherer. Deshalb senkt er mit seinem zweiten Produkt die Gebühren: «Wir haben gemerkt, dass sie relativ hoch sind, vor allem bei grossen Rechnungssummen.» Beim neuen Labellsystem verlangt Bartscherer eine fixe Gebühr von 85 Cents pro Transaktion. Der Einkaufstourist gibt der Kassierin seine Refund-Suisse-Kundennummer an. Sie druckt eine kleine Etikette aus und klebt sie auf die Quittung. Dieses Label dient als Ausfuhrschein. Den deutschen Handels-

geschäften wird die Zettelwirtschaft erspart. Sie müssen Ausfuhrscheine zehn Jahre aufbewahren; Refund Suisse übernimmt die Lagerung in elektronischer Form. Einer der ersten Kunden ist denn auch der Drogeriemarkt Müller, bei dem laut Bartscherer täglich Bananenschachteln voller grüner Scheine zusammenkommen.

Was Firmen schon lange tun

Den Kritikern des Einkaufstourismus hält Bartscherer entgegen: «Die Konsumenten machen nichts anderes als das, was die Firmen schon lange tun: Sie kaufen dort ein, wo es am günstigsten ist.» Gemäss seiner Analyse profitieren praktisch alle Seiten vom Einkaufstourismus. So kompensiere der deutsche Staat die entgangene Steuer mit Mehreinnahmen aus dem prosperierenden Handel und den zusätzlichen Arbeitsplätzen. Die grünen Kästen brächten ausserdem den Geschäften in der Nähe neue Kunden. «Wir rufen aber nicht zum Einkaufstourismus auf», sagt Bartscherer, «wir erleichtern ihn nur.»



Bild: Donato Caspari

Philippe Bartscherer am Ausfuhrschein-Automaten.