

mit Startschwierigkeiten: Zwar schien die Idee vielen zu gefallen, doch das Geschäft barg zu viel Risiko. Das Resultat? Die Banken gaben manomama keinen Kredit. Und für das Wirtschaftsministerium erwirtschaftete das Unternehmen zu wenig, um staatlich gefördert zu werden. Letztlich investierte Trinkwalder ihr komplettes Privatvermögen in die Firma und fand über das Internet Paten für Nähmaschinen. 87 solcher Maschinen konnte sie sich so leisten, die Produktion konnte beginnen.

## Der Gewinn von manomama wird in neue Arbeitsplätze investiert.

### Adaptierbares Modell

Heute ist manomama das einzige Social Business in der Textilbranche in Deutschland. Rund 150 Näherinnen produzieren in der Fabrik in Augsburg ökologisch einwandfreie, lokale Textilien unter fairen und transparenten Bedingungen. Erhältlich sind die Kleidungsstücke ausschliesslich über den Onlineversand – so spart Sina Trinkwalder Ausgaben für Werbung und Einzelhandel. Der Gewinn von manomama wird in neue Arbeitsplätze investiert. Mindestens zehn Euro pro Stunde kriegen die Angestellten sowie einen unbefristeten Vertrag bis zur Rente. Falls sie mehr als ihr Mindestsoll erreichen, gibt es einen Bonus. Lässt sich dieses einmalige Modell auf sämtliche Unternehmen adaptieren? Trinkwalders knappe und überzeugte Antwort: «Ja.»

### Networking-Tag 2015

Der diesjährige Anlass behandelt das Motto «Werte? Mir doch egal ...». Zum Thema werden sich sieben Top-Referenten äussern: Jakob Kellenberger, langjähriger IKRK-Präsident und Spitzendiplomat, spricht über «Werte und Demokratien». Die ökonomische Sichtweise bringt Forscher Mathias Binswanger ein. Den Aspekt der Jugend beleuchtet Autor und Kabarettist Bänz Friedli. Ihre Gedanken zu «Werte und Führung» teilen FCSG-Präsident Dölf Früh, Sozialunternehmerin Sina Trinkwalder und Brigadier René Wellinger mit. Jeroen van Rooijen schliesslich wird sich dem Lifestyle-Bereich annehmen und zudem an der Networking-Party dem Publikum in einer Eins-zu-eins-Beratung die Wirkung des eigenen Auftritts zeigen. Der Anlass wird moderiert von SRF-Redaktorin Sonja Hasler.

Beginn ist am 4. September um 13 Uhr in der Olma-Halle 2.1 in St.Gallen. Der offizielle Teil endet um etwa 18 Uhr mit dem Schlusswort von Sigmar Willi, Leiter FHS Alumni. Der LEADER ist Medienpartner des Networking-Tages. Weitere Infos und Anmeldung unter [www.networkingtag.ch](http://www.networkingtag.ch).

# Zweifache Unternehmensführung

**Im 21. Jahrhundert gelten neue Realitäten. Der rational geprägte «Homo oeconomicus»-Ansatz bewährt sich nicht mehr. Vorbei ist die Periode der rein rational geprägten, faktenorientierten Unternehmensführung.**



Von Leonhard Fopp\*

Von Firmen werden immer mehr eine echte Authentizität und eine entsprechende Legitimation verlangt. Um den Zeitgeist besser zu entsprechen, wird ein Paradigmawechsel hin zur zweifachen Unternehmensführung unumgänglich: Neben der rationalen brauchen wir eine starke emotionale Führung.

Ab jetzt gilt es, die «Unternehmens-DNA» zu pflegen und in der Kommunikation mit Symbolen zu überzeugen. Benötigt wird neu ein Management, das sich auf das Essentielle im Unternehmen zurückbesinnt. Intuition und Emotionen bekommen Relevanz. Sie sind das Salz in der Suppe. Gefragt ist eine Erweiterung des Managementstils um eine kreativ-innovative-emotionale Dimension. Deshalb der Begriff von der «zweifachen Unternehmensführung».

Firmen sollten vorleben, wie der Erfolg durch einen Fokus auf eine eigenständige DNA und die zugehörige Corporate Identity bzw. den unternehmerischen Spirit möglich ist. Das Leben mit gezeigten Gefühlen darf nicht die Ausnahme sein. Mehr spüren und mehr erleben, dies thematisieren und mitteilen, ist die Maxime. Der Managementstil des 21. Jahrhunderts soll die emotionale Intelligenz der Firmen stimulieren, um mit mehr Innovation am Markt zu punkten und den Wettbewerb zu überrunden.

Eine Firma kann im globalen Wettbewerb nur unternehmerische Spitzenleistungen erbringen, wenn sie ihre Eigenständigkeit maximiert sowie sich authentisch und einzigartig im Markt positioniert. Dies bedingt oft eine neue Business-Logik, die in der Strategie der Unternehmung festzuhalten und zu leben ist. Die Auswirkungen auf die im Rahmen des Strategie-Quartetts der Continuum AG ebenfalls zu fokussierenden Situationen des Patrons, der Familie und der Vermögensteile müssen in der Neuausrichtung zwingend mitberücksichtigt werden.

Diese unternehmerischen Stossrichtungen können dann allenfalls auch den Verkauf von Immobilien oder Unternehmensteilen beinhalten – ebenso wie die Übernahme einer anderen Firma oder allenfalls auch eine zukunftsorientierte «Schlankheitskur».

\*Dr. Leonhard Fopp ist Verwaltungsratspräsident der Continuum AG, St. Gallen