

Gast-Wirtschaft

Die Zuckerbergs vom Bodensee

Sie haben oft 24 Stunden durchgearbeitet und Rückschläge eingesteckt. «Nie liegen bleiben, immer wieder aufstehen» ist eines ihrer Mottos. Die Rede ist von einem Duo, das den Traum vom erfolgreichen Start-up in die Realität umgesetzt hat.

STEFAN BORKERT

TÄGERWILEN. Sie kommen zur Tür herein: Jung, schlank, dynamisch. Die Augen blitzen vor Tatendrang. Auch nach zehn Jahren in einem hart umkämpften Business brennt in ihnen das feu sacré lichterloh. Die Rede ist von Simon M.D. Morton und Philipp Hasenfratz. Ihr Internet-Unternehmen Admazing AG ist inzwischen zur Nummer zwei auf dem Schweizer Online-Werbemarkt geworden. Das Jahr 2010 war überaus erfolgreich. Zahlen wollen die zwei Jungunternehmer nicht nennen, aber der Zuwachs liegt im höheren zweistelligen Bereich. Mittlerweile ist der Mitarbeiterstand auf 13 angewachsen. Neu ist die niederländische DQ&A Group eingestiegen. Mit ihr zusammen will Admazing, beheimatet in der Tägerwiler High-Tech-Schmiede Spider-Town, den Weltmarkt erobern.

Das Genie und der Organisator

Die Geschichte ähnelt Erfolgsgeschichten wie jener von Facebook-Gründer Marc Zuckerberg.

Rückblende: Vor zehn Jahren beim Bier in einem Pub in Cambridge entstand die Idee der beiden Klassenkameraden und Freunde Simon M.D. Morton aus Oberhofen-Lengwil und Philipp Hasenfratz, Wagenhausen. Sie beschlossen, ein Start-up zu gründen, um in den Internet-Markt einzusteigen. «Nein, nicht studiert. Wir haben in Cambridge einen Sprachkurs besucht», sagt Philipp Hasenfratz. Morton (28) hat früh seine unternehmerische Seite entdeckt. Mit 15 Jahren speulierte er mit dem Taschengeld an der Börse. Organisation und Management haben es ihm angetan. So organisierte er 2004, mit dem EDA und der Botschaft vor Ort, nach 14 Jahren Embargo das erste klassische Konzert in Bagdad nach Ende des Krieges.

Philipp Hasenfratz (29) galt schon in der Kanti als Computer-genie. Er ist bei Admazing für die Technik und Entwicklung der erfolgreichen und weltweit einmaligen Tools zuständig. Zusammen bilden sie ein kongeniales Paar. Es gab Höhen und Tiefen, aber man müsse immer wieder aufstehen und dürfe nie liegen bleiben, sagt



Bild: Stefan Borkert

Zielen auf den Weltmarkt: Philipp Hasenfratz und Simon M. D. Morton, CEO der Admazing AG.

STICHWORT

Neuer Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat der Admazing AG ist neu besetzt worden. Ernannt wurden, neben den beiden Gründern Simon Morton und Philipp Hasenfratz, Heleen Dura-van Oord und Rick van Boekel. Heleen Dura-van Oord gründete DQ&A

2001 und wurde 2008 zur «online media woman of the year» in den Niederlanden gewählt. Rick van Boekel ist CEO und Miteigentümer von DQ&A. Die bisherigen Verwaltungsräte Thérèse Ruedin und Reto Senn scheiden aus. (bor)

Morton, und Hasenfratz ergänzt, das Wichtigste sei, flexibel zu bleiben, aus Fehlern zu lernen und sich ständig neu zu erfinden. «Wir haben viele Rückschläge eingesteckt», sagt auch Simon M.D. Morton. Am Anfang sei es sehr schwer gewesen. Sie hätten im Büro geschlafen, 24 Stunden durchgearbeitet. Tatsächlich fiel der Start 2002 ausgerechnet mit dem Platzen der Internetblase zu-

Weltmarkt im Visier

Die niederländische DQ&A Group, international führender Anbieter von Online-Werbetechnologie- und Dienstleistungen, hat die Mehrheit des Tägerwiler Online-Werbevermittlers Admazing AG übernommen. Dafür erhält Admazing Zugang zum internationalen Netzwerk der DQ&A Group. Ziel ist die weltweite Vermarktung verschiedener Technologien, die von Admazing entwickelt wurden. Die Führung der Admazing AG bleibt bei den Gründern Simon Morton und Philipp Hasenfratz. Das operative Schweizer Geschäft bleibt unverändert. Admazing stellt in Zukunft das Reporting-Tool AdCockpit sowie weitere hochentwickelte Online-Werbetechnologien der ganzen Unternehmensgruppe zur Verfügung. (bor)

sammen. Online-Werbung war damals kaum relevant. Genau in diese Lücke stiessen sie vor. Ihre Geschäftsidee ist es, für einen Kunden zielgenau Werbung im Internet zu plazieren. Nicht nur das. Der Kunde erfährt, wie die Werbung ankommt, welche Wirkung und Auswirkung sie hat. Anders als bei Plakaten etwa bietet diese Form Transparenz, Messbarkeit und Überprüfbarkeit.

Online-Werbung boomt heute

«Wir vermitteln Online-Werbung, beispielsweise Banner, zwischen Werbeauftraggeber, in Frage kommender Website und der passenden Zielgruppe», sagt Morton. «Dafür haben wir perfekte Tools, allen voran das Adcockpit, entwickelt.» Der Markt boomt. Als nächstes wird der Mobil-Markt angepeilt und Admazing ist mit-tendrin. «An uns soll keiner vorbeikommen», sagen Morton und Hasenfratz selbstbewusst. Und irgendwo glaubt man den zweien das auch.

KV – eine gute Grundlage

Dass unsere Wirtschaft gute Berufsleute braucht, ist allseits bekannt. Dies gilt auch für die verschiedenen Funktionen in der Administration. Ebenso verbreitet ist, dass der Beruf Kauffrau/Kaufmann der mit Abstand am meisten gewählte Ausbildungsberuf ist. Nach wie vor ungebrochen scheint seine Beliebtheit. Aber er ist nicht nur beliebt, sondern auch Ausweg für solche, die sich nicht für einen anderen Beruf entscheiden können. Doch ist damit der Berufsnachwuchs wirklich gesichert?

Als Schulabgänger ist es trotz der vielen angebotenen Lehrstellen nicht einfach, selber eine als Kauffrau oder Kaufmann zu erhalten. Oft müssen dafür zwischen 20 und 80 Bewerbungen geschrieben werden und viele Absagen mit unliebsamen Enttäuschungen sind die Folge. Ist dies dann endlich doch geschafft, stellt sich nach der Lehre wieder das gleiche Problem: Es ist als Lehrabgänger wieder aufwendig, eine Stelle zu finden.

Schulabgänger, Eltern und Lehrkräfte müssen umdenken. Die Berufswahl ist zwar nur eine Entscheidung für eine Grundausbildung, deren Weichen später wieder – nicht immer ganz einfach – gestellt werden können. Trotzdem ist es die erste berufliche Erfahrung – und diese sollte für alle Beteiligten positiv sein.

Also reicht es nicht, gerne am PC zu arbeiten und mit Leuten zu tun zu haben. Das ist heute auch in vielen anderen Berufen, wie in den verschiedenen Fachrichtungen des Gebäudetechnikplaners, so. Dafür stellt die heutige Ausbildung Kauffrau/Kaufmann zu hohe Ansprüche, welche auf das hinführen, was die Wirtschaft fordert.

Worauf muss also bei der Berufswahl, der Auswahl der Lehrstelle sowie der Wahl der richtigen Stelle geachtet werden? Massgebend für den Erfolg ist, dass Berufsleute Begeisterung für das mitbringen, was sie tun. Diese Begeisterung macht fast alles möglich. Mit Freude und Begeisterung lassen sich Türen öffnen!

PERSONALBÜRO

Michael Dobler neuer CISO bei Abraxas

Seit dem 1. Januar 2011 ist Michael Dobler Chief Information Security Officer (CISO) der Abraxas Informatik AG. Der 37-jährige Sicherheitsspezialist leitete den Bereich Security- und Quality-Management bereits seit Ende Oktober interimistisch. (red.)

Eva Wiesmüller neuer Vice President bei exceet

Die 37-jährige Diplom-Ingenieurin Eva Wiesmüller ist neuer Vice President Research & Development bei der exceet Card Group AG. (red.)

Teilzeit – nicht überall möglich

Die Pro-Familia-Studie «Was Männer wollen!» fordert tiefere Arbeitspensen und mehr Flexibilität auch für Männer. Die Ostschweizer Unternehmen bieten ihren Männern diverse Möglichkeiten.

KATRIN MEIER

Mitarbeitenden arbeite Teilzeit – ein Prozent mehr als im Vorjahr – sowie 10 Prozent des Kaders. Ähnliches hört man von der Geoinfo AG: «Der Anteil der Teilzeitbeschäftigten ist in den letzten Jahren auf allen Stufen gestiegen», sagt Ueli Forrer, Vorsitzender der Geschäftsleitung. Die Hälfte der Geschäftsleiter arbeitet bei Geoinfo Teilzeit, während dies 42 Prozent der Bereichsleiter tun.

«Wir ermöglichen Teilzeitarbeit»

Viele Ostschweizer Unternehmen sind sich dieser Ansprüche bereits bewusst und gewähren auch ihren männlichen Mitarbeitern Teilzeitpensen: «Wir ermöglichen Männern Teilzeitarbeit, flexibles Arbeiten sowie Jobsharing und Telearbeit», sagt Simon Netzle, Pressesprecher der St.Galler Kantonalbank. «vorausgesetzt, das lässt sich mit den Interessen der Bank vereinbaren.»

Die SGK stellt fest, dass das Bedürfnis nach Teilzeitbeschäftigung gestiegen sei. 20 Prozent der

Mitarbeitenden arbeite Teilzeit – ein Prozent mehr als im Vorjahr – sowie 10 Prozent des Kaders. Ähnliches hört man von der Geoinfo AG: «Der Anteil der Teilzeitbeschäftigten ist in den letzten Jahren auf allen Stufen gestiegen», sagt Ueli Forrer, Vorsitzender der Geschäftsleitung. Die Hälfte der Geschäftsleiter arbeitet bei Geoinfo Teilzeit, während dies 42 Prozent der Bereichsleiter tun.

Zwei Wochen Vaterschaftsurlaub

Bei der Migros Ostschweiz seien Teilzeitstellen ebenfalls gegeben, sagt Pressesprecherin Silke Seichter. «Einzig bei Kaderpositionen kann es Einschränkungen geben. Wir unterscheiden aber nicht zwischen Mann und Frau.» Die Migros sei bemüht um eine familienfreundliche Lösung.

Zudem bietet die Migros zwei Wochen Vaterschaftsurlaub an sowie maximal zwei Wochen unbezahlte Ferien. Auch die Geoinfo

AG hat gute Erfahrungen gemacht mit dem 2007 eingeführten zweiwöchigen Vaterschaftsurlaub: «Unsere Firma profitiert davon,

Männer motivieren

«Männer glauben oft, die Organisation von Beruf und Familie sei Privatsache», sagt Daniel Huber, Geschäftsführer der Fachstelle UND, des Kompetenzzentrums für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. «Sie müssen lernen, richtig zu argumentieren: Mit einem Teilzeitpensum sind sie nicht weniger motiviert, sondern werden durch ihren Beitrag in der Familie zu wertvolleren Mitarbeitern.» (kme)

wenn die Arbeit des Vaters in der Familie einen guten Rückhalt geniesst», sagt Forrer. Die Thurgauer Kantonalbank hingegen stellt kein «ausgewiesenes Bedürfnis» nach Vaterschaftsurlauben fest und bietet diese nicht an. Von 185 Teilzeitmitarbeitern sind lediglich 30 männlich.

«Nicht bereit, Kosten zu tragen»

Einzig Ruedi Lieberherr, Geschäftsführer der Morga AG, lehnt flexible Arbeitsmodelle kategorisch ab: «Teilzeitstellen für Männer können wir nicht mehr anbieten. Unsere Produktionsabläufe bilden Einheiten, bei denen alle anwesend sein müssen, damit die Zusammenarbeit klappt.» Weder flexible Arbeitszeiten noch bezahlter Vaterschaftsurlaub liege drin: «Wir sind nicht bereit, diese Kosten zu tragen.» Die Firma trage bei den weiblichen Beschäftigten bereits «überdurchschnittlich viel zu diesem Thema bei».

Erfolgreiche Beteiligungen

DIEPOLDSAU. Die Beteiligungen der Rheintal Assets AG sind erfolgreich, wie das Unternehmen mitteilt. So habe die Dietsche Montagetageprofis AG im vergangenen Jahr ihren Umsatz von 33 auf 45 Millionen Franken gesteigert. Im ähnlichen Rahmen bewege sich auch das Gewinnwachstum des Diepoldsauer Unternehmens mit 300 Mitarbeitern. Die Rheintal Assets AG ist seit Januar 2010 zu 30 Prozent an den Dietsche Montagetageprofis beteiligt. Martin Kuster, Verwaltungsratspräsident der Rheintal Assets AG, erwartet auch für das laufende Jahr weiteres Wachstum. Hervorragende Zahlen gibt er auch für die Widnauer swissQprint AG bekannt, an der die Beteiligungsgesellschaft 25 Prozent hält. Das junge Unternehmen hat Umsatz und Gewinn um über 50 Prozent gesteigert.

Derzeit liegt der Kurs der Rheintal-Assets-Aktie, die am OTC Markt in Bern ausserbörslich gehandelt wird und bei Banken erhältlich ist, bei 160 Franken. Ende 2009 notierte die Aktie noch bei 85 Franken. (red.)