



# Der Hofnarr im Körper des CEO

**Gleichförmig, uniform, austauschbar: Diese Etiketten müssen sich viele Führungskräfte gefallen lassen. Das ist selten ihre eigene Schuld.**

**Denn in vielen Unternehmen wird nicht das Besondere gefördert, sondern die Anpassung. Bunte Vögel, Querdenker und Hofnarren sind lästig und unbequem im harten Geschäftsalltag. Was aber, wenn der Chef oder die Chefin selbst in diese Kategorie fällt? Ein Blick auf einige Paradiesvögel in der Ostschweizer Unternehmenslandschaft.**

Text: Stefan Millius Bilder: Archiv

**Wer in der Kantine eine Schachtel aufstellt, in der Mitarbeiter anonym ihre Verbesserungsvorschläge deponieren, denkt noch nicht quer.**

Die Könige leisteten sich in ferner Vorzeit einen hübschen Luxus: Sie hielten sich einen Hofnarren. Der diente keineswegs einfach der Belustigung, wie viele Leute glauben, sondern hatte eine wichtige Rolle. Könige konnten weder alles wissen noch ausnahmslos immer richtig entscheiden – zumal sie ja meist durch Thronfolge oder Schlachtsiege an die Macht gekommen waren und demzufolge nicht einmal besonders hell auf der Platte sein mussten. Dennoch traute sich kaum jemand aus dem Hofgefolge, den König auf die grössten Fehler aufmerksam zu machen oder ihm zu widersprechen. Der Hofnarr durfte das. Indem man ihn offiziell zur Spassfigur degradierte, erhielt er die Narrenfreiheit, ungestraft selbst heikle Fragen und Thesen in den Raum zu stellen. Der König konnte sich danach ohne Gesichtsverlust korrigieren, wenn er in den Worten des Hofnarren die Wahrheit erkannte.

## **Nicht jeder ist ein Querdenker**

Eine solche Funktion gibt es in modernen Unternehmen nicht. Hier müssen wagemutige Teammitglieder den «Advocatus Diaboli» spielen. Das sollte auch kein Problem sein, denn die meisten Firmenchefs erklären in Interviews unisono, dass sie keine Jasager um sich haben wollten, sondern kritische Geister. Ob das der Wahrheit entspricht oder eher der Imagepflege dient, weiss allerdings nur, wer direkten Einblick hat.

Manchmal ist der CEO aber gleichzeitig sein eigener Hofnarr. Das sind Menschen, die den Widerspruch lieben, um die Ecke denken und Sätze wie «Das haben wir schon immer so gemacht» nicht dulden. Stehen sie an der Spitze eines Unternehmens, endet das meist im totalen Triumph oder im absoluten Fiasko. Denn es sind oft Leute, die das, was sie tun, mit letzter Konsequenz tun. Allerdings: Begriffe wie «Querdenker» wurden in den vergangenen Jahren derart inflationär verwendet, dass sie in vielen Fällen nicht mehr treffen, was wirklich gemeint ist. Wer in der Kantine eine Schachtel aufstellt, in der Mitarbeiter anonym ihre Verbesserungsvorschläge deponieren, denkt noch nicht quer. Dafür braucht es mehr.

Welche Ostschweizer Unternehmer verbergen einen Hofnarren in sich? Das Rennen ist im Grunde entschieden, bevor es begonnen hat – wenn das Ganze wirklich ein Wettbewerb wäre. Der bunteste Vogel in den Chefetagen der Ostschweiz ist mit Sicherheit das selbsternannte Oberhaupt seines selbst erfundenen Staatsgebildes: Daniel Model. Der Thurgauer verbindet wie kein Zweiter erfolgreiches unternehmerisches Handeln mit einem ausgeprägten Hang zum Nonkonformismus. Model kümmert sich keinen Deut darum, was man von ihm hält, wenn er Münzen mit seinem Konterfei darauf zur Währung seines fiktiven Staats erklärt oder in einem palastähnlichen Bau Hof hält. Er hat sich lang mit Möglichkeiten und



MetroComm AG  
9014 St. Gallen  
071/ 272 80 50  
www.leaderonline.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 9'000  
Erscheinungsweise: 9x jährlich

Themen-Nr.: 516.021  
Abo-Nr.: 1088996  
Seite: 8  
Fläche: 142'948 mm<sup>2</sup>

Grenzen von Staatswesen beschäftigt, den Schweizer (Sozial-)Staat hart ins Gericht genommen. Das tun viele, was Model aber zum bunten Vogel macht, ist die Tatsache, dass er es nicht dabei belässt, sondern den letzten Schritt auch noch macht: Gründen wir doch einfach einen eigenen Staat.

### Am Traum festgehalten

Nicht ganz so weit getrieben hat es der in Teufen wohnhafte Fredy Lienhard, der die Marke Lista zu einem Begriff machte. Mit 22 Jahren wurde er gewissermassen ins Unternehmertum gezwungen: Sein Vater verstarb 1970 mit nur 44 Jahren, der Sohn rückte nach. Das Wagnis glückte. Vielleicht auch, weil er nicht wie manch anderer mit dem Amtsantritt auch gleich alle eigenen Träume begrub. Lienhard ackerte für sein Unternehmen, eine Pionierfirma im Büromöbelbereich – und fuhr gleichzeitig Autorennen. Ob in der damaligen Formel 2 oder auf klangvollen Strecken wie Le Mans und dem Nürburgring, ob im Ferrari oder im Porsche: Lienhard liess es sich

nicht nehmen, seine Leidenschaft auszuleben. Krönen konnte er sie später mit dem «Autobau», einer Auto-Erlebniswelt in Romanshorn. Die Mixtur aus Risiko und Kontrolle, die er am Lenkrad benötigte, kam ihm wohl auch als Unternehmer zugute.

Das wiederum könnte man auch auf einen anderen Ostschweizer übertragen: Hans «Hausi» Leutenegger. Mit der Maschinenpistole durch den Dschungel (im Film), im Bob durch den Eiskanal (real) bis hin zum olympischen Gold: Der Mann braucht den Adrenalinschub. Inwiefern er diesen auch beim Aufbau der Hans Leutenegger AG erlebte, einen Personal-

dienstleister im Bereich Bau und Industrie, ist nicht bekannt. Mit rund tausend Mitarbeitern und völliger Unabhängigkeit von Banken ist ihm der unternehmerische Teil seiner Biografie aber zweifellos gelungen.

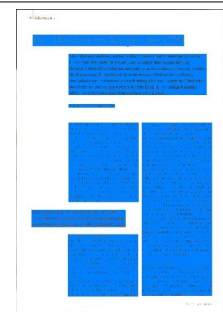
### Einfache Ideen stechen

In anderen Fällen verwirklichen Unternehmer nicht ihre Bubenträume, bewahren sich aber bei der Geschäftstätigkeit eine erfrischende Art und tun auch mal Dinge, die in keinem Handbuch über Unternehmensführung stehen. Andreas Sallmann beispielsweise ist so einer. Der Chef der Unterwäschefirma ISA Sallmann AG liest Zeitung, stolpert über eine Information – und verschickt sein Produkt. Die deutsche Bundeskanzlerin Angela Merkel erhielt nach einem Skiunfall von ihm einen Pyjama (und retournierte ihn dankend, um nicht in Bestechungsverdacht zu geraten). Viele andere Politiker nahmen hingegen dankend an. Ebenfalls nicht gegen das Geschenk gewehrt haben sich die Stierfiguren auf dem Kreisel direkt vor Sallmanns Firmengebäude, denen der Patron kurzerhand Unterhosen überzog. All das tat er nicht aus Nächstenliebe, sondern um im Gespräch zu bleiben. Sallmann ist der König der einfachen Ideen – etwas, das sich nur wenige Chefs trauen.

Er habe die Schuhwelt revolutioniert, sagt Karl Müller von sich. Sicher ist: Der Thurgauer ist mit seiner ersten bekannten Schöpfung, dem MBT-Schuh, reich geworden und hat nach dem Verkauf des Unternehmens diverse neue Kreationen nachgeschoben. Er sieht sich in erster Linie als Erfinder. Und er denkt gross. Mit seiner neuen Marke Kybun und den an das Konzept angegliederten Produkten wie einer speziellen Unterlagsmatte und einem neuen Schuh will er laut eigenem Bekunden den Westen erobern. So viel Selbstbewusstsein ist nicht sehr ostschweizerisch. Genau so wenig wie Müllers Offenheit beim Thema Geld; er kokettiert damit, mit schlechten Bankgeschäften 100 Millionen Franken verloren zu haben. Und auch sein offensiv gelebtes Bekenntnis zum Christentum ist in Unternehmerkreisen eher exotisch.

Datum: 29.06.2015

**LEADER**<sup>®</sup>  
DAS UNTERNEHMERMAGAZIN



MetroComm AG  
9014 St. Gallen  
071/ 272 80 50  
www.leaderonline.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 9'000  
Erscheinungsweise: 9x jährlich

Themen-Nr.: 516.021  
Abo-Nr.: 1088996  
Seite: 8  
Fläche: 142'948 mm<sup>2</sup>



*Daniel Model:  
Der bunteste Vogel  
in den Chefetagen  
der Ostschweiz.*

**ARGUS**   
MEDIENBEOBACHTUNG

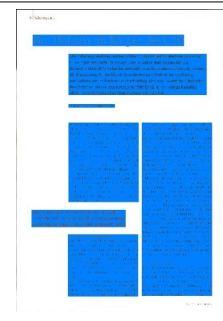
Medienbeobachtung  
Medienanalyse  
Informationsmanagement  
Sprachdienstleistungen

ARGUS der Presse AG  
Rüdigerstrasse 15, Postfach, 8027 Zürich  
Tel. 044 388 82 00, Fax 044 388 82 01  
www.argus.ch

Argus Ref.: 58348280  
Ausschnitt Seite: 3/5  
Bericht Seite: 3/5

Datum: 29.06.2015

**LEADER**<sup>®</sup>  
DAS UNTERNEHMERMAGAZIN



MetroComm AG  
9014 St. Gallen  
071/ 272 80 50  
www.leaderonline.ch

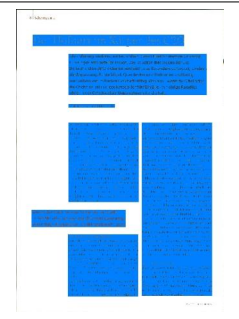
Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 9'000  
Erscheinungsweise: 9x jährlich

Themen-Nr.: 516.021  
Abo-Nr.: 1088996  
Seite: 8  
Fläche: 142'948 mm<sup>2</sup>



*Fredy Lienhard: Mixtur  
aus Risiko und Kontrolle.*

**Die meisten Firmenchefs erklären unisono,  
dass sie keine Jasager um sich haben wollten,  
sondern kritische Geister.**



MetroComm AG  
9014 St. Gallen  
071/ 272 80 50  
www.leaderonline.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 9'000  
Erscheinungsweise: 9x jährlich

Themen-Nr.: 516.021  
Abo-Nr.: 1088996  
Seite: 8  
Fläche: 142'948 mm<sup>2</sup>

**Nachfrage gezielt erkennen**

Einige der genannten Unternehmer haben sich bereits aus dem operativen Geschäft zurückgezogen oder ihre Aktivitäten zumindest reduziert. Was folgt nach in Sachen bunte Vögel? Einer könnte Marc Bolter sein. Der 39-Jährige macht sein Geschäft mit Hanfsamen, die er in Automaten verkauft. Einst möchte er europaweit 200 dieser Automaten in Betrieb haben, nicht in der Schweiz, denn der Handel ist hier nicht legal. (Ost-)Schweizer gehören aber mit Sicherheit zu seinen Kunden, denn einer seiner Automaten steht im vorarlbergischen Hörbranz. Dass Bolter gewisse Anlagen zum Hofnarren in sich trägt, darauf deutet allein die Tatsache hin, dass er als Erster auf die Idee kam, ein Produkt, für das sichtlich eine Nachfrage besteht, das aber argwöhnisch beäugt wird, so niederschwellig anzubieten.

«Think out of the box» nennt es der Engländer, wenn er beschreiben will, wie jemand gedanklich aus dem gewohnten Rahmen austritt. Seltsam, dass das nicht mehr Unternehmer tun. Stets wird betont, in einem immer härteren Wettbewerb gehe es darum, sich immer stärker von den Konkurrenten zu unterscheiden. Der erste Schritt in diese Richtung dürfte es sein, anders als sie zu denken.

*Weitere Beispiele von Paradiesvögeln in der Ostschweizer Unternehmenslandschaft finden Sie auf den nächsten Seiten.*

