

Einspruch

Lieber Guy Lachappelle

Ich führte vorletztes Wochenende an der GV der Raiffeisenbank Wegenstetertal einen Talk mit dem dortigen Verwaltungsratspräsidenten, Jascha Schneider-Marfels – quasi Ihr Fricktaler Kollege im Kleinen. Er macht diesen Job für 20 000 Franken im Jahr. Dazu sitzt er auch in der 15-köpfigen Gruppe Reform 21 von Raiffeisen Schweiz und hilft dort mit, die künftige Strategie der Bank, ihre Ausrichtung und Organisationsform vorzuspüren. Er tut dies auch als Initiant der Interessengemeinschaft der kleinen Raiffeisenbanken und gesunder Skeptiker der Raiffeisenkrankheit Fusionitis.

Seit 1990 wurden 400 Filialen geschlossen, von den heute 246 Raiffeisenbanken sind noch gut ein Fünftel solch kleine Institute wie im Wegenstetertal, welche die einstigen Raiffeisenideale weiterhin hochhalten: kein Wachstum um jeden Preis, Selbsthilfe, Ehrlichkeit, Fairness, Wahrhaftigkeit.

Füllhorn ist noch offen

Grossen Beifall an dieser GV bekamen auch Sie, Guy Lachappelle: In einem Videointerview mit Schneider-Marfels sagten Sie wörtlich, die Verankerung von Raiffeisen in der ganzen Schweiz werde «natürlich auch durch die kleineren Banken getragen», und fügten hinzu: «Und ich glaube, dass die kleinen Banken ihren Platz haben in der Zukunft; das ist auch mir wichtig.»

Doch dann, nur ein paar Tage später, lesen wir bei Lukas Hässig auf «Inside Paradeplatz», dass bei Raiffeisen Schweiz das Füllhorn offenbar immer noch offen ist und Raffgier weiter zur Unternehmenskultur gehört. Ihr Departementsleiter IT & Services, Rolf Olmesdahl, kassierte 2018 über 1,53 Millionen Franken, inklusive eines Antrittsbonus von 448 000 Franken.

Mit Verlaub, Herr Lachappelle, auch wenn dies Altlasten sind und Sie möglicherweise lieber die Zukunft gestalten: Wenn Rolf Olmesdahl noch über einen Hauch von Anstand und Respekt gegenüber den Genossenschaftlern verfügte, würde er aus freien Stücken einen Teil dieser exorbitant unanständigen Vergütungen zurückerstatten. Falls nicht: Machen Sie Herrn Olmesdahl unmissverständlich klar, dass Sie das von ihm erwarten – oder er sich einen anderen Job suchen muss. Und nutzen Sie diese Mittel dann doch bitte unter anderem dafür, dass auch Kleine gross bleiben können und ein Verwaltungsratspräsident einer winzigen Raiffeisenbank etwas mehr als bloss 20 000 Franken im Jahr kassiert. Ihr Job ist ja schliesslich auch 750 000 Franken wert.

Christoph Grenacher

leitete verschiedene Medientitel. Heute ist er Inhaber der Kommunikationsagentur Mediaform und lebt im Fricktal und in Zürich.

Geschützte Marken.

Nordwestschweizer

ZEITUNG

Basler Woche

Ombudsmann der Tamedia AG Ignaz Staub,

Postfach 837, CH-6330 Cham 1, ombudsmann.tamedia@

bluwin.ch

Neben den klassischen Formen von Werbung erscheinen in den Medien von Tamedia zwei Formen von Inhaltswerbung:

Paid Post: Im Zentrum steht in der Regel das Produkt oder die Dienstleistung des Werbekunden. Die Erscheinungsform hebt sich vom Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet.

Sponsored: Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses sogenannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit

«Sponsored» gekennzeichnet.

Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbeformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Eine Marke von Tamedia

