ERFOLG

Offizielles Organ des schweizerischen kmu verbandes

Die starke Zeitung für Selbständige, Unternehmer und Existenzgründer

Nummer 7 • August 2010 • 4. Jahrgang • Preis Fr. 3.80 • AZB 6300 Zug

Exportunterstützung
Investition in der Türkei 4
Chancen in Osteuropa 5

schweizerischer kmu verband
Aussenhandelskongress für Frauen 7
Liste der Mehrwertpartner 8
SKV Reisecenter 9
Alternativmedizin Schweiz 15

Social Media für KMU`s
Megatrend 10

Rechtsberatung
Ausbildungskosten 12
Immobilienanlagen 13

Finanzierung
Immobilien-Leasing 19

Veranstaltungen
Basler Winterzauber 20/21

Strategie
Kundenzufriedenheit 26/27

Coaching
Projekt-Coaching 31

Weiterbildung
Suchmaschinenotimierungs-Kurs 34
Erfolgreich selbstständig 35
WEKA Praxisseminar 36

Veranstaltungskalender 37

KMUs gehen oft hoch hinaus

Alles unter einem Dach...

lifestyle adventure
DieEventagentur

Die Agentur mit eigener Eventhalle

Parkstr. 2
5012 Schönenwerd

www.lae.ch
info@lae.ch
062 844 43 06

Ohne gesundheitsschädigende Stoffe! Keine Rauchverbotszonen!

...die einzig wahre Alternative zum Rauchen, denn die SuperSmoker® sieht aus wie eine herkömmliche Zigarette, schmeckt verblüffend ähnlich und raucht sich auch wie eine echte Zigarette. Man zieht wie an einer herkömmlichen Zigarette und inhaliert dabei Rauch in Form von Dampf, der mit Aromastoffen versetzt ist. Mit der SuperSmoker® bestimmen nun Sie die Rauchdauer. Die hygienisch verschlossenen Aromakapseln enthalten ***keine giftigen oder krebserregenden Stoffe*** und setzen keine unangenehmen Gerüche frei, wie sie bei herkömmlichen Tabakprodukten entstehen. Da beim Rauchen der SuperSmoker® keinerlei Giftstoffe freigesetzt werden und keine unangenehmen Gerüche entstehen, fühlen sich Personen im nahen Umfeld nicht belästigt. ***Mit der SuperSmoker® gehören „Passivrauchen" und Rauchverbotszonen der Vergangenheit an.***

A TASTE OF LIFE

KEINE GIFTSTOFFE - 100% GESCHMACK

Auf der sicheren Seite

SuperSmoker® bietet ein System, welches wissenschaftlich ausgiebig getestet und als toxikologisch unbedenklich eingestuft wurde. Die SuperSmoker® entspricht den Bestimmungen sämtlicher anwendbarer EU- und Schweizer-Richtlinien.

Zudem sparen Sie mit der SuperSmoker® viel Geld! Eine Schachtel Filterkartuschen entspricht ca. 9 Schachteln Tabakzigaretten, kostet aber durchschnittlich 35% weniger als herkömmliche Zigaretten.

Aufbau der SuperSmoker®

Die SuperSmoker® besteht aus drei Modulen: dem leistungsstarken Lithium-Ionen-Akku mit Verdampfer, Elektronik und dem Softfilter mit integriertem Liquiddepot. Alle Module sind der Form und Farbe einer echten Zigarette nachempfunden.

Jeder Softfilter[1] enthält ein gefülltes Liquiddepot[2], das aus Hygiene- und Sicherheitsgründen versiegelt ist und erst beim Einschieben der Aromakapsel auf den Zerstäuber automatisch geöffnet wird.

Kostenreduktion in Ihrem Unternehmen!

Eine Veröffentlichung der *Weltbank* macht deutlich, dass durch Mitarbeiter, die rauchen, jährlich rund eine Milliarde Franken an Kosten für Unternehmen in der Schweiz entstehen. Davon sind 90% auf eine geringere Produktivität zurückzuführen.

Die geringere Arbeitsleistung setzt sich wiederum aus zwei Faktoren zusammen: 1. Gemäss einer Untersuchung aus dem Jahr 2001 der *Kassenärztlichen Vereinigung Saarland (DE)* sind Raucher pro Jahr statistisch gesehen 5,5 Tage länger krank als Nichtraucher. 2. Nichtraucher-Unternehmen arbeiten weitaus rentabler. Dies macht eine Studie der Genfer Präventionsfirma *BZS Santé en entreprise* deutlich. Pro rauchendem Arbeitnehmer gehen wöchentlich etwa 4 Stunden an Rauchpausen verloren. Summiert man dies, ergibt sich ein jährlicher Produktivitätsausfall von 22,4 Arbeitstagen.

Hochgerechnet ergibt sich daraus ein jährlicher Arbeitszeitverlust von etwa 28 Tagen pro Raucher/in, was in etwa 1½ Monatsgehältern entspricht. Dies kann in einem Unternehmen zu hohen Kosten führen, die sich schon nach wenigen Tagen durch eine SuperSmoker® Zigarette am Arbeitsplatz bezahlt macht und diese um ein Vielfaches amortisiert.

SuperSmoker® Produkte können über folgende Händler direkt bezogen werden:

Baden: Banale, Cordulaplatz 4, 5400 Baden, Tel. 056 222 85 81, www.banale.ch | **Basel:** REBA, Rainweg 32, 4422 Arisdorf, Tel. 061 401 18 88 | **Bern:** Cigarren Flury AG, Bahnhofplatz 3, 3011 Bern, Tel. 031 311 37 03, www.flury.com | **Luzern:** Praxis Nedok, Sternhalde 5, 6005 Luzern | **St.Gallen:** Praxis für Bio- und Neurofeedback, Dr. med. FMH Jessica A. Tanner, Rehweidstrasse 18, 9010 St.Gallen, Tel. 071 222 08 79 | Smoking Trends Tabak, Grabenstrasse 1, 9500 Wil, Tel. 071 910 07 71, www.elektro-zigarette24.ch | **Zürich:** Küng Raucherartikel AG, Bodenwis 46, 8493 Saland | Tabakwaren & Kiosk, Zürcherstrasse 7, 8610 Uster, Tel. 044 940 34 60 | Werner's Head Shop AG, Langstrasse 230, 8005 Zürich, Tel. 044 272 22 77, www.wernersheadshop.ch | Elektrische-Zigaretten.ch, 8045 Zürich, www.elektrische-zigaretten.ch | **Alle Verkaufsstellen finden Sie unter: www.zirel.ch**

Händleranfragen erwünscht. Exklusiv Vertriebspartner für die Schweiz

ZIREL
QUALITY BRANDS

Kieswerkstrasse 38 · 3427 Utzenstorf · Schweiz
Tel. +41 (0)32 665 75 63 · Fax. +41 (0)32 665 75 67
Internet: www.zirel.ch · Mail: info@zirel.ch

Werden Sie Händler. Informationen über SuperSmoker® Produkte und eine Liste aller Händler in der Schweiz erhalten Sie unter www.zirel.ch

Editorial

Geschätzte Leserinnen und Leser

Die vergangenen ruhigen Wochen während den Sommerferien konnte ich nicht nur nutzen, um selber meine «Batterien» wieder ein bisschen aufzuladen, sondern auch in den Staaten vor Ort anzuschauen, wohin die Trends gehen und was in den USA allenfalls heute bereits im Businessbereich genutzt und sicherlich darum auch in Kürze in Europa eingesetzt wird. Dies ganz einfach darum, da in der Vergangenheit fast alle Trends in den USA mit etwas Verzögerung auch bei uns entsprechend umgesetzt wurden.
Obwohl in den USA fast überall gilt «Business is usual» und sich fast alles nur um Kauf und Verkauf sowie dedizierte Services dreht, darf man doch sagen, dass in Amerika kaum etwas komplett anders oder besser funktioniert, als bei uns. Im Gegenteil: Nach subjektiven Empfindungen ist die USA weitgehend eine grössere Servicewüste als bei uns und das Personal vielerorts unmotiviert, unausgebildet oder schlichtweg überfordert.
Was aber mit Sicherheit dort weiterentwickelt ist, ist der Marketinggedanke, welcher auch bei kleinsten Firmen vorhanden ist. Kaum eine Firma, ein Restaurant, ein Hotel oder ein Ladengeschäft, welches nicht auf die Präsenz bei Facebook oder Twitter hinweist. Sei dies auf Autoklebern, in den Prospekten, in Schaufenstern oder auf grossen Werbetafeln. Auch Google Maps wird dort wesentlich mehr für die Eigenwerbung genutzt als bei uns: «We are on Google Maps» ist bereits heute auf vielen WebSites, aber auch direkt auf den Prospekten der einzelnen Firmen zu sehen.
Ich freue mich bereits auf die EMEX vom 24.–26. August und bin sicher, dass ich dort noch viele weitere Inputs für Schweizer KMUs finden werde.

Ich hoffe, auch Sie konnten einige Tage Urlaub geniessen und sind wieder voll motiviert in den Arbeitsalltag eingestiegen, ist es doch vielfach so, dass gerade im Urlaub oft neue Ideen kommen welche es danach umzusetzen gilt.

Es grüsst Sie herzlich

Roland M. Rupp
Geschäftsführer
verlag@netzwerk-verlag.ch

IMPRESSUM

KMU Netzwerk Verlag GmbH
Eschenring 13, 6300 Zug
Tel. 041 740 42 25, Fax. 041 740 42 26
www.netzwerk-verlag.ch
verlag@netzwerk-verlag.ch
produktion@netzwerk-verlag.ch (für Textlieferungen)

Verlagsleitung:
Michel Wäspi

Geschäftsführer:
Roland M. Rupp

Abonnementsverwaltung:
Alexandra Rupp
abo@netzwerk-verlag.ch

Inserateverkauf:
Inserate@netzwerk-verlag.ch

Produktion:
produktion@netzwerk-verlag.ch, info@grafik7.ch

Auflage:
Printauflage: 10000 Ex, Onlineauflage: 5000 Ex

Erscheinung:
erscheint monatlich

Preise:
Jahresabo Fr. 36.–, Einzelpreis Fr. 3.90

Redaktions-/Anzeigenschluss:
Jeweils 14 Tage vor Erscheinungstermin

Copyright:
Das Abdrucken von Texten und Inseraten nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages.

Passwort für die Ausgabe 7: heiss
Und so können Sie die aktuelle sowie die bisherigen Ausgaben auch online anschauen:

1. Gehen Sie auf www.netzwerk-verlag.ch
2. Wählen Sie die Rubrik «Aktuelle Ausgabe»
3. Wählen Sie die Rubrik «Für Abonnenten»
4. Tragen Sie das oben genannte Passwort ein und klicken Sie auf (OK)

Inserieren und ERFOLG haben:
079 853 97 10

Inhaltsverzeichnis

Exportunterstützung
Investition in der Türkei 4
Chancen in Osteuropa 5

schweizerischer kmu verband
Aussenhandelskongress für Frauen 7
SKV Reisecenter 9

Mehrwertpartner-Programm
Liste der Mehrwertpartner 8

Social Media für KMU`s
Megatrend und Riesenchance 10

Reportage
Neues Erfolgsrezept 11
Kosten einer KMU-Webseite 14
Gaggohaas – die Story 15
Leistung steigern ohne Druck 16/17
Events mit Charakter 22
Teambildung, Teamentwicklung 29
Unentbehrlicher Partner vieler KMU 30
Ihr Profi für den guten Ton 32
Willkommen in der Welt des Events 33

Rechtsberatung
Ausbildungskosten 12
Immobilienanlagen 13

Gesundheit
Vereinigung Alternativmedizin Schweiz 23
Feng Shui Center Baden-Brugg 24
Kurse, Therapie, Gastfreundschaft 25

Informatik
Zentrale Verwaltung 18

Finanzierung
Immobilien-Leasing 19

Veranstaltungen
Basler Winterzauber 20/21

Strategie
Kundenzufriedenheit 26/27

Coaching
Projekt-Coaching 31

Aus- & Weiterbildung
Suchmaschinenoptimierungs-Kurs 34
Erfolgreich selbstständig werden 35
Praxis-Seminar Kostenrechnung 36

Veranstaltungskalender
37

Impressum/Autoren/Firmenverzeichnis
3/38

10 Gründe für eine Investition in der Türkei

1. Erfolgreiche Wirtschaft
- Florierende Wirtschaft (Anstieg des BIP von 230 Mrd. US-Dollar im Jahr 2002 auf 618 Mrd. US-Dollar im Jahr 2009)
- Nachhaltiges Wirtschaftswachstum (durchschnittliche reale BIP-Zunahme von 4,3 % in den letzten 7 Jahren)
- Viel versprechende Wirtschaft mit glänzenden Zukunftsaussichten: Erwartungen zufolge wird die Türkei im Zeitraum 2011–2017 mit einem durchschnittlichen realen BIP-Wachstum von 6,7 % die wachstumsstärkste Volkswirtschaft unter den OECD-Mitgliedstaaten sein.
- 16. grösste Volkswirtschaft der Welt und sechstgrösste Volkswirtschaft im Vergleich mit der EU-Region 2009
- Eine institutionalisierte Wirtschaft, die in den letzten 7 Jahren ausländische Direktinvestitionen von über 83 Mrd. US-Dollar anzog und im Zeitraum 2008–2010 unter den attraktivsten Zielländern für Auslandsinvestitionen den 15. Rang belegte (UNCTAD)

2. Bevölkerung
- Gesamtbevölkerung von 73 Mio. Einwohnern
- Grösste junge Bevölkerung im Vergleich zur EU
- Durchschnittsalter 28,8 Jahre
- 60 % der Bevölkerung jünger als 35 Jahre
- Junge, dynamische, gut ausgebildete und multikulturelle Bevölkerung

* Daten 2009

3. Qualifizierte Arbeitskräfte
- Über 24,7 Mio. junge, gut ausgebildete und motivierte Fachkräfte
- Zunahme der Arbeitsproduktivität im Zeitraum 2002–2009 um durchschnittlich 4,4 % p.a.
- Fünftgrösste Erwerbstätigenzahl im Vergleich mit der EU
- Grosse Verbraucherbasis und motivierte Arbeitskräfte
- Ca. 450.000 Absolventen von rund 150 Hochschulen
- Ca. 550.000 Schüler mit Sekundarabschluss, davon ein Drittel al Berufs-, Technik- und andere Fachschulen

* Daten 2009

4. Liberales und reformfreundliches Investitionsklima
- Dynamischer und reifer privater Sektor mit Exporten in Höhe von 102 Mrd. US-Dollar und einem Wachstum von 183 % zwischen 2002 und 2009
- Äusserst wettbewerbsfähige Investitionsbedingungen
- Starke Industrie- und Dienstleistungskultur
- Gleichbehandlung aller Investoren
- Über 23`000 Firmen mit Auslandskapital
- Schlichtung durch internationale Schiedsgerichte
- Gewährleistung des freien Kapitalverkehrs

5. Infrastruktur
- Neue, technisch fortschrittliche Infrastruktur für Transport, Telekommunikation und Energie
- Hoch entwickelte, kostengünstige Einrichtungen für den Seetransport
- Vorteil des Schienentransports nach Mittel- und Osteuropa
- Gut ausgebaute Verkehrswege und Direktlieferung in die meisten EU-Länder

6. Zentrale Lage
- Natürliche Brücke zwischen der Ost-West- und Nord-Süd-Achse und damit ein effizienter und kostengünstiger Standort zur Erreichung der wichtigsten Märkte
- Einfacher Zugang zu 1,5 Mrd. Kunden in Europa, Eurasien, Nahost und Nordafrika
- Zugang zu mehreren Märkten mit einem BIP von insgesamt 22 Bio. US-Dollar

7. Energiekorridor und Terminal Europas
- Wichtiger Energieterminal und -korridor in Europa, der Ost und West miteinander verbindet
- Als Energie-Transitland hat die Türkei gegenwärtig die Kapazität, jährlich 121 Mio. Tonnen Öl an die Weltmärkte zu befördern. Nach Fertigstellung der laufenden Projekte wird die jährliche Transitkapazität auf 221 Mio. Tonnen Öl und 43 Mrd. m3 Erdgas steigen.

8. Niedrige Steuern und Anreize
- Die Körperschaftssteuer wurde von 30 % auf 20 % gesenkt
- Die persönliche Einkommensteuer variiert von 15 % bis 35 %
- Steuervergünstigungen und Anreize in Technologieentwicklungszonen, Industriezonen und Freihandelszonen. Hierzu gehören u. a. eine teilweise oder vollständige Befreiung von der Körperschaftssteuer, Übernahme von bis zu 80 % des Arbeitgeberanteils an den Sozialbeiträgen und Landzuteilung.
- Neues Gesetz zur Förderung von F&E und Innovationen
- Förderungssystem nach Regionen und Sektoren

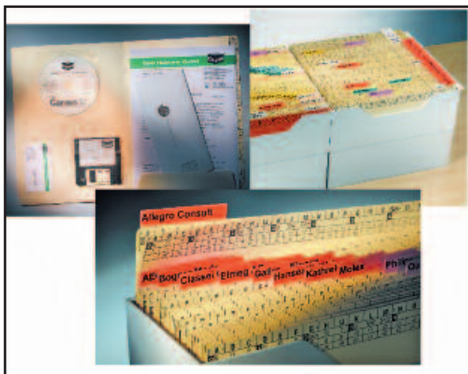
9. Zollunion mit der EU seit 1996
- Zollunion mit der EU seit 1996 und Freihandelsabkommen (FHA) mit 16 Ländern
- Weitere FHA in Verhandlung
- Beitrittsverhandlungen mit der EU seit 2005

10. Grosser Binnenmarkt
- 30 Mio. Internetnutzer 2009 gegenüber 4 Mio. im Jahr 2002
- 63 Mio. GSM-Teilnehmer 2009 gegenüber 23 Mio. im Jahr 2002
- 44,4 Mio. Kreditkarteninhaber 2009 gegenüber 16 Mio. im Jahr 2002
- Über 85 Mio. Flugpassagiere 2009 gegenüber 33 Mio. im Jahr 2002
- 27,3 Mio. Ankünfte internationaler Touristen 2009 gegenüber 13 Mio. im Jahr 2002

Tim International GmbH

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

Anzeigen



Noch nie war es so einfach, den Überblick zu bewahren

Schaffen Sie Transparenz und Ordnung in Ihrem Büro! Vergessen Sie Ordner, Hängeregister und Ablagekästen und ersetzen Sie alles durch ein System! Sie sparen Zeit und Geld und das Suchen hat ein Ende!

Besuchen Sie unsere WebSite www.classei.ch und schauen Sie, wie einfach Büroorganisation sein kann.

Chancen in Osteuropa

Finanzkrise und Rezession haben den osteuropäischen Ländern besonders stark zugesetzt. Das vormals in grossem Masse durch ausländische Kredite bedingte Wachstum ist jäh eingebrochen.

Birgt die Krise auch Chancen in Osteuropa? Die Frage lässt sich klar bejahen. Gerade für westliche Unternehmen eröffnet das aktuelle Umfeld vielfältige Geschäftsmöglichkeiten. Es wird aber in Zukunft noch wichtiger sein, zu prüfen, wo das Potential für ein Engagement besteht, auf Ebene der Länder, Regionen, Sektoren und der einzelnen Märkte, und mit welchen Unternehmen man zusammenarbeiten will. Genaue Abklärungen über die Abnehmer- oder Partnerfirma vermeiden spätere Überraschungen – zum Beispiel in Punkto Zahlungsfähigkeit. Denn nicht wenige osteuropäische Firmen wurden durch die Krise arg durchgeschüttelt.
Beispiele für Geschäftsmöglichkeiten, gibt es viele. Die folgende Aufstellung soll einige Wachstumsfelder beleuchten:

1. Verdrängung dank Effizienz
Punkto Effizienzsteigerung besteht in Osteuropa enorm viel Potential. Westliche Firmen können auch in Sektoren, die in den betreffenden Ländern traditionell stark entwickelt sind, dank ihrer besseren Organisation ineffiziente lokale Betriebe verdrängen. Aufgrund der finanziellen Nöte mancher osteuropäischer Firmen werden auch günstige Übernahmen möglich.

2. Kapitalkosten
Der Wettbewerbsvorteil westlicher Unternehmen, über besseren Zugang zu Kapital zu verfügen, wird wieder wichtiger. Wer Geld hat, kauft jetzt Immobilien, Land, Produktionsstätten.

3. Schwerpunkt Produktion
Der Anstieg von Löhnen und Preisen ist vorerst gebremst oder gar im Fallen begriffen. Somit entstehen wieder mehr Anreize, um in Osteuropa produzieren zu lassen oder selbst eine Produktionsstätte zu errichten. Die Abwertung der lokalen Währungen trug ebenfalls zur Wettbewerbs-fähigkeit der osteuropäischen Ökonomien bei.

4. EU - finanzierte Projekte
EU-Fördergelder für Infrastrukturprojekte ergeben Zulieferchancen für westliche Firmen. Für den Erfolg entscheidend ist, bereits während der Phase der öffentlichen Ausschreibungen für die Projekte lokal präsent zu sein – mit einer eigenen Niederlassung oder über eine gut vernetzte lokale Partnerfirma.

5. Nachholbedarf und Mentalitätswandel
Wichtiger noch als in den rosigen Zeiten ist es, die Situation und Dynamik des jeweiligen Marktes (Land, Region, Sektor) zu verstehen. Um nur einige Beispiel zu nennen: Das Verhältnis der Anzahl Restaurants gemessen an der Bevölkerungszahl liegt in Moskau immer noch viel tiefer als in anderen Weltstädten. Nachholbedarf besteht in Osteuropa auch im Versicherungssektor – als Land mit der höchsten Versicherungsdeckung pro Kopf hat die Schweiz hier ein besonderes Know-how. Themen wie der Umweltschutz sind erst vor Kurzem ins Bewusstsein der Bevölkerung gelangt. Und die Bewohner der osteuropäischen Länder wünschen sich eigene lokale Qualitätsbrands. Viele weitere Beispiele für Martchancen könnten genannt werden.

6. Regionale Schwerpunkte
Bestimmte Regionen oder Städte weisen ein besonders hohes Potential auf. Zum Beispiel erhalten in Russland die Städte Krasnodar, Kazan und Samara aufgrund ihrer wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Krisenresistenz die besten Bewertungen.

Michael Derrer, Mag.rer.publ.
Unternehmensberater und Dolmetscher für Osteuropa und Russland
www.ascent-ag.ch, 061 833 15 60
Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

Anzeigen

iba
BüroVersand
Gratis-Tel. 0800 82 82 82
E-Shop: www.iba.ch

Wir bringen einfach mehr Freude ins Büro
Wir liefern ausschliesslich an Industrie, Gewerbe, Dienstleistung, Handel und Verwaltung.

Als SKV-Mitglied sparen Sie beim Büromaterial-Einkauf

• **Günstige Preise und Spezial-Konditionen**
Sie finden bei uns bewährte Markenartikel aber auch geprüfte Eigenmarken zu absoluten Tiefpreisen. Als **SKV-Mitglied** erhalten Sie attraktive Zusatz-Rabatte und Grosskunden-Konditionen.

• **Gratis Bestellung**
Bestellen Sie einfach über unseren E-Shop www.iba.ch oder Gratis-Telefon 0800 82 82 82.

• **Gratis Lieferung**
Wir liefern Ihnen frei Haus, ohne Transportkosten und ohne Kleinmengenzuschlag am nächsten Arbeitstag.

itec
solutions + services

Ab März exklusive Preise für SKV Mitglieder für Toner und Tintenpatronen.
www.itec-online.ch

AKTIV
Versicherungsbroker

trust sympany

Ihr exklusiver Versicherungspartner des Schweiz. KMU-Verbandes. Bei uns erhalten Sie in Zusammenarbeit mit unserem Versicherungspartner der Trust Sympany sämtliche Personenversicherungen im Unternehmensbereich zu Vorzugskonditionen. Zögern Sie nicht, uns entsprechend zu kontaktieren.

AKTIV BERATUNGS – GMBH – FELDSTRASSE 80 – 8180 BÜLACH
TEL. +41 44 860 38 80 – FAX +41 44 860 38 88
MAIL: kmu@aktivberatungs-gmbh.ch

Versicherungsprodukte:
- Kollektiv Kranken-Taggeld (Lohnausfall)
- Obligatorische Unfallversicherung (UVG)
- UVG-Zusatzversicherung
- Pensionskasse (Berufliche Vorsorge - BVG)

Selbstverständlich können wir Ihnen auch bei alle anderen Versicherungsproblemen kompetent und kostengünstig weiterhelfen.

Windows®. Leben ohne Grenzen.
Lenovo® empfiehlt Windows 7.

KÖNNEN SIE SICH EINEN GRÜNEREN COMPUTER VORSTELLEN?

Die neusten ThinkPad® und ThinkCentre® sind umweltbewusst, schützen das Klima und erfüllen die Bedingungen für ENERGY STAR™, weshalb sie EPEAT™ zertifiziert sind. Vom Gehäuse bis zur Verpackung werden die ThinkPad aus rezyklierbaren Materialien hergestellt. Zusätzlich werden 67% des Energieverbrauchs reduziert, dies geschieht durch den bereits installierten Power Manager™. Power Manager hilft sogar, die Energiekosten und die Umwelt zu schonen. Durch diese Technologien profitieren nicht nur Sie, sondern auch die Umwelt.

LENOVO THINKPAD T510
Intel® Core™ i7 620M Prozessor / 2.67 GHz (Dual-Core)
Legales Windows® 7 Professional 64-bit
4 GB Memory
320 GB 7200 rpm Hard Disk Drive
15.6" TFT 1600 x 900 Bildschirm
Intel® WiFi Link 6300 Wireless
DVD-Writer
NVIDIA® NVS 3100M Grafikkarte
Integrierte 2 Megapixel Kamera
3 Jahre Garantie

PREIS: CHF 1999.-
- INKL. MWST

Lenovo ThinkPad T510 powered by Intel® Core™ i7 Processor.

intel CORE vPro inside
Protect. Manage.

+41 44755 5601
Erhältlich beim Händler in Ihrer Nähe mit Angabe KMU Angebot

lenovo
THERE'S MORE THINKING IN A ThinkPad

Lenovo behält sich das Recht vor, Produktangebote und Spezifikationen ohne Vorankündigung zu ändern oder zurückzuziehen. Die abgebildeten Modelle dienen nur zur Illustration. Lenovo ist nicht verantwortlich für fehlerhafte Abbildungen oder typografische Fehler. Die hier genannten Informationen haben keine vertragliche Wirkung. Lenovo, das Lenovo Logo, 'New World. New Thinking.', Active Protection System, Rescue & Recovery, Power Manager, ThinkPad, ThinkStation, ThinkCentre und ThinkVision sind Marken oder eingetragene Marken von Lenovo. Intel, das Intel Logo, Intel Inside, Intel Core und Core Inside sind Marken der Intel Corporation in den USA und anderen Ländern. Microsoft, Windows, Windows Vista und DirectX sind Marken oder eingetragene Marken der Microsoft Corporation in den USA und/oder anderen Ländern. Marken anderer Unternehmen werden anerkannt.
MMG_GER_HPA_Q1_11_15049

1. AUSSENHANDELSKONGRESS FÜR FRAUEN

Zürich, 27. OKTOBER 2010

Für Unternehmerinnen, Geschäftsführerinnen, Mitarbeiterinnen und Abteilungsleiterinnen der Bereiche Einkauf / Verkauf / Marketing, Sachbearbeiterinnen aus dem Umfeld Import / Export / Spedition / Logistik, Mitarbeiterinnen von international tätigen Unternehmen oder solche(n), die es werden wollen. **Dieser Anlass ist im Bereich Aussenhandel und Weiterbildung eine Novität und soll einen festen Platz in der Agenda von Frauen mit internationalem Berufsumfeld erhalten.**

Themen

- **Herausforderungen im internationalen Berufsumfeld**
- **Grenzüberschreitender Waren- und Dienstleistungsverkehr** (inkl. Umsatzsteuerabwicklung)
- **Internationales Marketing**
- **Leistungsauftrag der osec**
- **Frauenspezifische Themen im interkulturellen Umfeld**
- **Wertvolle Erfahrungsberichte von Unternehmerinnen**
- **Networking**

Referentinnen

- **Ständeratspräsidentin Erika Forster**
- **Botschafterin Marie-Gabrielle Inneichen-Fleisch**
- **Eva Jaisli (CEO), Gabriela Manser (Geschäftsführerin) und weitere Fachexpertinnen aus Industrie und Verwaltung**
- **Zollexpertin der Oberzolldirektion**

Veranstalter

School for International Business
Beratung - Bildung - Coaching
EIAB

Kooperationspartner

osec Business Network Switzerland

WOMEN IN BUSINESS

Alle Infos unter www.eiab.ch/Aussenhandelskongress

Bereits über 100 Unternehmen beteiligen sich am Mehrwertpartnerprogramm und bieten Ihre Produkte und Dienstleistungen günstiger oder mit einem Mehrwert an Firmen und Privatpersonen an

A. Frei Clean-System GmbH	Reinigungen, Reinigungsmaschinen
abalon telecom it ag	Telekommunikation
ABZ Suisse GmbH	Lehrgänge, Haus-Gebäudetechnik
Ackle Computer Technology	It-Software / Technologie
Advokatur & Rechtsberatung Trias AG	Rechtsberatung
Alpamare Bad Seedamm AG	Wasserpark
AMLine Office Concept AG	Büroeinrichtungen
APO NetCom AG	Telekommunikation
APU KUNTUR ALPACA	Grosshandel, Strickwaren
Atlantic Suisse AG	Sanitär, Heizungen, Lüftungen
Audia & Canali	Audio, Beleuchtungen
B. Peter Gebäudesystemtechnik	Gebäudesysteme- und AV-Technik
Bitlis Music + Game Shop AG	Music & Games
Brunner Gravuren AG	Gravuren
Bruno Murer Weinspezialitäten	Weine
Business Limousine AG	Limousinenvermietung
BW Mode GmbH	Masskleidung
CKP-Excellence GmbH	Finanzierung
Classei.ch	Büroorganisation
Creavida Priska Flury	Events im Spielbereich
CWS boco Suisse SA	Dienstleister
DekoPoint	Werbematerial
deltra Software GmbH	It-Software
DEON	Kaffeemaschinen
Desinova	Webdesign, CMS
Digicomp Academy AG	IT-Schulungen, Weiterbildung
dikay 51-swiss	Masshemden
dir-net gmbh	Internet-Security
Don Tabaco GmbH	Cigarren, humidor
DPG Systems-Engineering GmbH	Engineering
Druckerei Ennetsee AG	Druckerei
Educationpool AG	IT-Schulungen
eicom GmbH	Softwarehersteller
EMA Graphics	Grafik, Design, Druck
Energie Treff & Wellness Shop	Gesichtspflege, Massagen
Euro-Lotto Tipp AG	Euromillions, Tippgemeinschaft
Europokal	Pokale, Gravuren
EXECUTIVE Office GmbH	Telefon-Auftragsdienste
Extra Film AG	Fotoprodukte
fam office gmbh	Buchhaltung, Steuern, Marketing
Fanti Soft Heiz	Softwareinstallationen
Fengshui Coaching	FengShui, Farb-Raumberatung
Finca Son Boyvas	Reisen
gamper media	Internetauftritte, Schulungen
Golfodrome AG	Golf-Indoor-Academy
Hächler Martin Services + Beratung	IT-Beratung / Buchhaltung
Hemd-nach-mass.com	Masshemden
Henke GmbH	Brandschutz
Hochsee Team AG	Segelferien

Hotel Seeblick AG	Seminarhotel, Ferienhotel
Hydrops	Aussenwhirlpool, Fitnessgeräte
Hygiene Technik WC Entk.-Automaten	Entkalkungsautomaten
Inkasso Organisation AG	Finanzdienstleistungen
K+S Kappeler + Studerus AG	Personalberatung
Kägi AG Reinigungen	Gebäudeunterhaltsreinigung
KeyCorner GmbH	Schlüssel, Fundmarken
KIS Consulting Studer	Software-Lösungen für KMU's
KLONDIKE Shop + Galerie WILDLIFE	Shop für Mensch und Tier
Laupeneck AG	Kleintierpraxis
Logista EG AG	Baugewerbe
Lutz Internet Services	WebServices
MAF Zürich Consulting Group AG	Wirtschaftsrecht, Finanzierungen
movecom AG	Werbebranche, Beschriftungen
Mr. Lens GmbH	Kontaktlinsen, Pflegeprodukte
Mutzbauer & Partner	Zahnmedizin
net-to-print gmbh	Druck, Flyer, Visitenkarten
NewServ AG	IT-Services
Omnitext Markus Kessler	Partner für Texte und Werbung
PartnerConsult Hergiswil AG	Treuhanddienstleistungen
permanent-make-up.com	Kosmetik
Predus AG	Coaching / Aus- und Weiterbilldung
Prografik, Jean-Pierre Heinzer	Schrift & Grafik
Refill- und Stempel-Shop GmbH	Stempel, Logo-und Grafikstempel
ReverseSpeech.ch (Fit for Life GmbH)	Rückwärtssprache, Analysen
Richner – Sanitär Material AG	Baubedarf
Schlüssel Mittl AG	Schloss-und Schlüsselservice
Score Marketing	Marketingberatung
Secoma Controlling-Systeme AG	Software, Buchführung, Beratung
seminarbausteine.ch gmbh	Ausbildung, Seminare
Sicherheitsberatungen Wyder	Sicherheit, Objektschutz
Sinform GmbH	Consulting, Kundenbindung
SMC Computer AG	Administrationslösungen
SoleVitae Infrarottechnologie	Wellness und Gesundheit
Spirits & More	Whisky und Spirituosen
Star-Verlag	personalisierte Bücher
stüsa schriften	Beschriftungen, Reklamen
Sweet Promo GmbH	essbare Werbeartikel
SwissAdmin Bürgi	Software, Buchhaltung
TOKRA GmbH	Etikettiersysteme, Typenschilder
Treufin Reuter AG	Treuhand
UB-office	Software
WebSites4u	WebDesign
Webuniverse Informatik	WebDesign, PC-Schulungen
WECO INKASSO AG	Debitorenmanagement
WEKA Verlag AG	KMU Fachpublikationen
WERUS	erfolgsorientierte Bücher
Win-Lux GmbH	kundenspezifische IT-Lösungen
Zirkumflex AG	Telekommunikation / mit WIR

Werden Sie Mehrwertpartnerfirma

Im Rahmen eines ganzheitlichen Werbeansatzes nutzen Sie alle uns verfügbaren Medien. Mit über 500'000 Nennungen pro Jahr setzen wir Ihre Unternehmung als Mehrwertpartnerfirma crossmedial, interaktiv und eingebettet in laufenden Werbekampagnen ins Rampenlicht.

Als Gegenleistung gewähren Sie allen BesitzerInnen einer SparCard mit Ihren Produkten und/oder Dienstleistungen einen Direktvorteil.

Informieren Sie sich auf www.kmuverband.ch oder kontaktieren Sie uns

Schweizerischer KMU Verband, Blegistrasse 13, 6340 Baar, Tel.: 041 761 68 54, info@kmuverband.ch

SKV Reisecenter

Seinen Mitgliedern kann der Schweizerische KMU Verband mit dem SKV Reisecenter eine weitere neue Dienstleistung anbieten: Dank der itm TRAVEL AG und der Sympany Versicherung können Mitglieder des Schweizerischen KMU Verbandes direkt über die SKV WebSite www.kmuverband.ch Reisen buchen und Reiseanfragen tätigen.

Dies funktioniert ganz einfach:
In den SKV Mitgliederbereich einloggen und die gewünschten Reisedaten eintragen.
Die Daten gelangen direkt zu itm Travel AG und diese nimmt danach direkt mit Ihnen Kontakt auf und berät Sie optimal. Zusätzliche kann auf Wunsch direkt eine optimale Reiseversicherung angeboten werden.

Natürlich können nicht nur Businessreisen gebucht werden, sondern auch Reisen für Ihren privaten Urlaub.

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

Anzeigen

Ihr Spezialist für Geschäftsreisen

itm TRAVEL AG
...for business and holiday!

www.itm-travel.ch

▶ Flüge weltweit ▶ Hotels ▶ Mietwagen

itm Travel AG bietet den Mitgliedern des SKV ein höchst attraktives Leistungs- und Serviceportefeuille, welches speziell auf die Bedürfnisse von KMU's ausgerichtet ist.

«wir kümmern uns um das Wohl derjenigen, die nicht zum Vergnügen reisen»

Buchung über SKV Reisecenter, Webseite oder direkt bei itm Travel AG.
itm Travel AG, Habsburgerstrasse 37, 6003 Luzern, Tel. 041 280 9000, luzern@itm-travel.ch

Megatrend und Riesenchance

Oliver Lauter

Mit der neuen Rubrik Social Media für KMU´s wird der SKV seinen Mitgliedern künftig ganz neue Inhalte zum Thema Kommunikation liefern. Social Media Kommunikation ist ein scharfes Schwert, das – wohl eingesetzt – entscheidende Vorteile im Marketing bringen kann. Hier treffen sich nicht nur die Fans von Marken und Produkten, um an exklusive zu kommen oder Emotionen miteinander zu teilen, sondern hier trifft sich das gesamte Internet. Suchmaschinen wie Google durchforsten permanent das Web, immer auf der Suche nach Fotos, Texten und Videos. Wer zu seinem Unternehmen den meisten oder aktuellsten Content liefert, wird von den Suchmaschinen automatisch vor seinem Wettbewerb gerankt.

Das, was PR-Abteilungen in aller Welt für horrende Honorare versuchen, die positive Einstellung von Kunden, Lobbyisten und Entscheidern zu einem Unternehmen zu erreichen, funktioniert in der Social Media Kommunikation quasi umsonst. Vorrausgesetzt, Sie wissen, welchen Content Ihre Marke oder Ihr Produkt zu bieten hat. Das Zauberwort heisst Storytelling. Storytelling als Megatrend sorgt in den nächsten Jahren dafür, dass Unternehmen eigentlich gar keine Medien mehr brauchen, um wahrgenommen zu werden, da sie selbst zum Sender werden.

So zum Beispiel rankt Google in Asien Unternehmen, die ein Onlinevideo zu bieten haben stets höher als Firmen, die nur über Textinformationen kommunizieren. Wohl dem Unternehmen, das auf einen eigenen Youtube-Kanal gesetzt hat.

Wenn das klassische Marketing auf Reiz-Impuls und Kauf setzt, zahlt die Social Media Kommunikation in erster Linie auf die positive Einstellung gegenüber einer Marke ein. So gesehen ist Social Media das Stellwerk für den Guten Ruf im Internet. Eine Riesenchance für KMU´s.

Facebook

Fans und Gruppen teilen die Begeisterung für eine Marke. Videos, Links, Fotos und Texte sollen begeistern. Über die Mailfunktion kann jedes Gruppenmitglied einzeln angeschrieben werden. Facebook heisst Freizeit: Langweiliger oder werblicher Content. Funktioniert nicht. Die Inhalte sollen unterhalten. Es gibt nur positives Feedback. Facebook weigert sich beharrlich den Dislike-Button einzuführen. Chatfunktion.

MySpace

Eigentlich für Musikgruppen und Künstler gedacht, können hier Blogs, Videos, Fotos und Links getauscht werden. Im Gegensatz zu Facebook gibt es mit einigen Tricks tolle Gestaltungsmöglichkeiten. Vorteil von Myspace ist die gute Vernetzbarkeit mit Twitter. Kommentarmöglichkeit. Kein Chat.

Youtube

Der Online-Videokanal schlechthin. Ein absolutes Must-Have für KMU´s ist der eigene gestaltete Youtube-Kanal: Mit Filmen, Texten und Links lässt sich eine Marke begeisternd darstellen. Filme können getauscht und bewertet werden. Zahlt eindeutig in das Google-Ranking ein. Nachweisliche Kontaktfunktionen durch Kanal-Aufruf- und Upload-Zähler. Mit Hilfe von Tags (Eintrag von Suchwörtern) kann die eigene Marke schneller im Netz gefunden werden. Wichtig: Alle Filme müssen mit einem Brandding Senderkennung versehen werden, damit sie auch ausserhalb des Youtube-Kanals auf die Marke einzahlen, z.B. wenn die Filme getauscht, verlinkt und empfohlen werden.

Die kleine Social Media Knigge:
Wie sollen KMU´s kommunizieren?

1. Kommunizieren. Aber nie ohne Moderator.
2. Zuhören. Antworten. Menschlich sein.
3. Authentisch bleiben.
4. Transparent kommunizieren. Nicht manipulieren.
5. Aktiv mitspielen.
6. Mitreden. Auf Augenhöhe.
7. Machen Sie sich Freunde.
8. Medienkompetenz von Mitarbeitern fördern.
9. Mehrwert durch exklusive Information oder Leistung.
10. Zusammenarbeit mit Usern. Eifrige Nutzer belohnen.

Quelle: http://www.slideshare.net/praetorius/wv-workshop-social-media-knigge

In der nächsten Folge lesen Sie Alles zum Thema Flickr, Xing und Qype.

Kommentar

Foto: Facebook Gruppe BP Boycott

«Social Media ist ein scharfes Schwert»

Social Media Kommunikation arbeitet in erster Linie an der Einstellung zur Marke. BP könnte die Preise senken, die Qualität verbessern, trotzdem würde niemand bei BP tanken, der eine negative Einstellung zur Marke hat. Allein die Facebook Seite «BP Boycott» hat über 800.000 Mitglieder. Social Communities werden plötzlich zu einer eigenen Macht im Markt, die es gilt ernst zunehmen. Selbst wer bislang über Twitter, MySpace und Co. gelacht hat, muss sich jetzt ernsthaft mit Social Media beschäftigen. Denn genau in diesen Gruppen entsteht oftmals die Initialzündung für Unternehmenskrisen. Je eher sie erkannt werden, um so professioneller können sie bewältigt werden. Social Media bietet also nicht nur Chancen, um zu senden, sondern auch um über sich selbst oder den Wettbewerb zu recherchieren. Viel Spass und Spannung dabei wünscht Ihnen, *Ihr Oliver Lauter*

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

Oliver Lauter ist Social Media Experte des SKV und Inhaber der GREENKERN MEDIA GMBH in Fislisbach/AG, der ersten Spezialagentur für Storytelling in der Schweiz. Er entwickelt im Auftrag von Unternehmen Youtube-Channels, Bloggs, MySpace-Portale, Twitter-Kanäle und Facebook-Gruppen. Haben Sie Fragen zum Thema Social Media? Schreiben Sie einfach an: oliver.lauter@greenkern.com

Neues Erfolgsrezept im hart umkämpften Markt

Eine Analyse der Bedürfnisse und Zufriedenheit von Immobilienverwaltungen zeigt, dass viele Handwerksbetriebe die Erwartungen der professionellen Klientel nicht zu erfüllen vermögen.

Grosser Aufwand.
Immobilienbewirtschafter wenden sehr viel Zeit für gewerbliche Unternehmungen auf, die ihre Liegenschaften unterhalten. Aufträge erteilen, nachfassen falls der Auftrag nicht erledigt wurde, Kontakte mit Mietern für die Terminierung der Aufträge, Offerten und Rechnungen überprüfen und vieles mehr. Dieser Umstand und viele Interviews gaben den Anlass zu einer Analyse bei Bewirtschaftern, wie ihnen das Leben einfacher gemacht werden kann. Es war festzustellen, dass die Probleme oft ähnlich gelagert sind.

Schlechtes Image.
Handwerker geben häufig Anlass zu Kritik und haben ein schlechtes Image. Unpünktlichkeit, Schmutz, Verlassen der Arbeitsstelle ohne die Arbeiten zu beenden, unfreundliche Begrüssung, verspätete Abgabe der Offerten, Lärm- und Geruchsemissionen (auch vom Menschen), schlechte Erreichbarkeit, der Bewirtschafter muss organisatorische Aufgaben, die ihm abgenommen werden können, selber machen, Schäden an Einrichtungen, die im schlechtesten Fall noch bestritten werden, Unzuverlässigkeit und lange Wartezeiten sind nur einige Kritikpunkte, die im Zusammenhang mit Handwerkern genannt werden. Kaum ein Immobilienverwalter war davon noch nie betroffen. Aber entweder tappt er trotz gutem Willen immer wieder in die gleiche Falle oder er resigniert. Es erfordert einiges an Abgeklärtheit, um die geschilderten Fallgruben zu umgehen.

Auf allen Hochzeiten.
Die Unternehmer haben oft die Meinung, auf allen Hochzeiten tanzen zu müssen. Am Morgen geht der Monteur auf den Neubau um Rohre auf den rostigen Armierungseisen einzulegen, am Nachmittag steht die Motorenstörung am öligen Motor beim industriellen Kunden an und kurz vor Feierabend wird beim anspruchsvollen Privatkunden noch die neu gekaufte Designerleuchte an die frisch verputzte Decke montiert. Eine andere Herausforderung ist, dass der Monteur zwischen Bauarbeiten und Unterhaltsarbeiten von Liegenschaftsverwaltungen pendeln muss. Der Termin mit dem Mieter ist stets gefährdet, falls auf dem Bau oft zu erwartende Schwierigkeiten auftreten. Verstreicht der Termin, ruft der Mieter den Bewirtschafter an, weil er die Handwerksfirma nicht kennt. Dieser muss genervt die zuständige Person der beauftragten Unternehmung ausfindig machen, die aber logischerweise in diesem Moment nicht erreichbar ist. Die Liste solcher Schilderungen ist beliebig lang. Was kann der Unternehmer tun, um diese Probleme aus der Welt zu schaffen? Die Lösung heisst **Konzentration auf eine Zielgruppe.**

Das Idealbild.
Der Bewirtschafter ruft eine Unternehmung zur Offertstellung, zum Beispiel für eine Mängelbehebung der elektrischen Installationen, an. Er mailt oder schickt den Kontrollbericht an den Elektriker, da er die Kosten im Voraus offeriert haben will. Der Projektleiter hat ausschliesslich mit dieser Kundengruppe zu tun und weiss genau, welche Bedürfnisse der Bewirtschafter hat. Die Offerte trifft spätestens nach 48 Stunden beim Auftraggeber ein. Er ist mit der Höhe des Offertbetrages einverstanden und erteilt den Auftrag. Der Projektleiter übernimmt die Terminierung mit den Mietern und die Arbeiten werden innerhalb der vereinbarten Zeit erledigt. Allfällige notwendige Abklärungen mit dem energieliefernden Werk werden selbstständig erledigt. Der Monteur betritt die privaten Räume der Mieter ausschliesslich mit Ueberziehschuhen und hält in der linken Hand die Werkzeugtasche und in der rechten den Staubsauger. Nach Abschluss der Arbeiten erhält der Bewirtschafter innert acht Tagen die preistreue Rechnung quasi als Vollzugsmeldung.

Gibt der Bewirtschafter einen Kleinauftrag, wie z.B. eine Störungsbehebung, wird der Termin mit dem Mieter vom Unternehmer selbstständig vereinbart. Falls der Termin frühmorgens stattfindet, wird er pünktlich eingehalten, da der Mieter selbst zur Arbeit muss. Ein gepflegter und vertrauenerweckender Monteur gibt ihm das gute Gefühl, die Arbeit in der Wohnung selbstständig auszuführen. Dank top-ausgerüstetem Servicewagen kann er den Auftrag beim ersten Mal zu Ende führen. Der Mieter wird per SMS informiert, dass die Arbeiten fertig sind und der Schlüssel am vereinbarten Ort deponiert wurde. Kann der Auftrag aus irgendeinem Grund nicht fertig gestellt werden, wird der Mieter mit einem Zettel und anschliessend der Bewirtschafter per Mail informiert.

Nun passiert jedem Unternehmer immer mal wieder ein Fehler. Falls ein vertrautes Verhältnis zwischen Auftraggeber und –nehmer besteht und der Unternehmer pro aktiv dazu steht, wird der Kunde diesen mit einem grosszügigen Lächeln verzeihen. Ein Unternehmer, der seinen Mitarbeitern den Begriff «Dienen» im Wort Dienstleistung nicht erklärt hat, wird sich in der Umsetzung dieser Selbstverständlichkeiten immer wieder schwer tun.

Urs Clement

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

Urs Clement ist Inhaber der Brem + Schwarz Elektroinstallationen AG in Zürich. Das Unternehmen hat sich seit einigen Jahren auf die Zielgruppe der Immobilienverwaltungen spezialisiert. Weitere Informationen: www.brem-schwarz.ch.

Anzeigen

BREM+SCHWARZ
Elektroinstallationen
Service am gleichen Tag
24-Stunden Pikettdienst

Der Elektro-Unterhalter für Immobilienbewirtschafter
Service am gleichen Tag
24 Std. am Tag 365 Tage im Jahr Pikett 079 380 33 87
Brem + Schwarz Elektroinstallationen AG
Baslerstrasse 125, 8048 Zürich
☎ 044 438 62 32 www.brem-schwarz.ch

Arbeitsrecht: Unter welchen Bedingungen sind Vereinbarungen betreffend Rückerstattung von Ausbildungskosten zulässig?

Monika Lütolf-Geiser

Vereinbarungen über die Rückzahlung von Ausbildungskosten sind in der Praxis sehr häufig und grundsätzlich zulässig. Im privaten Arbeitsrecht finden sich keine expliziten Bestimmungen dazu. Es hat sich betreffend Rahmenbedingungen eine Gerichtspraxis entwickelt. An jener sollte man sich bei der Abfassung entsprechender Klauseln orientieren.

Vorwegzunehmen ist, dass vom Arbeitnehmer keine Rückzahlung von Ausbildungskosten verlangt werden kann, wenn die Ausbildung nur den Interessen des Arbeitgebers oder zur Einarbeitung des Mitarbeiters dient.

Bei Weiterbildungskosten muss von Fall zu Fall geprüft werden, in welchem Masse der Arbeitnehmer unabhängig von der aktuellen Anstellung von der konkreten Ausbildung profitieren kann und in welchem Ausmass auch der Arbeitgeber das gewonnene Wissen einsetzen kann.

Zeitlich sind Rückzahlungsvereinbarungen vor Beginn der Ausbildung abzuschliessen. Sie haben sich über die Bindungsdauer und über die Höhe des Rückzahlungsbetrages zu äussern.

Gemäss Lehre und Rechtsprechung gilt für die Bindungsdauer im privaten Arbeitsrecht grundsätzlich eine obere Grenze von drei Jahren. Es ist jedoch stets eine Interessenabwägung vorzunehmen. So kann beispielsweise eine Bindung von drei Jahren unzulässig sein, wenn der Arbeitnehmer eine angemessene Gegenleistung für die erlangten Vorteile erbracht hat. In Ausnahmefällen kann eine Bindungsdauer von über drei Jahren zulässig sein, wenn besonders hohe Kosten angefallen sind.

Zu beachten bleibt, dass im öffentlichen Personalrecht teils längere Fristen statuiert sind. So findet sich z.B. in der Bundespersonalverordnung (Art. 4 Abs. 5 BPV) die Regelung, dass der Bund von den Mitarbeitern die Ausbildungskosten zurückfordern kann, wenn diese die Ausbildung abbrechen oder das Arbeitsverhältnis innerhalb von vier Jahren seit Abschluss der Ausbildung auflösen.
Der Arbeitnehmer amortisiert mit fortschreitender Dauer die in ihn getätigte Investition. Deshalb rechtfertigt es sich, nach und nach den Rückzahlungsbetrag zu ermässigen. Dafür eignet sich eine lineare Reduktion der Kostenbeteiligung am Besten.

Häufig wird für den Fall des Abbruches der Ausbildung oder der Kündigung vor Ablauf der Bindungsdauer eine Rückerstattung der Ausbildungskosten vereinbart. Es wäre jedoch unbillig, wenn der Arbeitnehmer die Ausbildungskosten zurückerstatten müsste, obwohl ihn kein Verschulden an der vom Arbeitgeber ausgesprochenen Kündigung trifft. Die wirtschaftliche Entwicklung einer Unternehmung liegt im Risikobereich des Arbeitgebers. Kündigungen aus wirtschaftlichen oder strukturellen Gründen können deshalb keine Rückzahlungspflicht des Mitarbeiters auslösen.

Diese Ausführungen zeigen, dass die Vereinbarung von Rückzahlungsverpflichtungen sinnvoll ist. Es empfiehlt sich, vor Beginn einer Weiterbildung des Mitarbeiters sich über die genauen Kosten, die zu Lasten des Mitarbeiters gehen sollen, über die Bindungsdauer an das Unternehmen (maximal drei Jahre) und über die lineare Reduktion der Kosten (am Besten in monatlichen Schritten) zu einigen. Für alles, was früher oder später bewiesen werden muss, ist immer die Schriftlichkeit mit gegenseitiger Unterzeichnung durch die Parteien zu empfehlen.

Monika Lütolf-Geiser
Rechtsanwältin
Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

Anzeigen

KMU Agency.com

Grafik | Druck | Internet

1'000 Visitenkarten bereits ab CHF 99.- | 5'000 Flyer A6, 250g/m2 ab CHF 149.-
jeweils inkl. MwSt. und Versand

KMU Agency Switzerland | Stegackerstrasse 2 | CH 8409 Winterthur | Tel. 052 301 55 55

Immobilienanlagen sind eine Investition wert! Wirklich?

Thomas U. Rusterholz

In einer solothurnischen Gemeinde wird der Kauf eines unbebauten Grundstückes zum Preis von CHF 1.3 Mio diskutiert. Für den Kauf wurde geltend gemacht, dass Land Kapital und dessen Besitz damit immer von Vorteil sei, da der Wert von Land als nicht vermehrbares Gut langfristig eine steigende Tendenz habe. Es fragt sich dabei, ob eine solche Sicht nicht wichtige Überlegungen ausblendet und hinreichend Rechenschaft abgibt über die, mit dem Erwerb von Land verbundenen Finanzierungs- und Unterhaltskosten.

Der gesamte Ertrag einer Liegenschaft setzt sich aus zwei Komponenten zusammen: Dem damit erzeugten Nettoeinkommen, bestehend aus Erlösen minus Kosten, und der Wertsteigerung, welche die Liegenschaft über die Zeit erfährt. Fünf Komponenten sind wichtig:

Finanzierungskosten

Es wird von einer vollständigen Fremdfinanzierung ausgegangen. Da auch Eigenkapital verzinst werden muss und die Finanzierungskosten für Eigenkapital tendenziell höher liegen, ergibt sich aus einer vollständigen Fremdfinanzierung eine Kostenuntergrenze. Kapitalanlagen haben keinen kurzfristigen Anlagehorizont. Daher wird für die Finanzierungskosten auf einen durchschnittlichen Zinssatz abgestellt. Statistiken zu Finanzierungssätzen für kommunale Schuldner sind nicht leicht verfügbar. Als Alternative kommen die variablen Zinssätze für Ersthypotheken bei Kantonalbanken in Frage (www.bfs.admin.ch). Für einen Zeitraum von Januar 1994 bis März 2010, also fast 17 Jahre beträgt dieser 3.85% oder jährlich über CHF 50'000 Zinsen bei einem Anlagevolumen von 1.3 Mio. Zu Beginn der 90-er Jahre lag der Satz noch weit höher. Im Kanton Solothurn bezahlte man 1991 für eine solche Hypothek 7% oder, umgelegt auf die CHF 1.3 Mio, einen Betrag von über CHF 90'000. Ausgehend vom aktuell tiefen Niveau der Zinsen können diese Kosten stark ansteigen.

Unterhaltskosten

Die Liegenschaft verursacht zudem administrativen Aufwand, sowie Aufwand für die Pflege und Instandhaltung allfällig vorhandener Bauten und Anlagen, inkl. die Lohnkosten für Gemeindemitarbeiter, welche sich mit der Liegenschaft befassen, oder auch Perimetergebühren. Hier ist mit einem Umfang von einigen Hundert bis einigen Tausend Franken zu rechnen.

Entgangene Steuern und Gebühren

Gehört ein Grundstück einer Gemeinde und nicht einer Privatperson oder einer Firma, entfallen dafür zu entrichtende Steuern und Gebühren. Die Steuern sind im Einzelfall abhängig vom Grenzsteuersatz der steuerpflichtigen Person. Würde das Grundstück von privater Hand gekauft und entwickelt, so könnten über Zuzug von neuen Einwohnern zusätzliche Steuereinnahmen generiert werden. Hierbei kann es sich um einige Zehntausend Franken handeln.

Erträge

Das Grundstück könnte an einen Agrarbetrieb zur Nutzung abgegeben werden bspw. als Weidefläche. Steht, wie oben erwähnt, auf dem Grundstück noch eine ältere Liegenschaft, könnte diese als Wohn- oder Lagerraum vermietet werden. Der Ertrag beläuft sich hier auf einige wenige Hundert bis einige wenige Tausend Franken.

Wertsteigerung des Landes

Betrachtet man die Wertsteigerung von Liegenschaften für den gleichen Zeitraum wie für die Finanzierung ergibt sich ein ernüchterndes Bild: Der Immobilienpreisindizes von Wüest & Partner zeigt für diese siebzehn Jahre einen jährlichen Wertverlust von -0.19% auf Altbauliegenschaften und bei Gewerbeflächen gar ein jährlicher Verlust von -0.66%.

Fazit: Zwei Konsequenzen

Vergleicht man die Grössenordnungen der Kosten und Ertragskomponenten, so können daraus zwei Konsequenzen gezogen werden: Erstens kann nicht davon ausgegangen werden, dass sich ein Liegenschaftskauf quasi von selber, über die Wertsteigerung des Grundstücks finanziert. Das Platzen so mancher Immobilienblase zeigt, dass diese Hoffnung ein schlechter Ratgeber ist. Zweitens wird der Kostenseite oft zuwenig Aufmerksamkeit geschenkt. Neben den Finanzierungskosten gibt es eine Reihe weiterer Kostenfaktoren mit entscheidenden Einfluss darauf, ob der Liegenschaftserwerb durch Gemeinden für den Steuerzahler oder die Steuerzahlerin ein gutes Geschäft ist oder ob die Gemeinde den aktuellen und zukünftigen Steuerzahlern einfach eine zusätzliche ‹Hypothek› aufbürdet.

Thomas U. Rusterholz , lic.oec. HSG
Der Autor berät für Küng Rechtsanwälte Recovery und Unternehmensnachfolge GmbH Gemeinden und andere, öffentlich-rechtliche Körperschaften in Bezug auf Projekt- und Immobilienfinanzierungen
Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

Anzeigen

coaching point

Wir haben Zeit, das Know-how und machens !

Projektleitungen, Support/Coaching,
QS-/Testmanaging, Stellvertretungen.

www.coaching-point-gmbh.ch, Tel. 044/942 58 69
mail@coaching-point.ch

Was kostet sie eine KMU-Website?

Marcel Vogel
Geschäftsleiter, Cyberfactory AG

Die häufigste Frage, die mir am Telefon gestellt wird, lautet: «Was kostet bei euch eine Website?» Diese Frage zu beantworten war bis anhin nicht ganz so einfach, wenn nicht gar unmöglich, bevor ich mit dem Interessenten nicht einige Punkte abgeklärt hatte. Heute sieht das ganz anders aus. Meine Antwort auf obige Frage lautet: «Eine individuell gestaltete, professionell programmierte CMS*-Website für ein KMU kostet bei uns 2950 Franken.»

Bei den Abklärungen zu den Anforderungen und der Struktur einer Website für ein KMU habe ich gemerkt, dass eigentlich jedes KMU sehr ähnliche Ansprüche an seine Website stellt. Eine Standard-KMU-Website beinhaltet 5 Seiten inklusive Kontaktformular, das CI der Firma muss berücksichtigt werden und die Firma muss die Website selber pflegen können. Und selbstverständlich muss die Website nach der Aufschaltung auch bei den Suchmaschinen gefunden werden.

Unser KMU-Bundle «Mini-CMS*-Website» beinhaltet genau diese Punkte. Mit unserer Lösung bieten wir ihnen daher eine kostengünstige Möglichkeit, sich professionell im Internet zu präsentieren. Der individuell gestaltete Internetauftritt kann einfach selbst gepflegt und aktuell gehalten werden. Ihnen stehen bis zu fünf Seiten inkl. Kontaktformular für die Inhalte ihrer Website zur Verfügung. Der Basis-Auftritt ist dabei jederzeit auch später mit zusätzlichen Seiten oder Funktionen erweiterbar. Bei der Technologie setzen wir auf das weltweit bewährte CMS* «Typo3». Dies garantiert neuste Programmiertechnik, weitgehende Barrierefreiheit und einfachste Bedienung.

TYPO3

Typo3 ist eines der am meisten verwendeten Content Management Systemen weltweit.

Seit der Einführung unserer «Mini-CMS*-Website» sind wir in der Lage, eine Website für ein KMU in wenigen Tagen online zu schalten. Möchte der Kunde zum Standard-Bundle noch weitere Funktionen, wie zum Beispiel ein Forum, eine Bildgalerie, ein News-Modul oder ein Newsletter-Modul haben, ist das im Typo3 kein Problem. Diverse Funktionalitäten können quasi per Knopfdruck dazu aktiviert werden. Die Basis ist also jederzeit beliebig erweiterbar.

CYBERFACTORY

Kontaktieren Sie mich doch gleich
per Telefon 044 986 35 25 oder
per E-Mail m.vogel@cyberfactory.ch.

* CMS = Content Management System. Layout und Inhalt werden getrennt. Der Kunde kann die Pflege der Inhalte ohne Programmierkenntnisse selber übernehmen. *Marcel Vogel*

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

«Mini-CMS-Website»

Anzeigen

Integrierte Kommunikation und individuelle Lösungen

Internetauftritt

Personalisierung

Web-to-Print

CYBERFACTORY

Cyberfactory AG, Gewerbestrasse 18, CH-8132 Egg/ZH
Telefon +41 44 986 35 30 **Fax** +41 44 986 35 36
E-Mail info@cyberfactory.ch **Internet** www.cyberfactory.ch

Gaggohaas – Die Story

Kalte Füsse sind etwas Unangenehmes und verhindern den guten Schlaf. Wer sehnt sich da nicht nach den kuscheligen Füsslipyjama von früher. Genau das taten wir und machten uns auf die Suche. Wir wurden zwar nicht fündig, aber findig. Das Resultat: Gaggohaas – das einzige Pyjama mit Füssen für Kinder UND Erwachsene. Zudem bietet Gaggohaas eine Reihe von speziellen Produkten für den Wohlfühlbereich. Die hellblauen «Haasen» aus Schweizer Handarbeit sorgen für nostalgische Gefühle und warme Zehen.

Die Milestones

Die Idee wird im Frühling 2005 in die Tat umgesetzt und der erste Prototyp ist entstanden.

Die Gaggohaas GmbH wird im Dezember 2005 durch Fabian Sacker und Patrick Schünemann gegründet und startet mit dem eigenen Webshop.

Coop Supercard nimmt sämtliche Artikel für 2 Jahre in ihr Sortiment auf.

Das Sortiment wird regelmässig erweitert.

2007 wird die Produktion und Logistik ins SVZ im Entlebuch ausgelagert.

Das Vertriebsnetz wird stetig erfolgreich erweitert (CH, DE, JP).

2008: Der Gaggohaas Fabrikladen wird eröffnet.

Der Umsatz kann kontinuierlich gesteigert werden (2007/08/09 bis zu 35%).

2009: Gaggohaas ist nun seit 4 Jahren im Markt und bereits der grösste Hersteller von Füsslipyjamas für Erwachsene in Europa.

Die Gaggohaasen werden im In- und Ausland sowohl online wie auch offline vertrieben. Dies ist der lebende Beweis dafür, dass auch heutzutage Schweizer Textilprodukte, in der Schweiz und im Ausland erfolgreich sein können.

Kontakt:

Fabian Sacker, Geschäftsführer
Gaggohaas GmbH
Binningerstrasse 15
4051 Basel

Tel. +41 61 272 25 17
info@gaggohaas.com
www.gaggohaas.com

Firmengeschenke mit Logo-Stickerei oder Geburtstagsgeschenke Namensstickerei – fragen Sie uns einfach:

info@gaggohaas.com oder
Tel. +41 61 272 25 17

Anzeigen

Wie kann ein Unternehmen die Leistung

Paul Albert Jenny

Visionäre Leadership – die Herausforderung der Unternehmensführung

Braucht ein KMU-Betrieb eine Vision? **Ja** – ohne Vision gibt es keine Zukunft! Erfolgreiche Firmen haben einen starken Leader mit einer klaren Vision. Seine Ziele sind vollumfänglich auf die Umsetzung dieser ausgerichtet. Leader sind Menschen mit besonderer Anziehungskraft und ziehen dadurch Kunden und Mitarbeitende an! Sie werden sich nicht über mangelnde Aufträge oder schlechte Mitarbeitende beklagen. Ein Unternehmen ohne Vision und Ziel ist wie ein Schiff ohne Kapitän und Ruder. Die Zukunft gehört den Menschen mit Visionen und bedeutet ***«Visionäre Leadership»***. Leader führen mit einer brennenden Vision im Herzen, die er in die Herzen seiner Mitarbeitenden und Kunden überträgt.
Mitarbeitende wollen positiv motiviert geführt und nicht gemanagt werden!

Welche Vision und welches Ziel hat ***Ihr*** Unternehmen? Kennen Ihre Mitarbeitenden diese? Warum soll ich bei Ihnen arbeiten? Des Lohnes oder Ihrer persönlichen Attraktivität und Vision wegen? Wo liegt Ihre Anziehungskraft? Möchten Sie wissen, wie hoch Ihre Attraktivität für Ihre Mitarbeitenden ist? Der Mitarbeitenden-Rad–Kurztest gibt Ihnen Antwort!

Mitarbeitenden-Rad:
Krankheiten, Unfälle, Zuverlässigkeit, Sauberkeit, Weiterbildung, Kommunikation, Mitdenken/Effizienz, Fluktuation. Diese acht Elemente zeigen auf eine einfach Art das Verhältnis von Mitarbeitenden zum Unternehmen auf.
Schätzen Sie Ihre Situation selbst ein, indem sie jedem Bereich eine Punktzahl von 1 bis 10 zuordnen (10 ist sehr gut). Markieren Sie diese Werte im Rad. Verbinden Sie diese mit einer Linie, sodass ein Bild Ihres Rades entsteht. Die niedrigen Punktzahlen verursachen die «Unwucht» in Ihrer Firma! Können Sie mit diesem Rad Ihre Vision verwirklichen? Je mehr «Knicke» Ihr Rad hat, desto schwieriger oder entsprechend langsamer wird es. Wie rund läuft es in Ihrer Firma? Die Mitarbeitenden sind die Umsetzer Ihrer Vision und Ziele. Je besser es ihnen geht, umso besser geht es Ihrem Unternehmen. Durch das Erkennen der eigenen Schwächen und Stärken und die daraus erfolgten notwendigen und umgesetzten Massnahmen, können Sie Ihr Mitarbeitenden-Rad «auswuchten».

Ein weiterer sehr wichtiger «Spiegel» Ihrer Attraktivität ist die Effizienz Ihrer Lohnzahlungen. Dabei geht es nicht um die ausgezahlten Gehälter, sondern wie viel kommt in Form von Leistungen Ihrer Mitarbeitenden zurück? Sind es 75% oder 80%? Bei einer Jahreslohnsumme von 2 Mio. CHF und einer Effizienz von 75%, gehen Ihnen täglich, in Form nicht geleisteter Arbeit, CHF 2'500.– verloren!!! Was sind die Ursachen dieser Verluste? Wie können diese reduziert oder gar verhindert werden? Mit dem Energie-Schöpfungs-Potential Test (ESP) können Sie auf eine einfache, wirksame Weise die Schwachstellen erkennen und die notwendigen Massnahmen ableiten.

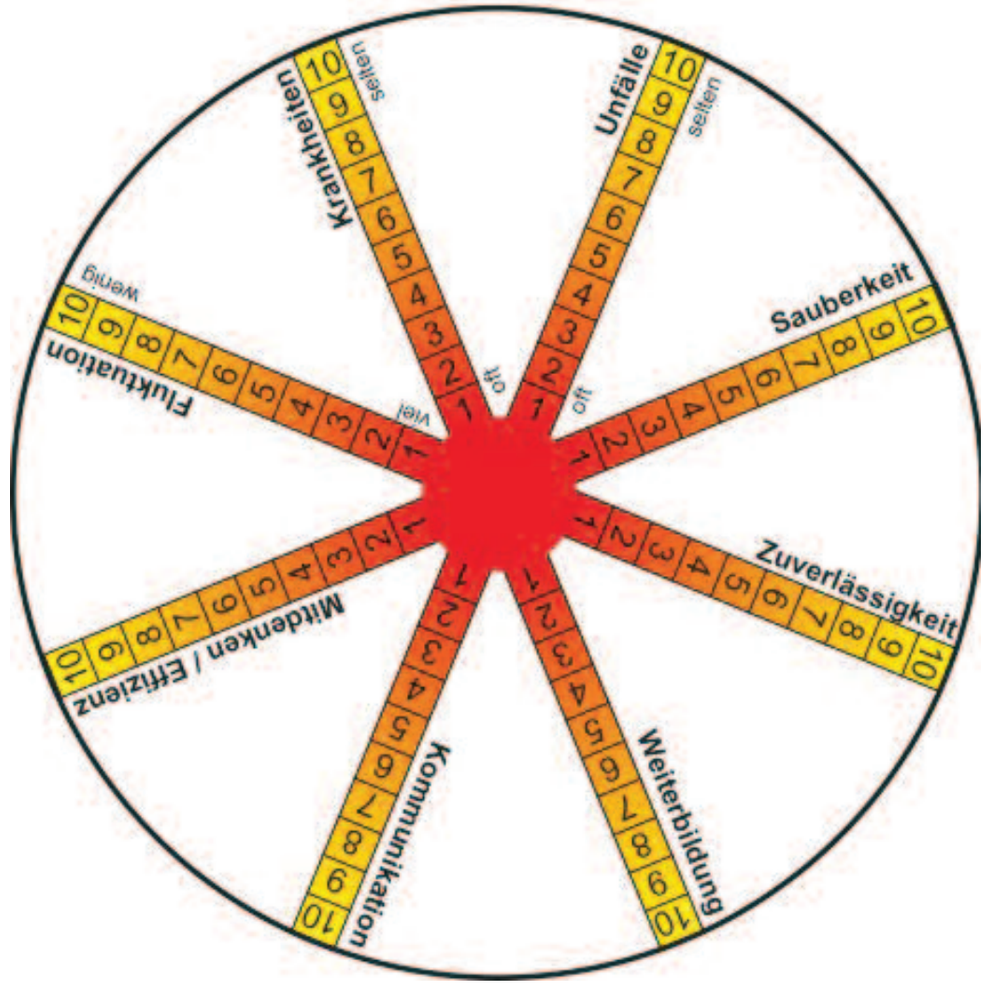
Der ESP-Test beinhaltet 60 Fragen zu den drei Hauptelementen:

I ***Nicht voll genutzte Energien,*** z B. Förderung durch Lob und Anerkennung, usw.
II ***Vergeudete Energien,*** z B. durch Streitigkeiten, «Grabenkämpfe», innerliche Kündigung, usw.
III ***Mobilisierbares Energie-Potential,*** z B. durch optimale Einsetzung, Förderung der Talente, Stärkung der Persönlichkeit Ihrer Mitarbeitenden, usw.

Am **Workshop vom 21. September** im Hotel Aarau West, Oberentfelden, zeigen wir Ihnen mit Hilfe des Mitarbeitenden-Rades und dem Energie-Schöpfungs-Potential-Test ESP die Ursachen und vor allem die möglichen Lösungsansätze auf.

Anzeigen

der Mitarbeitenden ohne Druck steigern?



Nutzen auch Sie diese einmalige Gelegenheit um wichtige Erkenntnisse zu erlangen, warum sich die Mitarbeitenden so verhalten und wie Sie die Potentiale fördern können.
Für Fragen wenden sie sich direkt an den Referenten Paul Albert Jenny.

Paul Albert Jenny, ein Mann grosser Stetigkeit mit dem klaren Bewusstsein **«wer aufgibt gewinnt nie»**. Mit 23 Jahren musste er seinen geliebten Beruf Zimmermann aufgeben. Daraufhin hat er sich vom Möbelverkäufer bis zum Verkaufs- und Filialleiter hochgearbeitet. Kaderausbildung, Seminare in den Bereichen Verkauf, Menschenführung, Mental-, Umdenk-, Structogram-Trainer und Menschenspezialist sind nur ein Teil seiner stetigen Aus- und Weiterbildungen. Seit 1991 ist er selbständiger Unternehmer. Er führte ein Bettenfachgeschäft in Luzern und seit 2002 ist er in Deutschland, Österreich und in der Schweiz als Trainer, Referent und Erwachsenenbildner tätig. *Paul Albert Jenny*

+41 (0) 62 791 18 86 / +41 (0) 79 293 68 49
paj@power-and-joy.org
Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

Anzeigen

Anmeldung zum Workshop vom 21. September 2010, von 17:30 Uhr bis 21:30 Uhr

«Visionäre Leadership - die Herausforderung der erfolgreichen Mitarbeitendenführung»

Hotel Aarau West, Muhenstr. 58, 5036 Oberentfelden

Firma _____ Teilnehmer _____ Position _____

Adresse _____ PLZ / Ort _____

Tel. _____ Mobile _____ Fax _____

E-Mail _____ **KMU-Verbandsmitglied** ☺ **Ja** ☹ **Nein**

Preis: CHF 275.-- **für KMU-Mitglieder nur CHF 225.--**

Zahlungskonditionen: Vorkasse bis 15.9.2010 CHF oder WIR oder Abendkasse plus CHF 10.--

Bankverbindung: Neue Aargauerbank, Zofingen, Konto: 0889-714522-61 / Clearing-Nr: 5881 / IBAN: CH96 0588 1071 4522 6100 0
WIR Bank, Basel, Konto 60336-87

Anmeldung an: power and joy, Paul Albert Jenny, Höheweg 7, 4663 Aarburg, E-Mail: workshop@power-and-joy.org Fax 062 791 18 28

Anmeldeschluss: **Dienstag, 10. September 2010**, Teilnehmerzahl beschränkt (Ihre Anmeldung wird per E-Mail bestätigt)

Zentrale Verwaltung von IT-Infrastrukturen – vertraut, intuitiv und wirtschaftlich

Univention Corporate Server (UCS) ist eine standardisierte Linux-Komplettlösung zum einfachen, zentralen Betrieb von Servern und Computerarbeitsplätzen für kleine und grössere Unternehmen.

Das Betriebssystem Linux ist bekannt für seine Zuverlässigkeit, Stabilität, Herstellerunabhängigkeit und Kostenvorteile im Vergleich zu konventioneller Software.

Der Open Source Software Hersteller Univention macht diese Vorteile durch eine standardisierte und intuitiv bedienbare Gesamtlösung zum einfachen Betrieb von IT-Infrastruktur für Unternehmen nutzbar. Die Enterprise-Distribution «Univention Corporate Server» (UCS) ist eine leicht installierbare und administrierbare Linux-Komplettlösung, die alle Anforderungen kleiner und mittelständischer Unternehmen abdeckt. Die für professionelle Anwender entwickelte und qualitätsgesicherte Unternehmenslösung UCS enthält neben dem eigentlichen Betriebssystem auch Management-Tools und Unternehmensanwendungen. Neben den klassischen Serverdiensten bringt UCS alle wichtigen Funktionen zur Verwaltung von kleinen und grösseren IT-Infrastrukturen mit.

Standardisierte Linux-Lösung zum IT-Betrieb für KMUs

Zur zentralen Verwaltung von Servern, Computerarbeitsplätzen sowie der Mitarbeiter bietet UCS ein verzeichnisdienstbasiertes Managementsystem auf der Basis von OpenLDAP. Das System ist ohne «Linux-Expertenwissen» über eine grafische Weboberfläche unkompliziert bedienbar.
Das UCS Managementsystem ermöglicht eine transparente und effektive Administration aller Benutzer und Firmenenrechner, einschliesslich zentraler Softwareverteilung und Richtlinienbasiertem Konfigurationsmanagement von Diensten und Ressourcen.

Ausserdem sind in UCS bewährte und für den Unternehmenseinsatz getestete Open Source Komponenten integriert, beispielsweise zur Benutzeranmeldung oder zur Hardwareüberwachung.
Durch Komponenten wie UCS Active Directory, zur Anbindung an Microsoft Server, passt sich UCS ausserdem ideal in vorhandene Systeme ein. Microsoft Dienste können parallel eingesetzt werden.

Preisbeispiel:

Ein UCS Server und 10 Benutzer bzw. Clients kosten im ersten Jahr 874.– CHF inklusive Support und Update (Maintenance).
In den Folgejahren bietet Univention Support und Updates zu einem wirtschaftlichem Staffelpreis an.

UCS- Funktionen (Auswahl):

- Email- und Netzwerkdienste
- Datei-, Drucker- und Faxdienste
- Funktionen zur Verwaltung der Mitarbeiterdesktops (Hardware- und Betriebssystemunabhängig)
- zentrale Benutzerverwaltung
- zentraler Betrieb von Server und Computerarbeitsplätzen unabhängig von der Anzahl an Servern, Standorten oder Diensten
- Groupware- und Collaborationsdienste
- Parallelbetrieb von Linux und Windows auf Servern und/oder Computerarbeitsplätzen wird unterstützt
- Standardisierte Schnittstellen zur einfachen Anbindung verschiedener Software und zur unkomplizierten Integration in vorhandene IT-Umgebungen

Auswahl an UCS Referenzen in der Schweiz

- Leimen Treuhand, Basel
- Star AG, Ramsen
- Synco Chemie AG, Ormalingen
- Perspectix AG, Zürich
- Walder Lift AG, Zürich
- Spital Dielsdorf
- Kanthon Solothurn
- ICT Basler Schulen

Weiterführende Informationen zu Univention Corporate Server (UCS):

Produktinformationen:
www.univention.de/ucs.html
Screenshots:
www.univention.de/ucs_screenshots.html
UCS Preisliste in CHF:
www.univention.de/preislisten.html
Download Testversionen und Dokumentation:
www.univention.de/download.html
UCS Online Demo:
www.univention.de/online_demo.html

Vertriebspartner in der Schweiz:

Univention Corporate Server und darauf aufbauenden Produkte können in der Schweiz über die Univention-Partner bezogen werden.

Win-Lux GmbH
Beat von Allmen
Schatzenboden 61 A, CH-7233 Jenaz
Telefon 081 300 50 50
info@win-lux.ch, www.win-lux.ch

SyGroup GmbH
Sven Leser
Güterstrasse 86, CH-4053 Basel
Telefon 061 333 80 33
info@sygroup.ch, www.sygroup.ch

Silvia Frank

Zentrale Benutzerverwaltung mit dem in UCS integriertem Managementsystem

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

Immobilien-Leasing – eine Finanzierungsalternative

*Andreas Fröhlicher **

Die Bewirtschaftung der Bilanz und die damit zusammenhängende Optimierung und Strukturierung von Finanzierungen sowie Investitionen spielen eine zunehmend wichtige Rolle in der Unternehmensführung. Insbesondere die wertvollen Eigenmittel sollten effizient bzw. schonend verwendet werden. Im Bereich von Geschäftsimmobilien stellt das Immobilien-Leasing eine prüfenswerte Alternative zu herkömmlichen Hypothekarfinanzierungen dar.

Hypothekarfinanzierung | Eigenmittel

Bei einer klassischen Hypothekarfinanzierung muss das Unternehmen grundsätzlich einen nicht unerheblichen Anteil an Eigenmittel aufwenden, um ein Immobilienengagement zu bewerkstelligen. Die jedoch eher langfristige Perspektive, welche den meisten Immobilieninvestitionen zu Grunde liegt, macht diese zu einer Zukunftsinvestition, für welche die Entscheidungsträger nicht immer bereit sind, komfortable und oftmals mühsam erwirtschaftete Eigenmittelreserven zu opfern. Der weitsichtige Unternehmer muss das Risiko der langfristigen Bindung seiner flüssigen Mittel gut überlegen, denn es gilt in jedem Fall abzuwägen, wo man die Finanzprioritäten setzen möchte und welcher Zeithorizont für die Investitionen relevant ist.

Immobilien-Leasing | Fremdfinanzierung

Faktisch betrachtet bedeutet Immobilien-Leasing die langfristige – meist 10 bis 20 Jahre – Gebrauchs- und Nutzungsüberlassung eines Leasingobjekts (Liegenschaft) durch den Leasinggeber (Finanzinstitut) an den Leasingnehmer (z.B. KMU), ohne dass dieser seine Eigenmittel dafür verwenden muss. Dies ermöglicht einem Unternehmen eine vollständige Fremdfinanzierung. Im Vordergrund steht für einmal der Nutzungsaspekt und nicht das Eigentum des Leasingnehmers an der Immobilie, deshalb ist es entscheidend, dass der Leasinggeber Eigentümer des Objekts ist oder vorgängig wird.

Als Gegenleistung zahlt der Leasingnehmer einen Leasingzins während der vereinbarten Vertragsdauer. Der Leasingzins kann über die gesamte Dauer fest oder variabel ausgestattet sein.

Leasingobjekte sind mit Grund und Boden fest verbundene Gebäude wie bspw. Bürokomplexe, Industrieanlagen, Gewerbeobjekte, Lagerhallen oder Produktionsstätten usw. Am Ende der Vertragsdauer besteht bei den klassischen Immobilien-Leasinggeschäften für den Leasingnehmer die Möglichkeit, die Immobilie zu dem im Voraus festgesetzten und kalkulierten Kaufpreis, dem sog. Restwert, käuflich zu erwerben.

Fazit

Zusammenfassend besteht der zentrale Vorteil des Leasings in der liquiditätsschonenden Wirkung, d.h. in der Möglichkeit der 100% Fremdfinanzierung. Die Immobilie kann, ohne Eigenmittel aufzuwerfen, aber trotzdem nach den eigenen Wünschen und Vorstellungen verwirklicht und dem zugedachten Zwecke zugeführt werden. Wie dargestellt würden bei einer traditionellen Finanzierung Eigenmittel blockiert werden, die durch das Leasing gerade freigesetzt werden. Sale-and-Lease-Back-Finanzierungen[1] sind eben vor diesem Hintergrund zu sehen, geht es doch nur um die Freistellung von Eigenkapital, welches sich über die Jahre in Form von stillen Reserven gehäuft hat. Es stehen liquide Mittel zur Verfügung, welche z.B. für andere betriebliche Massnahmen oder unternehmerische Ideen verwendet werden können. Ein weiterer Vorteil besteht in der Möglichkeit der individuellen Vertragsgestaltung. Mit dem Immobilien-Leasing können zudem unter gewissen Voraussetzungen Bilanzoptimierungseffekte erzielt werden, welche gerade im Hinblick auf Basel II[2] einen Vorteil mit sich bringen können, da das Leasingobjekt beim Leasinggeber im Eigentum steht und finanziert wird.

Aussichten und Entwicklung

Gemäss dem aktuellen Geschäftsbericht des SLV (Schweizerischer Leasingverband) ist der Immobilien-Leasingmarkt in der Schweiz weiter in Bewegung. Diesen Umstand verdankt er dem Zuwachs von weiteren inländischen sowie neuen ausländischen Leasinganbietern. Der Anteil des Immobilienleasings dürfte deshalb im Jahre 2010 merklich höher liegen, als noch die Jahre zuvor[3]. Nach wie vor erstaunt aber der doch sehr geringe Bestand an Immobilien-Leasing in der Schweiz im Vergleich mit der ansprechenden Entwicklung im Ausland. Die Vorteile des Immobilien-Leasings liegen auf der Hand, was auch in der Schweiz dazu führen sollte, dass sich immer mehr Unternehmungen entschliessen werden, das «neue» Finanzierungsmodell Immobilien-Leasing zu wählen. Es darf durchaus davon gesprochen werden, dass es sich um eine echte Alternative handelt, die es im Rahmen der Bewirtschaftung der Bilanz sowie bei Bauvorhaben unbedingt zu prüfen lohnt.

Vorteile im Überblick

- Liquidität wird geschont. Möglichkeit der 100% Fremdfinanzierung.
- Freistellung von Eigenkapital – Mittel für andere betriebliche Massnahmen oder unternehmerische Ideen sowie Innovationen stehen zur Verfügung.
- Individuelle Vertragsgestaltung, an die wirtschaftlichen Bedürfnisse angepasst sowie grundsätzliche Möglichkeit, nach den eigenen Wünschen und Vorstellungen zu bauen.
- Bilanzoptimierungseffekte, welche Kreditwürdigkeit des Unternehmens verbessern.
- Leasingraten sind u.U. als Betriebsausgaben steuerlich voll absetzbar und reduzieren so die Steuerlast.
- Die periodischen Leasingzinsen dienen der innerbetrieblichen Planung als sichere Kalkulationsgrundlage.
- «Pay as you earn»-Gedanke: Da die Leasingraten parallel zur Nutzung der Immobilie anfallen, finanziert sich das Leasingobjekt quasi selbst.

1 Leasinggegenstand steht im Eigentum des zukünftigen Leasingnehmers, er verkauft diesen aber an das Finanzierungsinstitut und im gleichen Moment least er ihn von diesem zurück.

2 Basel II bezeichnet die Gesamtheit der Eigenkapitalvorschriften, die vom Basler Ausschuss für Bankenaufsicht der Bank für Internationalen Zahlungsausgleich (BIZ) in den letzten Jahren vorgeschlagen wurden.

3 Eine genaue Übersicht wird leider jedoch auch zukünftig nicht möglich sein, da viele inländische und sämtliche ausländischen Finanzierer dem SLV nicht angeschlossen sind und somit deren Leasingvolumen statistisch nicht erfasst wird.

* *Der Autor ist Rechtsanwalt bei Blum&Grob Rechtsanwälte AG, Zürich (www.blumgrob.ch) und hauptsächlich in den Bereichen Vertrags- und Gesellschaftsrecht (M&A) sowie Immoblilienrecht tätig (a.froehlicher@blumgrob.ch).*
Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

Neues Luxus-Ze
Riesenrad günst

Medienpartner: Sat.1 Schweiz, Telebasel und Radio Basel.

Basler Winterzauber

Während der Advents- und Weihnachtszeit strahlt Basel weit über die Kantonsgrenzen hinaus. Und dank des neuen Winterzaubers auf dem international bekannten Messeplatz dieses Jahr noch grösser! Als Ausgangspunkt der Basler «Weihnachtsmeile» bietet er zahlreiche Attraktionen, welche mindestens 500'000 Besucherinnen und Besucher aus dem In- und Ausland staunen und geniessen lassen. Ob eines der weltweit höchsten und modernsten Riesenräder, eine verschlungene Eislaufmärchenlandschaft, die doppelstöckige Fondue- und Raclettehütte oder das vielfältige Programm der Winterzauberbühne: Hier finden Sie das optimale Umfeld, um Ihre Produkte im hellsten Licht der Schweiz zu präsentieren. Während über 400 Verkaufsstunden an insgesamt 36 Tagen. Sichern Sie sich jetzt Ihren Standplatz – und Ihren Rabatt.

www.winterzauber.ch

elt mit Blick auf
tig zu vermieten.

Oh Du Fröhliche! Mit einem Standplatz am Basler Winterzauber feiert Ihr Unternehmen gleich 36 x Weihnachten. Jetzt buchen und von himmlischen Konditionen profitieren.

WinterZauber

Staunen, geniessen, erleben.
Vom 25. November bis 31. Dezember 2010 auf dem Basler Messeplatz.

Kontakt: aussteller@winterzauber.ch – Tel. +41 61 500 55 00 – www.winterzauber.ch

Events mit Charakter

Location, Eventorganisation und Videoproduktion: Alles unter einem Dach bietet die Schönenwerder Agentur «Lifestyle adventure».

Das Licht im Saal geht aus, die Scheinwerfer an: Die Bühne ist fest im Visier von hunderten von Augenpaaren und mehreren Kameras, die bereit sind, jeden Augenblick für die Ewigkeit festzuhalten. Die Gäste an den schön dekorierten Tischen warten gespannt auf das Programm, das ihnen gleich geboten wird. Ein rundum gelungener Abend soll es werden. Abheben soll er sich vom Einerlei der Veranstaltungspalette. Keine leichte Aufgabe für die Organisatoren. Doch einfacher wird's mit einem erfahrenen Partner an der Seite.

Zu finden ist dieser Partner mitten im Herzen der Schweiz, im solothurnischen Schönenwerd. «Lifestyle adventure» ist eine klassische Eventagentur – und eben doch nicht. Denn ihre in drei Bereiche gegliederte Angebotspalette umfasst mehr als die Planung und Durchführung von Veranstaltungen. Längst hat sich das «Lifestyle»-Team nämlich auch als Videoproduktionsfirma einen Namen gemacht. Und welche Agentur hat auch gleich eine derart aussergewöhnliche Location im Angebot, wie das legendäre BallyLab?

Location

Die Maschinen sind verstummt und haben Platz gemacht für Show und Spektakel: Das ehemalige Bally-Industrieareal in Schönenwerd ist heute ein beeindruckendes, zweigeschossiges Eventlokal mit allen technischen Raffinessen. Seine geografische Lage im Zentrum der Schweiz machte es schnell zu einem beliebten Standort für Events. Die Halle erstreckt sich über eine Fläche von 2000m2 und besticht durch ein einzigartiges Highlight:
Einen 40 Meter langen Laufsteg aus Glas. Dank einer raffinierten Aufteilung in einzelne Segmente steht dieser jederzeit in der gewünschten Höhe zur Verfügung. Die Bühne ist ebenso vielseitig nutzbar, wie die rund 1500 Quadratmeter grosse Fläche im Untergeschoss. Diese ist in einzelne Showräume unterteilt - besonders geeignet für Workshops, Sitzungen und Ausstellungen.

Eventagentur

Leben eingehaucht wird dem BallyLab von der hauseigenen Agentur «Lifestyle adventure». Das siebenköpfige Team um Martin Lüscher kennt jeden Winkel des Areals und weiss genau, wie Events zum unvergesslichen Erlebnis werden. Und das nicht nur in Schönenwerd: Von der Gala über das Firmenjubiläum bis hin zu Mitarbeiter- und Kundenanlässen organisiert «Lifestyle adventure» Veranstaltungen in der ganzen Schweiz. Ziel der Agentur ist es, immer wieder neue überraschende Erlebniswelten zu schaffen, darum sind auch verrückte Ideen jederzeit willkommen.

Videoproduktion

Filmbeiträge sind bei einem Event nicht nur ein besonderer Farbtupfer, sie können auch ein wichtiges Informationsinstrument sein. Das «Lifestyle»-Team verfügt sowohl über die Erfahrung wie auch die technische Ausrüstung, die für professionelle Reportagen, Produktpräsentationen, Schulungs- und Imagefilme oder auch Logo-Animationen unabdingbar sind. Auch der Event selber kann auf Wunsch festgehalten werden. Denn wie könnte ein Anlass nachhaltiger sein, als durch einen professionell gestalteten Erinnerungsfilm?

Eine Möglichkeit, die Agentur «Lifestyle adventure» kennenzulernen, bietet sich am Donnerstag, 26. August beim Unternehmertreffen im BallyLab in Schönenwerd.

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

Anzeigen

Kosten sparen – Effizienz erhöhen

Der Ausfall eines Mitarbeiters kostet mehr als Sie denken

VAS
Vereinigung Alternativmedizin Schweiz

Als Dachorganisation vertritt die Vereinigung Alternativmedizin Schweiz die Anliegen von Unternehmen, Fachleuten des Gesundheitswesens und die Interessen von Familien und Privatpersonen gegenüber dem Gesundheitsmarkt. Sie initiiert, unterstützt und vermittelt, unter anderem, Präventions-Massnahmen in Betrieben um die immensen Kosten die der Wirtschaft durch Leistungsausfälle der Mitarbeiter entstehen, einzudämmen und zu verhüten. Sie setzt sich für bestmögliche Rahmenbedingungen ein und stärkt mit gezielten Leistungen die Akzeptanz und die Wettbewerbsfähigkeit ihrer Mitglieder.

by Joujou, pixelio.de

Die Vereinigung Alternativmedizin Schweiz ist die Schnittstelle zwischen Fachleuten und Unternehmen die auf der Suche nach effizienten und auf die eigenen Bedürfnisse zugeschnittenen Präventions- und Führungskonzepten für Mitarbeiter und Personal sind. Die Vereinigung Alternativmedizin Schweiz setzt sich für eine erfolgreiche, vernünftige und einfache Struktur in Gesundheitswesen und -politik ein und will Normen und Vorschriften welche die Naturheilkunde aufwerten und nicht einschränken. Ihr Streben für gesundes Wachstum in Umwelt und Gesundheitswesen zeigt klare Visionen und Zukunftschancen und verschafft allen Mitgliedern Einfluss und Stärke für die gemeinsamen Ziele. Als starker Verband mit einer stark wachsenden Mitgliederzahl, setzt sich die Vereinigung Alternativmedizin Schweiz auch politisch mit klaren Zielen ein für:

- KMU: Reduktion des betrieblichen Aufwands, der aufgrund psychischer oder körperlicher Erkrankungen der Mitarbeiter anfällt.
- Aufwertung der Prävention am Arbeitsplatz und im Privatleben.
- Für Unternehmer und Mitarbeiter als Privatpersonen und Familien: Reduktion der eigenen Behandlungskosten.
- Steigerung der Akzeptanz der Leistungsanbieter.
- Etablierung einer eigenen, auf einem Bewertungssystem basierenden Therapeutenliste.
- Freie Therapie- und Therapeutenwahl.
- Starke politische Lobby für die Alternativ-, Komplementär- und Ergänzungsmedizin sowie Humanmediziner und andere Bereiche der Heilkunde.
- Unabhängiger offener Wissens- und Know-How Transfer.
- Weiterführende und zukunftsorientierte Seminare, Schulungen und Workshops.
- Aktive finanzielle Unterstützung und Subvention der Behandlungen bei angeschlossenen Therapeuten der Vereinigung Alternativ Medizin Schweiz.

Die drei Haupttätigkeiten der Vereinigung Alternativmedizin Schweiz sind:

Gesundheits- und Sozialpolitik
Die Vereinigung vermittelt kostengünstige Versicherungsleistungen und koordiniert laufend die offene Transparenz von Prämien und Leistungen im schweizerischen Versicherungsmarkt.
Sie bietet den Mitgliedern ein Modell zur Reduktion von Behandlungskosten, realisiert Projekte zur Kostensenkung im Gesundheitswesen und fördert Massnahmen zur Senkung der Krankenkassen-Prämien.

Partnerpolitik
Die Vereinigung analysiert den Unternehmer- und Unternehmensmarkt in Wirtschaft und Gesundheitswesen und offeriert seinen Mitgliedern das richtige Netzwerk zu anderen Gruppen und Interessenten in verschiedenen Gesundheits- und Wirtschaftsfragen und -gebieten.
Ihre laufende Koordination in Prävention, Weiterbildung und Meinungsäusserung mit anderen Verbänden, Schulen, Behörden, Firmen und Organisationen veröffentlicht die Vereinigung im eigenen Magazin.

Unternehmensberatung
Die Vereinigung bietet eine einfache, effiziente und kostengünstige Beratung bei gesundheitlichen und betriebswirtschaftlichen Anliegen wie z.B. Präventionsprogramme und -möglichkeiten für KMU, Praxisorganisation und -führung und weitere Dienstleitungen.
Die Vereinigung Alternativmedizin Schweiz ist nicht nur Partner von Unternehmen, Therapeuten, Heilpraktikern, Medizinern und Privatpersonen, sondern kann selber auf namhafte Partner zählen.

Eine Mitgliedschaft ist nicht nur für Fachleute attraktiv. Unternehmen, Familien und Privatpersonen finden bei der Vereinigung Alternativmedizin Schweiz als einziger Interessenvertretung ein bewährtes Modell für direkte Entlastung der privaten Gesundheitsausgaben.

Informieren Sie sich auf der Website www.va-s.ch und lesen Sie die nächste Ausgabe unseres regelmässig erscheinenden VAS-Magazins.

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

by Jetti Kuhlemann, pixelio.de

Feng Shui Center Baden-Brugg

Hans-Georg Strunz ist diplomierter Feng Shui Experte und Geschäftsführer des Feng Shui Centers Baden-Brugg

Warum wird Feng Shui jetzt immer populärer?
Weil immer mehr Menschen selbst merken, dass es funktioniert. Wenn unsere Umgebung sich ändert, ändern wir uns auch. Das geschieht aber völlig ausserhalb unserer Kontrolle.

Wie wirkt das Feng Shui auf uns?
Die Hauptenergie des Feng Shui ist das Chi. Vergleichen wir es einmal mit Luft. Jeder weiss, dass Luft immer um uns herum ist. Der Mensch braucht Luft lebensnotwendig, wie das Chi. Wir können die Luft nicht sehen, wie das Chi. Die Luft ist für unsere physischen Organe (Lunge), das Chi ist für die geistigen Hüllen. Somit gibt es kein Organ, das das Chi messen kann, wie z.B. die Nase die Luft misst. Wir können aber das Chi dennoch messen. Nämlich durch Intuition oder wir sagen dazu «Bauchgefühl». Schauen wir uns eine neue Wohnung an und laufen durch, wissen wir nach kurzer Zeit, das ist sie oder das ist sie nicht. Gehen wir in ein Restaurant, suchen wir uns unbewusst den Tisch aus, wo das gute Chi ist und wo wir uns wohlfühlen. Sind all diese Tische besetzt und nur noch ein Tisch ist frei, dann fühlen wir uns unwohl und gehen wieder.

Was suchen ihre Kundinnen und Kunden in der Feng Shui Beratung?
Sie haben den Wunsch, harmonischer zu leben und zu arbeiten. Sie wollen weniger Streit, gesund bleiben und sich in ihrem Zuhause und am Arbeitsplatz wohler fühlen.

Wie läuft eine Feng Shui Beratung ab?
Zuerst benötigt der Feng Shui Berater den Hausplan mit genauer Himmelsrichtung. Baujahr, Adresse, dazu die Geburtsdaten der Familienmitglieder. Der Berater geht mit den Klienten durchs Haus, erklärt den Energiefluss und sagt, was man verbessern könnte. Jede Person erfährt ihre optimalen Bereiche im Haus, die beste Schlafrichtung und den geeignetsten Arbeitsplatz. Der Kunde erfährt, welche Formen, Farben und Gegenstände an welchem Platz am besten wirken. Mit entsprechenden Wandfarben kann man Harmonie ins Haus bringen. Man fühlt sich wohler, gesünder, muss weniger krampfen und alles ist besser im Fluss. Eine normale Wohnberatung kostet etwa 1000 Fr.

Was machen die meisten Leute falsch?
Viele Leute überfüllen ihre Wohnung mit Zeug, das sich angesammelt hat. Dann gibt es auch im Innern des Menschen keinen Platz mehr für Neues. Der Mensch will normalerweise immer alles so lassen, wie es gerade ist, aber es soll immer besser werden! Er hat Angst vor der Veränderung, denn es könnte ja schlechter werden.

Wie wichtig ist die Einrichtung?
Viele Leute glauben, mit Feng Shui kann man ein Haus harmonisch einrichten. Das stimmt so nicht. Feng Shui ist nicht nur «Möbelrücken»! Es geht auch nicht darum, die Wohnung irgendwie asiatisch einzurichten. Es ist egal, ob man mit Designer Möbeln oder mit Eiche rustikal lebt. Wichtig ist, wie und wo das Haus in der Landschaft steht, wo der Eingang ist und wer dort wohnt. Es müssen auch die Erdenergien stimmen, die unter dem Haus auf dem Grundstück sind.
Man kann auch nicht ein optimales Feng Shui Fertighaus designen und das jedem Menschen hinstellen. Wir alle sind individuell und brauchen unsere eigene individuelle Umgebung. Manche meinen, mit dem Kopf nach Norden zu schlafen wäre gut. Das stimmt nur für einen Teil der Menschen. Jeder hat seine individuelle energetische Schlafrichtung.

Was ist nach Feng Shui der wichtigste Aspekt im Schlafzimmer?
Man unterscheidet im Feng Shui zwischen Yin- und Yang-Räumen. Das Schlafzimmer zählt zu den Yin-Räumen, es dient der Erholung. Um uns entspannen zu können, benötigen wir ein Gefühl der Sicherheit. Es ist wichtig, das Kopfende des Bettes an eine feste Wand zu stellen und nicht mitten in den Raum. Spiegel, die auf das Bett gerichtet sind, wirken störend, da eine ständige Reflexion stattfindet. Die Energie wird dadurch unruhig. Elektrische Geräte, vor allem mit eingebauten Trafos und alle Geräte, die Funkwellen abgeben oder empfangen, gehören nicht ins Schlafzimmer. Grünpflanzen schaden im Schlafzimmer nicht, duftende Blumen dagegen wirken wie Aromatherapie.

Was ist wichtig für das Arbeitszimmer?
Es kommt darauf an, ob man im Arbeitszimmer selbständig Geld verdient, oder es nur privat hin und wieder verwendet. Am wichtigsten ist die Position des Schreibtisches. Er sollte, wenn möglich diagonal gegenüber der Türe stehen. Hinter dem Schreibtischstuhl sollte eine feste Wand als Rückendeckung sein. Wenn man am Schreibtisch sitzt, hat man etwa einen 180° Blickwinkel. Man sollte auf alle Fälle Einblick auf die Türe und auf das meiste des Zimmers haben und als drittes sollte man in eine seiner persönlich guten Richtungen sitzen. Ist das der Fall, dann kommt der Erfolg.

Wenn der grosse Chef einer Firma die Türe im Rücken hat und beim Fenster rausschaut, geht die Firma unweigerlich baden. Das ist so und niemand kommt auf den Gedanken, dass Feng Shui dahinter steht. Steht der Schreibtisch an einer Wand, hat man ein Brett vor dem Kopf. Kinder, die den Schreibtisch richtig positioniert haben, machen viel lieber Hausaufgaben. Ausserdem sind in den Räumen Sauberkeit, frische Luft, und viel Tageslicht wichtig. Ist gegenüber der Türe ein Fenster, sollte man eine hohe Pflanze davor stellen oder etwas als Blickfang vors Fenster hängen, damit das Chi nicht entweicht.

Bilden Sie auch Feng Shui Berater aus?
Ja, wir haben eine Schule im Aargau. Eine Ausbildung mit Diplomabschluss ist ab 6180 Fr. möglich. Wir halten unsere Seminare jeweils im Frühjahr und im Herbst in Turgi ab. Ein Wochenende enthält ein Modul, das in sich abgeschlossen ist und sehr viel Information enthält. All die Wochenenden zusammen enthalten die Grundlagen, die als Basis für das 9-tägige Beraterseminar in einem schönen Hotel dienen. Schon nach 4 Wochenenden können Sie für sich zuhause die Wohnung ziemlich gut nach Feng Shui Kriterien einrichten. Das sind folgende Wochenenden: Das Basisseminar, das Kompass Feng Shui, und 2 Wochenenden über die fliegenden Sterne. Für jemanden der das Diplom machen möchte braucht es noch das Business Feng Shui, bis man beim Beraterseminar teilnehmen kann. Natürlich gibt es noch einige freiwillige Seminare, die der Weiterbildung vor oder nach dem Beraterseminar dienlich sind. *Hans-Georg Strunz*

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

Kurse, Therapie und Gastfreundschaft

Das Ehepaar Christine und Dietmar Thielmann-Hunziker hat sich in Aeschi b. Spiez erfolgreich ein Unternehmen für Körpertherapien, Massagekurse und Coaching aufgebaut.

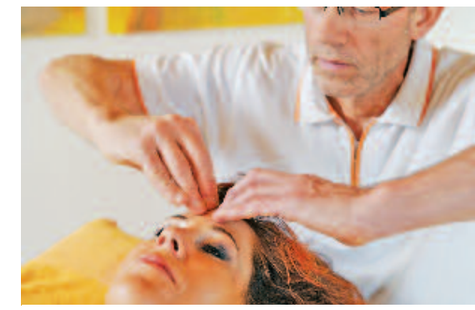
Der Theologe und med. Masseur FA Dietmar Thielmann führt zusammen mit seiner Frau Christine (Erwachsenenbildnerin) eine Praxis für Körpertherapien in Aeschi b. Spiez. Seine individuellen Behandlungen sind von den Krankenkassen anerkannt und finden grossen Anklang.

Die Marke thielmann macht eine ganz besondere Welt aus: Entspannung, Genuss, Wissen und Lebensfreude. Die Thielmanns haben sich in Aeschi erfolgreich ein Unternehmen für Körpertherapien, Massagekurse und Coaching aufgebaut. Hier entstand ein behaglicher Ort der Begegnung und des Lernens sowie ein Haus der herzlichen Gastfreundschaft mit Ferienwohnung, Studio und B&B. Die von Teilnehmern aus der ganzen Schweiz besuchten Massagekurse und Workshops finden in der Regel im hübschen Chalet Sunshine statt, werden aber auch in Basel, Bern und Zürich durchgeführt. Als empathische Lebensberater begleiten Sie Christine und Dietmar Thielmann auch im privaten Umfeld (Coaching, spirituelle Unterstützung und Beratung). Als Moderatoren und Referenten verfügen die Partner über wertvolle Kenntnisse und Kompetenzen. Auch bieten Sie ihre Unterstützung als Berater und Coach in persönlichen Krisenstituationen an.

Weitere Informationen finden Sie unter www.thielmann.ch

Chalet Sunshine
Aeschiriedstrasse 21
3703 Aeschi b. Spiez
Tel. 033 654 65 54, info@thielmann.ch

thielmann
körpertherapien & kurse
Entspannen ■ Geniessen ■ Auftanken



Entspannen durch Berühren. Dietmar Thielmann führt eine Gesichts-Lymphdrainage durch.

Christine Thielmann-Hunziker im Gespräch mit einer Burn-out-Klientin. Da wird nicht nur Begleitung gebraucht, sondern auch eine grosse Portion Einfühlungsvermögen.

La Stone/Hot Stone-Massage: Die kalt und warm angewandte «Steinmassage» ist eine uralte Heilkunst.

Im Partnermassagekurs lernen die Teilnehmer/innen, dass Berührungen mehr als tausend Worte sagen.

Kundenzufriedenheit entsteht durch Vergleichsprozesse

Alexander Fläckel

Wenn sich Unternehmen nicht um ihre Kunden kümmern, wird es die Konkurrenz tun. Die Kundenzufriedenheit ist ein Schlüsselfaktor zur Unternehmenssteuerung. Nur ein Unternehmen, das über zufriedene Kunden verfügt, hat im Wettbewerb gute Erfolgsaussichten.

In den meisten Branchen findet man heute einen Käufermarkt. Die Kunden können aus einer Vielzahl von angebotenen Produkten und Dienstleistungen ihren Anbieter wählen. Daher wird es immer wichtiger, die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden zu kennen, um durch Kundenorientierung ein hohes Mass an Kundenzufriedenheit zu erreichen. Bekanntlich bekommt man keine zweite Chance, einen guten ersten Eindruck zu hinterlassen.

Falsche Sicherheit

Jede Firma lebt von ihren Kunden, die die eigenen Produkte oder Dienstleistungen kaufen. Denn schliesslich bezahlt der Kunde die Löhne. Wenn Unternehmer nie eine Reaktion der Kunden erhalten – weder negativ noch positiv – kann er sich in falscher Sicherheit wiegen. Das böse Erwachen folgt erst, wenn die Kunden plötzlich zur Konkurrenz wechseln. Sei es wegen geringfügig niedrigerer Preise, ein bisschen mehr Service oder vielleicht auch wegen der netten Mitarbeiterin. Da ist Kundenbindung gefragt. «Kunden kritisieren nicht, sie kommen einfach nicht wieder!», lautet ein treffender Satz aus dem Qualitätsmanagement.

Wow-Effekt inszenieren

Kundenzufriedenheit und Kundenerwartungen sind untrennbar miteinander verbunden. Idealerweise gelingt es den Unternehmen, die Erwartungen der Kunden zu übertreffen. Wie im Märchen «Der Hase und der Igel» gilt es, «schon da» zu sein – was der Kunde auch will: Das Unternehmen ist «schon da». Es ist nicht nur in der Lage, die Wünsche des Kunden zu erfüllen, sondern schafft es immer wieder, ihn positiv zu überraschen. Auf diese Weise erzeugt man einen Wow-Effekt, mit dem man sich aus der Masse der Anbieter heraushebt und gegen die grassierende «Krankheit» der Gleichartigkeit immun wird. Wem das gelingt, bei dem können die Kunden wie bei einer Sportmannschaft zu «Fans» werden, die in guten und schlechten Zeiten dabei bleiben.

Kundenzufriedenheit schaffen

Kundenzufriedenheit entsteht durch Vergleichsprozesse. Konsumenten stimmen ihre Erwartungen an ein Produkt oder eine Dienstleistung mit den tatsächlich wahrgenommenen Leistungen ab. Dabei spielen nicht nur das Produkt und seine Eigenschaften eine Rolle, sondern auch das Umfeld bzw. die Serviceleistung, die mit dem Erwerb dieses Produkts einhergeht. Wenn die Firma wächst, sind daher nicht nur neue Ziele und Angebote, Konzepte zur Steigerung der Produktions- und Serviceinnovation oder Prozessoptimierungen nötig, sondern auch Messungen der Kundenzufriedenheit. Dazu braucht es effiziente Instrumente. Diese sollen zu punktuellen Verbesserungen führen und vor allem konkrete Massnahmen aufzeigen, die das Unternehmen voranbringen.

Teil des Qualitätsmanagements

Die Kundenzufriedenheit ist ein Indikator für die Qualität von Kundenbindungsmassnahmen und dem Qualitätsmanagement. Sie nimmt eine zentrale Rolle für die Unternehmensentwicklung ein. Daher ist das Management der Kundenzufriedenheit zu einer wichtigen Herausforderung für die Führungskräfte geworden. Die Messung der Kundenzufriedenheit wird auch im Rahmen des Qualitätsmanagements gemäss den ISO-Normen oder dem EFQM-Modell gefordert. Eine hohe Kundenzufriedenheit ermöglicht dem Anbieter:

- Erweiterung der Zielgruppe
- Entwicklung der Preispolitik
- Optimierung der Produktgestaltung
- Kostengünstige Werbung für das angebotene Produkt
- Generierung von Empfehlungen oder Referenzen
- Steigerung der Kundenbindung

Zufriedene Kunden können als aktive Referenz wirken, das heisst: Sie erzählen anderen von ihren positiven Erfahrungen weiter (Empfehlungsmarketing). Auf der anderen Seite sind unzufriedene Kunden für das Unternehmen eine grosse, kaum kontrollierbare und deshalb nicht zu unterschätzende Gefahr: Es hat sich gezeigt, dass unzufriedene Kunden ihre negativen Erlebnisse immer weitergeben. Zudem wandern enttäuschte Kunden vom Unternehmen ab und wechseln zu einem anderen Anbieter. Mit einer guten Qualitätssicherung und einem proaktiven Beschwerdemanagement kann diesem Problem vorgebeugt werden.

Kunden befragen

Niemand kann besser darüber Auskunft geben, welche Erwartungen Kunden haben, als die Kunden selbst. Deshalb sind Kundenbefragungen – und Kundenzufriedenheitsanalysen im Besonderen – zu einem wichtigen Instrument im Qualitätsmanagement, in der Produktentwicklung und im Marketing geworden. So macht es Sinn, in schriftlichen Befragungen auch die Wichtigkeit der einzelnen Themen beurteilen zu lassen. Damit können Stärken/Schwächen in Portfolios dargestellt werden und mit Handlungsprioritäten versehen werden. Direkte Fragen nach der Wichtigkeit haben jedoch auch ihre Grenzen. Es werden jene Faktoren ausgeklammert, die Einstellungen und Verhalten der Kunden unterbewusst steuern. Eine gute Problemlösung stellen hier statistische Wirkungsanalysen dar. Beide Forschungsansätze (direkte Wichtigkeitsfragen und statistische Wirkungsanalysen) zusammengenommen ergeben ein gutes Bild von diesen teils bewussten, teils unbewussten Bedürfnissen, die oftmals zu paradoxen, in sich widersprüchlichen Erwartungen führen.

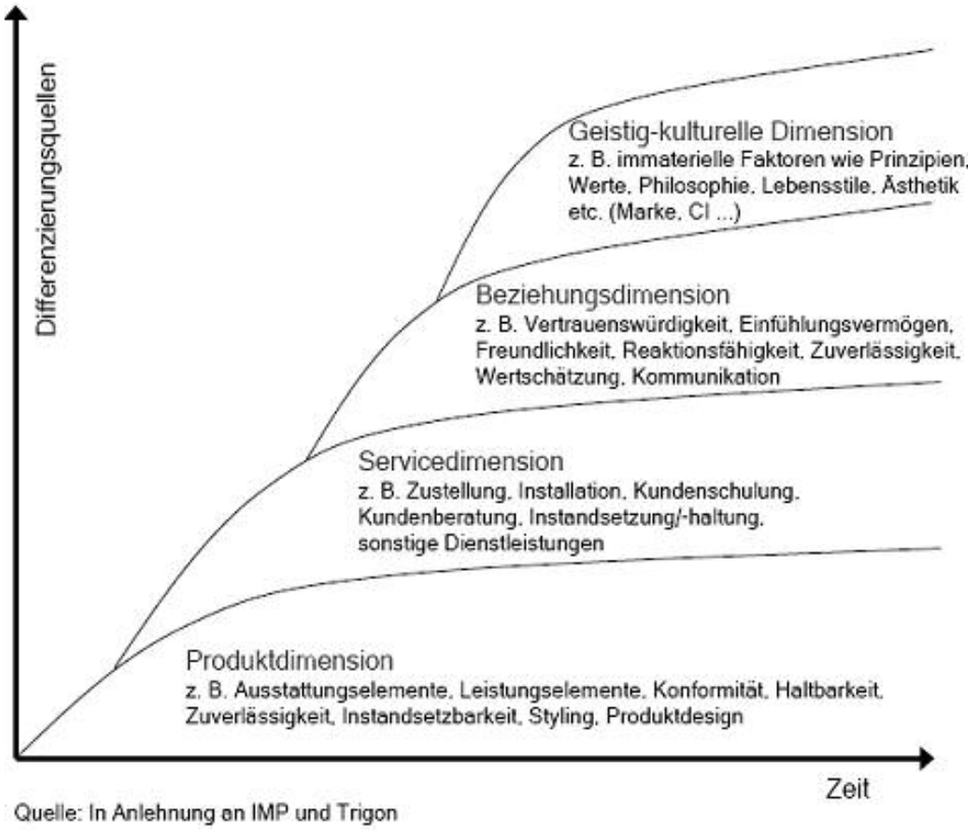
Benchmarking
Waren die Kunden begeistert, zufrieden oder «nur» anwesend? Um diese scheinbar offensichtlichen Unterschiede systematisch zu erfassen, braucht es wirksame Erhebungen und Auswertungen. Mit einem Benchmarking gelingt der Vergleich zu anderen Unternehmen. Die brancheninterne Gegenüberstellung oder der Vergleich in einem Konzern oder Netzwerk zeigt, was «state of the art» ist und spornt zu Verbesserungen geradezu an. Die Analyse mittels Benchmarking berücksichtigt auch die Angebote der Konkurrenz. Es ist zentral, nicht nur die aktuellen Kunden der Unternehmung im Fokus zu haben, sondern bewusst auch potenzielle Kunden, Interessenten sowie ehemalige Kunden.

Laufende Online-Umfrage
Laufende Online-Umfragen erlauben ein permanentes Feedback der Kunden. Sie weisen eine Reihe von Vorteilen gegenüber herkömmlichen Interviews und schriftlichen Befragungen aus. Eine Online-Kundenbefragung kann individuell – auch bezüglich Corporate Design – erstellt, durchgeführt und «just in time» ausgewertet werden. Druck und Kopierkosten für die Befragungen und Auswertungen entfallen. Anhand der gewonnenen Erkenntnisse können Schlüsselinformationen für Verbesserungen zielgerichtet und effizient gewonnen werden. Die umfangreichen Bemerkungen können so direkt in die Unternehmensausrichtung einfliessen. In einer E-Mail wird dem Kunden dann nicht nur für den Gebrauch der Dienstleistung oder den Kauf des Produktes gedankt, sondern es wird auch auf konkrete Verbesserungen hingewiesen. Wenn der Kunde dann merkt, dass seine Feedbacks direkten Einfluss hatten, ist seine Bindung zum Unternehmen noch intensiver.

Zielgruppenanalysen
Kundenzufriedenheit steht auch immer im Zusammenhang mit Kundenverhalten. Deswegen ist es wichtig, so weit als möglich Fragen zum Kundenverhalten in Befragungsprojekte mit aufzunehmen, um Klarheit über diese Wechselwirkungen zu bekommen. In der Folge ist es möglich, Kundengruppen unter Verhaltensgesichtspunkten zu segmentieren und mit spezifischen Interventionen in Design und Qualität der einzelnen Leistungen einen Verbesserungsprozess in Gang zu setzen.

Kunden-Beziehungsindex
Es gibt gemäss dem Loyalitätsprinzip von F. F. Reichheld vereinfacht dargestellt drei Arten von Kunden:

1. Die Förderer: Das sind Kunden, die begeistert sind und die den Marketingprozess am effizientesten umsetzen. Durch aktive Weiterempfehlung!



Quelle: In Anlehnung an IMP und Trigon

Befragungen werden im Rahmen der methodischen Entwicklung mehrdimensional durchgeführt. Dabei sind folgende Zufriedenheitskriterien wichtig

2. Die passiv Zufriedenen: Jene Kunden, die grundsätzlich zufrieden sind, dies aber auch so erwarten. Sie verhalten sich loyal, solange alles so bleibt, wie es ist.

3. Die Kritiker: All diejenigen, die mit einer oder mehreren Leistungen nicht zufrieden waren oder deren Erwartungen nicht erfüllt wurden. Nur der kleinste Teil dieser Gruppe gibt die Chance auf Wiedergutmachung. Der sehr grosse Teil berichtet anderen über die negativen Erlebnisse.

Mit der Einteilung in diese drei Gruppen ist es möglich, den Anteil der effektiven Förderer zu berechnen. Die Kunden füllen die Frage «Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie unser Unternehmen weiterempfehlen auf einer Skala von 0 bis 100 Prozent aus. Jene Kunden, welche die Werte 90 Prozent und 100 Prozent ankreuzen, sind sichere Weiterempfehler. Die Kunden, die 70 und 80 Prozent bewerten, gelten als neutral. Alle Kunden, die 60 Prozent und weniger beurteilen, sind der Unternehmung gegenüber kritisch eingestellt. Subtrahiert man nun die Anzahl der Kritiker von dem Ergebnis der Weiterempfehler, erhält man die Quote der effektiven Förderer. In der amerikanischen Studie von Frederik F. Reichheld mit 400 Unternehmungen aus 28 Wirtschaftsbereichen ergab diese Quote gerade mal 16 Prozent. Spitzenbetriebe erreichen bis zu 80 Prozent Anteil an effektiven Förderern.

Porträt
Alexander Fläckel, Master of Business Excellence und Dipl. Hotelier & Restaurateur SHV, ist selbstständiger Unternehmer bei IRC-Swiss. Die IRC-Swiss GmbH wurde 2008 gegründet. Das Unternehmen mit Sitz in Baar ist dem Institut für Research und Consulting (IRC) in Österreich angegliedert und konzentriert sich auf veränderungswirksame Kunden- und Mitarbeiterbefragungen.

Mit dem «Online Q-Monitor» ist es möglich, auf den Betrieb zugeschnittene Befragungen durchzuführen und die dazugehörenden Ergebnisse mit Benchmarks «just in time» zu liefern. *Alexander Fläckel*

Fragen?
Alexander Fläckel
IRC-Swiss GmbH
Zugerstrasse 64a
6340 Baar
Tel. 041 760 8337
info@irc-swiss.ch
www.irc-swiss.ch

250.000 Webstar Mobile Gratis Apps

webstar®
macht mobil

Sichern Sie sich jetzt Ihre Gratis Webstar Mobile App!

Freuen Sie sich auf diese Highlights der Webstar Mobile App:

„On-the-go" Vitality Coaching

Webstar Mobile funktioniert auf jedem Handy. So haben Sie Laura, Ihren persönlichen Vitality-Coach, mit der perfekten Fitness- und Ernährungsplanung und allen wichtigen Informationen in der mobilen University jederzeit abrufbar dabei.

Real-Time Ernährungsplanung

Ab sofort können Sie Ihre Ernährungspläne mobil mit dem Handy sofort nach jeder Mahlzeit abgleichen. Sie sehen sofort, was Sie essen können oder sollten und wie viele Kalorien oder Vitalpunkte Ihnen noch fehlen.

Real-Time Fitnessplanung und GPS-Fitnesstracking

Zeichnen Sie Ihre gesamten sportlichen Aktivitäten mit dem Webstar GPS-Trackingsystem in Echtzeit auf und ermitteln Sie damit Ihre erzielten Fitnesswerte. Per Knopfdruck werden alle Aktivitäten erfasst, analysiert und mit Ihren Plänen abgeglichen. Selbstverständlich begleitet Sie Ihre Lieblingsmusik bei allen sportlichen Aktivitäten.

Mobile University

Über 100 Video- und Audio-Tutorials stehen Ihnen per Streaming jederzeit zur Verfügung. Damit können Sie Ihr Wissen zu den wichtigsten Vitalstrategien zeitlich flexibel ausbauen.

Mobile Community

Auf der Pinnwand werden Ihnen alle Nachrichten und Status-Updates angezeigt. Über Ihre Freundesliste haben Sie schnellen Zugriff auf die Profile Ihrer Freunde, an die Sie einfach und schnell Nachrichten versenden können. In Ihrem eigenen Profil können Sie auch das Ranking der „Mission Vitality" aufrufen und private, nicht für andere Webstar User sichtbare Nachrichten, austauschen.

Mission Vitality – The Game

Die Webstar Mobile App funktioniert als „Vitality Game". Durch verschiedene Aktivitäten können Sie Mission-Points sammeln. So erreichen Sie verschiedene Rankings und weitere Nutzungstiefen in der Applikation und gewinnen wertvolle Preise.

Jetzt Webstar mobile App vorregistrieren unter:

www.webstar-app.ch

«Teambildung, Teamentwicklung»

Was bringt ein Teambildungstag?
«Das ist nicht möglich, das geht nicht», denken die Teilnehmer gerade, als sie die Aufgabe gehört haben. Zahlreiche Augenpaare sind gespannt-fragend auf den Outdoor-Coach gerichtet. Dieser bleibt unnachgiebig und gibt keine weiteren Tipps zum bisher Erklärten ab. Die Gruppe soll eine wertvolle Schatulle aus einem giftigen See bergen. Als Hilfsmittel stehen ihnen ein Seil sowie Reepschnüre zur Verfügung. Und jetzt?

Jetzt beginnt der Gruppenprozess. Nach der ersten Ratlosigkeit kommt Dynamik ins Team. Erste Ideen werden formuliert. Alle haben die gleiche Ausgangslage: sie befinden sich in unbekannten Gefilden mit ungewohnten Aufgaben. Diese Basis ohne örtliche oder fachliche Vorteile für den Einzelnen ermöglicht ein gemeinsames Herantasten an eine Herausforderung auf neue Weise. Gedanken werden eingebracht, die sonst vielleicht absurd scheinen. Hier muss alles ausprobiert werden, um zu einer Lösung zu kommen.

Das Brainstorming würde vermutlich noch lange weiterstürmen, würde das Team nicht zur Eile ermahnt. Die Zeit drängt, sonst ist die Schatulle für immer verloren. Entscheidungen sind gefragt. Welche Idee setzt die Gruppe um? Beim praktischen Ausprobieren entdeckt sie sofort Nachteile ihres Plans. Es heisst umdenken, neu probieren, die Strategie muss geändert werden. Die Teilnehmer schlüpfen dabei automatisch in unterschiedliche Rollen, entdecken unbewusst neue Fähigkeiten.

Knifflig ist die Aufgabe, aber nicht unmöglich. Das beweist auch dieses Team; die Schatulle ist geborgen. Die Spannung löst sich, Freude über den gemeinsamen Erfolg lässt die Gesichter strahlen; die mühsamen Momente in den verschiedenen Phasen des Lösungsfindungsprozesses sind vergessen. Doch genau diese Abläufe, die Reflexion über das Erlebte und Erfahrene, sind für den Transfer in den Alltag wichtig.

Ein solches gemeinsames Erlebnis verbindet und macht Spass. Es ist eine ideale Ausgangslage für die Weiterentwicklung des Teams. Ein Anknüpfungspunkt ist geschaffen. Ihre Beobachtungen und Erfahrungen bringen die Teilnehmer in der anschliessenden Reflexion ein. Wo sehen sie Parallelen zu ihrem Arbeitsalltag? Gibt es Ähnlichkeiten bei gewissen Abläufen, im Rollenverhalten? Worauf kann aufgebaut werden, was sollte einmal auf andere Art ausprobiert werden? Das Team definiert seine Ziele, auf die es hinarbeiten will. Nach einer gewissen Zeit kommt die Gruppe zu einer Standortbestimmung zusammen und blickt zurück auf die Zeit seit dem Teambildungstag. Was hat der Tag gebracht? Was hat sich geändert? Wie will das Team weitergehen? Spezifisch zusammengestellte, weiterführende Aufgaben unterstützen den individuellen wie den Gruppenprozess. Erlebtes Lernen garantiert eine Weiterentwicklung. Der Gewinn liegt auf der Hand: Einerseits lernen die einzelnen Individuen sich selbst besser kennen und bringen ihre Fähigkeiten zum Vorteil der Gruppe ein. Andererseits schweissen die Erlebnisse das Team so zusammen, dass es auch im Alltag nicht vor neuen Aufgaben und Herausforderungen zurückschreckt. Denn sie haben draussen am Teambildungstag erlebt und erfahren, dass sie gemeinsam anpacken können und Lösungen finden, auch wenn diese nicht immer auf der Hand liegen.

Der einzelne Teilnehmer erlebt sich eingebettet in der Gruppe und ernst genommen. Auch hier gilt: «Geteilte Freude – doppelte Freude, geteiltes Leid – halbes Leid». Über sachliche oder unpersönliche Dinge zu sprechen fällt den meisten wohl leichter als über Emotionen, Befürchtungen, Ängste. Am Arbeitsplatz noch mehr. Umso wichtiger ist, dass ausserhalb des Alltags Platz dafür besteht. Bei gemeinsamen Aktionen im Arbeitsteam draussen in der Natur wird die sachliche mit der Gefühlsebene auf natürliche Weise verbunden. Zusätzlich werden alle Sinne aktiviert. Dank dieser ganzheitlichen Empfindung ist der Teilnehmer motiviert, initiativ und eigenverantwortlich in der Gruppe zu handeln.

Eine Maschine läuft so gut, wie die einzelnen Zahnräder ineinander greifen und rund laufen, wie ihre Einzelteile gewartet sind und funktionieren. Warum also nicht auch das Team pflegen und Höchstleistungen ermöglichen?
Lassen auch Sie sich begeistern!
Sommerliche Grüsse
Ihr **naturgeist** *Alexandra Huber*
Outdoor-Coach, Natur- und Erlebnispädagogin
Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

Anzeigen

1400 Jahre Berufs- und Führungserfahrung Adlatus – unentbehrlicher Partner vieler KMU

Theo Baur
Leiter Adlatus-Region Zentralschweiz/Tessin

Ein Startup-Unternehmen wurde gegründet. Die Produktion läuft hervorragend. Doch wer verkauft? Das Marketing ist noch nicht besetzt. Was tun? Die Jungunternehmer entscheiden richtig. Sie wenden sich an Adlatus, das Netzwerk aus Erfahrung und Kompetenz. Der Marketingmann ist schnell gefunden. Zwei Tage später nimmt er die Arbeit bereits auf.

Das Beispiel des Startup-Unternehmens ist nicht frei erfunden. Dies hat Theo Baur, seit dem Jahr 2000 Leiter der Adlatus-Region Zentralschweiz/Tessin, selbst erlebt. Als studierter Elektroingenieur ETH und ehemaliger Marketingspezialist bei Landis & Gyr kennt er den Markt. Es fiel ihm leicht, in Osteuropa ein Verkaufsnetz aufzubauen, denn er konnte auch seine alten Beziehungen spielen lassen.

Moderate Honorare

Die Jungunternehmer waren überglücklich. Unter anderem auch, weil die Adlaten sehr moderate Honorare verlangen, die weit unter den üblichen Beraterhonoraren liegen. Denn es geht den Adlaten nicht in erster Linie ums Geld. Vielmehr ist es ihnen ein Anliegen, ihre in langen Berufsjahren gemachten Erfahrungen weiter zu geben, wo Not an der Frau oder am Mann ist. Hauptzielgruppe sind in erster Linie KMU, «dabei vor allem K, die sich keine teure Beratung leisten können», betont Theo Baur.

In letzter Zeit sind aber auch viele soziale Institutionen wie Sozialämter oder Hilfswerke auf Adlatus aufmerksam geworden. So beraten Zentralschweizer Adlaten zum Beispiel einige von der Arbeitslosenkasse Ausgesteuerte, die sich selbständig machen wollen.

Breites Spektrum an Berufen

Die Vereinigung Adlatus wurde schweizweit 1982 gegründet und ist in elf Regionen eingeteilt. Sie zählt gegenwärtig 350 aktive Mitglieder, das ergibt ungefähr 1400 Jahre Berufs- und Führungserfahrung. Die Region Zentralschweiz/-Tessin zählt 35 Aktivmitglieder.
Die Stärke von Adlatus ist das breite Spektrum an Berufen. «Unsere Mitglieder kommen aus fast allen Disziplinen», sagt Theo Baur. «Sollte die richtige Person bei uns nicht gefunden werden, ist sie bestimmt in einer anderen Region aufzutreiben.»

Kurzfristig verfügbar

In der Tat: Vom Arzt, über den Elektro-, Maschinen- oder Bauingenieur, Bankfachmann, Betriebswirtschafter, Marketingspezialisten, Wirtschaftsinformatiker, Logistiker bis hin zum Patentexperten, sind bei Adlatus viele Disziplinen vereint. Auffallend ist, dass es unter den Adlaten viele Generalisten hat.
«Dass die Adlaten kurzfristig verfügbar sind, in der Regel keine langlaufenden Verträge abgeschlossen werden, ist für den Auftraggeber von grossem Vorteil», erklärt Theo Baur. Dennoch kann es vorkommen, dass ein Mandat über mehrere Jahre läuft. Ein Bespiel dazu liefert Theo Baur selbst. Vor rund zehn Jahren ergab sich bei Landis & Gyr in Zug ein Management-Buy-Out für die technische Prüfung elektrischer Geräte. Er half mit bei der Firmengründung und berät die Inhaber in Marketingfragen. Weil seine Erfahrung so sehr gefragt ist, wurde er gar in den Verwaltungsrat gewählt. Nun, nach zehn Jahren kümmert er sich mit den Besitzern um die Nachfolgeregelung. Ein Gebiet, bei dem Adlaten immer mehr zum Zug kommen.

Genügend Adlaten – Aufträge gesucht

Es kommt auch vor, dass Adlaten vorübergehend die Geschäftsführung übernehmen, Management-Support leisten, die Finanzabteilung reorganisieren oder die technische Leitung übernehmen. Sehr oft sind in einem Unternehmen gleich mehrere Adlaten engagiert. So hat ein Adlat in einem Unternehmen die Administration und Finanzführung neu aufgebaut. Als das Geschäft wieder zufriedenstellend lief, wurde ein anderer Adlat für die Beratung in externer Kommunikation engagiert.

Was liegt Theo Baur am meisten am Herzen? Ohne zu zögern antwortet er: «Adlaten haben wir mehr als genug, Engagements hingegen können wir jederzeit noch mehr annehmen.»

Ruedi Estermann
Adlatus Region Zentralschweiz
Telefon 041 711 96 14
theobaur@adlatus.ch, www.adlatus.ch
Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

Anzeigen

adlatus
Netzwerk von Erfahrung und Kompetenz

Unsere Erfahrung bringt Sie weiter

Das Schweizerische Netzwerk ehemaliger Kaderleute aus der Wirtschaft unterstützt KMU durch praxisbezogene Beratung bei Problemlösungen in allen Geschäftsbereichen zu günstigen Konditionen.

Adlatus Region Zentralschweiz Telefon 041 711 96 14
theobaur@adlatus.ch www.adlatus.ch

Projekt-Coaching

Fritz Ketterer

Neue Vorhaben oder Optimierung von Bestehendem werden sinnvollerweise über Projekte mit definierten Rahmenbedingungen abgewickelt. Ein Projektauftrag zwingt zu einem strukturierten Vorgehen und gewährt, dass Projekte wie vorgegeben zielorientiert abgewickelt werden.

Auf dieser Basis ist auch die Projektsteuerung mit Berichtswesen möglich und über die in der Planung definierten Meilensteine lässt sich der Fortschritt überwachen. Das Projektmanagement (PM) muss dem Vorhaben und vor allem auch der Machbarkeit entsprechend aufgesetzt werden. Bei den Projekt-Ressourcen müssen neben dem fachlichen Know-how auch die dem Projekterfolg dienenden Aspekte mitberücksichtigt werden. Dies sind unter anderem: Teamfähigkeit, Motivation, Belastbarkeit, Interesse, Identifikation, Kommunikation, Verfügbarkeit. Beim Projektleiter (PL) müssen zudem auch noch Prozess-, Fachwissen, Erfahrung in der Projektleitung und im Projektmanagement vorhanden sein. Dies sind alles zwingend zu berücksichtigende Punkte, die beim Projekt-Setup je nach Vorhaben noch zu ergänzen und detailliert zu definieren sind. Damit das betriebliche und das fachliche Know-how in die Projekte einfliesst, müssen geeignete Mitarbeitende aus dem Betrieb miteinbezogen werden. Diese Ressourcen werden meistens aus den sonst schon belasteten Key-MitarbeiterInnen oder aus Mitarbeiterförderungsprogrammen rekrutiert. Je nach Kapazitätsbedarf werden den Projektmitarbeitern alle oder einzelne Aufgaben abgenommen oder bei kürzeren Projekten ein Mehreinsatz verlangt. Diese Massnahmen dienen zur Aufrechterhaltung des täglichen Betriebes, wobei dann wiederum andere MitarbeiterInnen tangiert werden.

Bei fehlenden Kapazitäten, bei engem Zeitfenster oder bei fehlendem Know-how bietet sich der Beizug von externen Spezialisten an (PL, PM, Ausbildner, Test-Manager, Fachspezialisten). Somit können Projekte ohne weitere Aus-/Weiterbildung oder übermässiger zeitlicher Bindung eigener Kapazitäten professionell und termingerecht abgewickelt werden.

Als weitere Variante besteht die Möglichkeit, einen Projekt-Coach beizuziehen. Dies erlaubt, dass die eigenen Ressourcen z.B. als Projektleiter fungieren und vom Coach nach Bedarf proaktiv unterstützt werden. Dieser Support wird von erfahrenen wie auch von noch unerfahrenen Projektleitern, welche die Projekte als Karrieresprungbrett nutzen, sehr geschätzt. Der Projekt-Coach ist für den Auftraggeber eine zusätzliche Sicherstellung, kann unabhängig Situationen beurteilen und bei Bedarf im Auftrag auch korrigierend einwirken. Da das Projekt-Coaching ganz auf die Abwicklung des Projektes ausgerichtet ist, kann auf vertieftes fachliches Know-how verzichtet werden. Routinierte Coaches erwerben das für die Rolle notwendige Wissen während dem Projekt-Setup.

Projekt-Coaching-Aktivitäten mit effektivem Nutzenpotential sind z.B.:

- Projektleiter, Teilprojektleiter Support
- Tracking der Tätigkeiten
- Know-how Transfer (Projektsteuerung, Projektmanagement, Teambildung, Workshop, Moderation, Audit)
- Unterstützung in kritischen Situationen, bei Lösungsfindungen, bei Prozessoptimierungen (BPR), bei personellen Problemen, bei der Konzeptionierung, bei Präsentationen, bei der Projektabwicklung
- Audit's zur Sicherung der zielgerichteten Projektabwicklung unter Beachtung von Qualität und Kostentransparenz
- Optimierung gängiger Handhabungen (Meeting, Berichtswesen, Dokumentierung, Tool-Einsatz, Kommunikation, Information)
- Motivierung und Betreuung von Projektteam, Arbeitsgruppen, Projektmitarbeitende, Junioren
- Unterstützung von Testing, QS, Ausbildung, in Betriebnahmen, Betriebsicherung
- Übernahme oder Transfer von Aufgaben bei Kapazitätsengpässen, Stellvertretungen

Beim Beizug eines Projekt-Coaches muss neben den üblichen Nachweisen und Fähigkeiten vor allem auch die Homogenität, die Identifikation mit dem Vorhaben und dem Betrieb beachtet werden. Bei Übereinstimmung sollte für den Einsatz des Projekt-Coaches ein Dienstleistungsvertrag mit allen relevanten Punkten erstellt werden.

Wir haben Zeit, das Know-how und machens!
Projekt-Coaching, Projektleitungen,
QS-/Testmanaging, Stellvertretungen
www.coaching-point-gmbh.ch
Tel. 044/942 58 69, mail@coaching-point.ch

Wir haben Zeit, das Know-how, die Kompetenz und machens!
Projekt-Coaching, Projektleitungen, Testmanaging, Stellvertretungen

Fritz Ketterer *ist Eidg. Dipl. Organisator und Projekt-Coach bei* ***coaching-point gmbh***
Tel. 044/942 58 69
Mobile 079/402 30 04
mail@coaching-point.ch
Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

Ihre Zukunft – Wir sind bereit!
www.coaching-point.ch
coaching point

Ihr Profi für den guten Ton

M&M HIRE AG-Team

Eine Show der Extraklasse begeistert das Publikum. Groovig die Rhythmen, top die Soundkulisse, mitreisend die Beats. Die Soli brillant, die Stimmen präsent – ein wahres Erlebnis für alle Sinne.

Sprachverständlichkeit, Transparenz, Reinheit, Tiefe – nur einige der Begriffe, die einen guten Sound, hochwertige Audiotechnik und klangliche Highlights beschreiben, für welche die in Schönenwerd ansässige Firma M&M Hire AG seit über 20 Jahren steht.

Spezialisiert auf den «guten Ton» bietet das Unternehmen ein umfassendes Angebot in allen Bereichen der Tontechnik an. Von der reinen Materialvermietung über Festinstallationen bis hin zur Konzeption und Durchführung komplexer Audioproduktionen erhält der Kunde alles aus einer Hand.

Das kleine, innovative Fachteam, bestehend aus Rolf Scheidegger, Daniel Meyer und Manuel Suter (Praktikant), freut sich immer wieder auf neue Herausforderungen und den persönlichen Kontakt mit Kunden. Während sich Daniel Meyer hauptsächlich um den Verkauf und Festinstallationen kümmert, ist Rolf Scheidegger für die Bereiche Disposition, Vermietung, Offerten und Technik verantwortlich. Selbstverständlich sind für die Administration noch weitere Personen tätig.
Für grosse Projekte steht dem M&M-Team ein weiter Pool an fachkundigen, top motivierten Freelancern zur Verfügung. Somit ist die M&M Hire AG der ideale Partner für Klein- bis Grossanlässe.
Durch persönliche Gespräche, Besichtigungen der Event-Location und den direkten Kontakten zu den Verantwortlichen vor Ort werden Lösungen massgeschneidert – auf die individuellen Bedürfnisse des Kunden angepasst.

«Im Laufe unseres über 20-jährigen Bestehens haben wir unterschiedlichste Anlässe in der ganzen Schweiz betreut», erzählt Rolf Scheidegger und ergänzt: «So zum Beispiel den Klangturm an der Expo 02 oder die Open Air-Kinos in Neuenburg, Solothurn und Nidau».

Von Wissen und Erfahrung profitieren

Ob Generalversammlung, Rock-Konzert, Gala-Veranstaltung oder klassische Aufführung – M&M Hire ist der richtige Ansprechpartner. Zwei Beispiele:

Seit 2006 wird die Bally Lab Eventhalle in Schönenwerd durch das M&M-Team tontechnisch betreut. Als eine der grössten Event-Hallen der Schweiz bietet sie auf rund 3500 Quadratmetern Platz für bis zu 1200 Personen.

«Il Diluvio Universale» (Die Sintflut) – so titelt die Oper, die an den fünften St.Galler-Festspielen diesen Sommer im Klosterhof St.Gallen (OpenAir) aufgeführt wurde. Dabei handelt es sich um eine weniger bekannte Oper von Gaetano Donizetti. Mit Hilfe modernster Technik und bestem Equipment sowie langjähriger Erfahrung wurde eine Atmosphäre geschaffen, die derjenigen eines Konzertsaals fast ebenbürtig ist. M&M Hire betreute die St.Galler Festspiele bereits zum fünften Mal.
Material, Konzept und technische Umsetzung – alles aus einer Hand.

TTS Tontechnikschule Schönenwerd
Als eine der renommiertesten Schulen für Tontechnik bietet die TTS eine umfassende Ausbildung für Tontechniker an. Mit Schulungsräumen in Schönenwerd liegt diese nicht weit von der M&M Hire entfernt. Mitbegründer dieser Schule ist übrigens der Geschäftsführer der M&M Hire, Daniel Meyer, welcher bis heute als Dozent für Beschallungstechnik aktiv an der Schule mitwirkt.

M&M HIRE AG
Veranstaltungstechnik – Vermietung, Installation und Verkauf von Audiohardware

Rolf Scheidegger, Daniel Meyer, Manuel Suter
Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

Anzeigen

M&M HIRE AG
Veranstaltungstechnik – Vermietung, Installation und Verkauf von Audiohardware

Wir empfehlen uns für

> HÖCHSTE SPRACHVERSTÄNDLICHKEIT
> SCHWIERIGE RÄUME
> SCHULAUFFÜHRUNGEN
> SPORTVERANSTALTUNGEN
> OPENAIR
> MUSICALS
> KLEINERE ODER GRÖSSERE ABHOLANLAGEN
> AUSSERORDENTLICHE GEMEINDEVERSAMMLUNGEN

Ihr Profi – für den guten Ton.

Postweg 2A
CH-5012 Schönenwerd
www.mmhire.ch

T +41 (0)62 849 16 09
F +41 (0)62 849 07 35
info@mmhire.ch

Herzlich Willkommen in der Welt des Events

BOTTA ...macht aus Ihrem Anlass ein Ereignis! EVENT-FACTORY

Sie planen ein Firmenjubiläum, eine Ausstellung, einen Messeauftritt, einen Tag der offenen Türe, eine Hochzeit oder sonst eine private oder geschäftliche Veranstaltung? Lassen Sie sich durch unser Angebot inspirieren und wählen Sie aus den über 100 attraktiven Eventmodulen das für Sie Passende aus.

BOTTA EVENT-FACTORY finden Sie in Greifensee (ZH) und überall dort, wo Ihr Anlass mit unseren Dienstleistungen zu einem tollen Erlebnis werden soll.

Philosophie
Die Kundenzufriedenheit steht bei uns an absolut erster Stelle. Dies ist aber nicht einer leeren Leitsätze, welche vielfach irgendwo auf einem Blatt Papier prangen, sondern wirklich gelebte Dienstleistung zu der wir uns tagtäglich und immer wieder neu verpflichtet haben. Saubere und technisch einwandfreie Geräte, sowie ein motiviertes Team an geschulten Mitarbeitern tragen auch an Ihrer Veranstaltung zum perfekten Gelingen bei. Unbürokratisch, kreativ, beweglich, schnell und zuverlässig stehen wir Ihnen als kompetenter Partner zur Seite.

Beratung, Planung und Realisation
Von der Beratung und Planung im Vorfeld bis hin zur Realisation am Veranstaltungstag können Sie sich auf uns verlassen.
Kompetente Vorarbeiten, Vollservice während des Anlasses und eine optimale Kosten-Nutzen-Situation bilden die bestmöglichen Reverenzen unseres Betriebes.
Prüfen Sie uns ruhig und lassen Sie sich überraschen, was wir für Sie aus dem Zylinder zaubern…

Was – wie – wo
Eine riesige Auswahl an Geräten und Dienstleistungen steht zu Ihrer Verfügung. Das Erlebnisangebot ist so vielfältig wie die jeweiligen Einsatzmöglichkeiten.
Aufgrund unserer Erfahrung finden wir bestimmt auch für Ihre Veranstaltung die optimale Zusammensetzung. Übers ganz Jahr, zu unzähligen kleinen, mittleren und grossen Anlässen sind unsere Attraktionen und Eventmodule von hoher Effizienz und steigern die Resultate mit sichtbarer Personenpräsenz und bleibenden, positiven Eindrücken.

Marco Botta

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

Anzeigen

BOTTA EVENT-FACTORY

Sie planen ein Firmenjubiläum, eine Ausstellung, ein Messeauftritt, einen Tag der offenen Türe, eine Hochzeit oder eine andere Veranstaltung?

Lassen Sie sich durch unser Angebot inspirieren und wählen Sie aus den über 100 attraktiven Eventmodulen das für Sie Passende aus…

BOTTA EVENT-FACTORY
Zur Säge
8606 Greifensee
Telefon 044 946 24 26
www.event-factory.ch

10122

Suchmaschinenoptimierungs-Kurs

Werden Sie unabhängig von Suchmaschinenoptimierungs-Agenturen. Sparen Sie viel Geld und profitieren Sie von einem stets aktualisierten Wissen. Bei uns lernen Sie die Anwendungen, Prozesse und Abläufe im Suchmaschinen-Optimierungs- und Marketing Bereich. Es ist bestimmt vorteilhafter, wenn Sie so arbeiten können, dass Sie gegenüber der Konkurrenz einen Vorsprung erzielen. Dies durch besseres Ranking bei Suchmaschinen, wie auch mehr Verkäufe, Umsatz und Neubesucher.
www.seo-kurs.ch

Suchmaschinenoptimierungs-Kurs
Wer kennt es nicht, die Suchmaschinenoptimierungs-Agenturen, die einen ständig anrufen und für viel Geld eine Suchmaschinenoptimierung anbieten. Meist erfährt man nicht, was genau gemacht wird und mit welchen Tricks diese arbeiten und schlussendlich hat man nur kurzfristigen Erfolg. Um wirklich von einer Suchmaschinenoptimierung profitieren zu können muss diese stehts aktualisiert werden. Sie stellen beispielsweise neue Seiten, Bilder etc. online und sind wieder auf die Agenturen angewiesen, um die Optimierung einzubinden.

Werden Sie unabhängig von Suchmaschinenoptimierungs-Agenturen. Sparen Sie viel Geld und profitieren Sie von einem stets aktualisierten Wissen. Bei uns lernen Sie die Anwendungen, Prozesse und Abläufe im Suchmaschinen-Optimierungs- und Marketing Bereich. Es ist bestimmt vorteilhafter, wenn Sie so arbeiten können, dass Sie gegenüber der Konkurrenz einen Vorsprung erzielen. Dies durch besseres Ranking bei Suchmaschinen, wie auch mehr Verkäufe, Umsatz und Neubesucher.

Was unterscheidet uns von anderen Kursen?
Meistens werden Kurse mit mehreren unterschiedlichen Kursmitgliedern durchgeführt und sind mehr Theorie lastig als praktisch orientiert. Es gibt heute aber nicht den einen Schlüssel, der allen unterschiedlichen Branchen die Tore zu einer Top-Platzierung öffnet. Jemand, der Produkte verkauft, benötigt andere Arbeitsprozesse in der Optimierung als jemand, der Dienstleistungen im Maschinenbau anbietet. Wenn Sie sich bei uns für einen Kurs anmelden, wird im Vorfeld Verschiedenes abgeklärt und der SEO-Kurs speziell auf Ihr Projekt vorbereitet. Bei jedem Theorie-Schritt werden praktische Beispiele in Ihrem CMS, Software etc. vorgenommen. So wissen Sie auch noch Wochen nach dem Kurs, wo und wie Sie was machen müssen. Nur so können Sie maximal profitieren und erhalten ein unschlagbares Preis- Leistungsangebot.

Das Kursprogramm in 4 Haupsegmenten:
1. Geschichte, Technik, Analyse
2. Onsite-Optimierung
3. Offsite-Optimierung
4. Marketing

Spezielles
Jedes Kursmitglied erhält eine spezielle Karte mit Zugangsdaten zum SEO-VIP-Bereich, in dem Sie wertvolle Nachrichten und Berichte entnehmen können, sowie einen Gutschein für die kostenlose Prüfungsteilnahme, um das gelernte anhand eines Zertifikates zertifizieren zu lassen.

Your-Webcoach
Morgenstrasse 136a
3018 Bern / Schweiz
info@seo-kurs.ch, www.seo-kurs.ch
Tel.: +41 76 379 00 00
Tel.: +41 31 990 11 79
Fax: +41 31 990 11 78

Ein interessanter Weg: Erfolgreich selbstständig werden

Der Weg in die erfolgreiche Selbstständigkeit könnte der bewährte Kurs «Ich mache mich selbstständig!» sein. Der Traum vom eigenen Unternehmen ist attraktiv. Deshalb wagen viele aktive Personen auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten den Sprung in die Selbstständigkeit. Der Kurs wird in Zusammenarbeit mit dem Amt für Wirtschaft und Arbeit, der Aargauischen Kantonalbank, Basler Versicherung und den kantonalen Wirtschaftsverbänden angeboten.

5 Fragen an den Organisator der Kurse Walter Cadosch, Geschäftsführer der start-net gmbh.

Warum unterstützt der Kanton mit den Konjunkturmassnahmen diesen Kurs?
Wir brauchen neue Arbeitsplätze, ein guter Weg dazu sind Neugründungen von Unternehmen oder der Weg in die Selbstständigkeit. Dieser Schritt ist jedoch nicht einfach, vor allem weil oft das nötige Grundwissen fehlt. In unserem Lehrgang, der ausschliesslich von praxiserprobten Persönlichkeiten gestaltet wird, wollen wir dieses wichtige Grundwissen sowie Kontakte und zahlreiche nützliche Hilfestellungen vermitteln. Der Kurs ist sehr beliebt, er findet ab März 2010 bereits zum 29. Mal statt.

Wer sollte diesen Kurs besuchen?
Der Kurs richtet sich an alle Frauen und Männer, die ihren Traum von der Selbstständigkeit verwirklichen wollen. Die Vorbildung spielt dabei keine Rolle, die einzige Voraussetzung ist der Wille zur Selbstständigkeit. Wir unterstützen die Teilnehmenden dabei, ihre Visionen zu definieren und umzusetzen.

Was ist der Inhalt dieses Kurses?
Der Kurs ist in Modulen aufgebaut. Alle Themen, die für die Selbstständigkeit wichtig sind, werden auf Praxisniveau behandelt und bilden zusammen ein Ganzes. Neben der bereits erwähnten Vermittlung von Grundwissen, wie beispielsweise das Erstellen eines Businessplans, die Marktabklärung und -bearbeitung, das Optimieren von Steuern oder die Finanzierung des Kapitalbedarfs, geht es nicht zuletzt um den Aufbau eines Netzwerkes – ein «Muss» für den erfolgreichen Neuunternehmer. Kursteilnehmende haben die Chance Gleichgesinnte kennen zu lernen und mit den Referenten, die allesamt ausgewiesene Fachleute aus der Praxis sind, Kontakte zu knüpfen. Im Anschluss an jeden Kursabend findet ein Kontaktapéro statt. In den Kursen kommen stets Teilnehmende aus verschiedensten Branchen und mit unterschiedlichen Hintergründen zusammen. Der Austausch gestaltet sich also von der ersten Minute an spannend!

Waren die bisherigen Kursteilnehmenden erfolgreich?
Aus unserer langjährigen Erfahrung wissen wir, dass sehr viele Teilnehmende den Sprung in die Selbstständigkeit gut geschafft haben und die neue berufliche Freiheit extrem schätzen. Natürlich sind hier Durchhaltewillen, Überzeugungskraft, Eigenmotivation, aber auch Risikofreude gefragt. Eine Studie der Fachhochschule Aargau attestiert dem Kurs ein überdurchschnittlich positives Resultat.

Wann und wo findet der Kurs statt?
Details zu den Kursen unter www.start-net.ch und Anmeldung unter kurs@start-net.ch. Die Kurskosten belaufen sich auf Fr. 700.– inkl. Kursunterlagen und Apéros. Kursteilnehmende aus dem Aargau können für Fr. 350.– teilnehmen.
Tel. 056 426 70 49 *Jürg Fehlbaum*

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 38

Anzeigen

Auch für Unternehmens-Berater ein interessantes Produkt mit direkter Umsatz-Beteiligung

AVV-Praxis-FACTORING®
(international registriert)
für ALLE Ärzte, Naturärzte und Therapeuten

Liquidität für immer
..... ist zuverlässig durch eine Finanzierung des Umsatzes erreichbar!

AVV-FACTORING®
AVV-FACTORING AKTIENGESELLSCHAFT
ALLE VORTEILE VORHANDEN
gegründet 1975

LI-9490 Vaduz, Heiligkreuz 44, Postfach 17 ✆ +423/265 10 00 +423/265 10 10
factoring@avv.li www.avv.li www.kmu-factoring.com

62

FINANZEN

Veranstaltungsort

Zentrum für Weiterbildung
der Universität Zürich
Schaffhauserstrasse 228
8057 Zürich

Seminartermine/Preise

Kostenrechnung – Basic
Donnerstag, 2. September 2010
CHF 890.– (exkl. MWST)

Kostenrechnung – Advanced
Donnerstag, 14. Oktober 2010
CHF 980.– (exkl. MWST)

Jeweils: 9.00 Uhr bis ca. 17.00 Uhr

Inklusive:
- Mittagessen, Getränke, Pausenverpflegung
- Seminarunterlagen, Zertifikat

Das Seminar richtet sich an

Leiter und Mitarbeiter Finanz- und Rechnungswesen, Geschäftsleitungsmitglieder, Controller, Verwaltungsräte, Treuhänder

Teilnehmerzahl pro Seminar

max. 28 Personen

WEKA Praxis-Seminare

Kostenrechnung für jeden Level

Liefern Sie die relevanten Kosteninformationen für die Steuerung Ihres Unternehmens

Akkreditiert durch FPVS 8 CREDITS

Ein **fundiertes internes Rechnungswesen** ist in einer Zeit, die durch verschärften Wettbewerb und zunehmenden Kostendruck gezeichnet ist, für Unternehmen überlebenswichtig. Mit Hilfe der Kostenrechnung wird die Wirkung der Kosten auf betriebliche Entscheidungen transparent und bildet somit die Basis für eine zielorientierte Unternehmenssteuerung.

An diesen Praxis-Seminaren vermittelt Ihnen ein Fachexperte für jeden Wissens-Level **detailliertes Know-how** rund um die Kostenrechnung. Im Fokus steht dabei Ihr **direkter Praxis-Nutzen.** Bringen Sie Ihre Fragen gleich mit ins Seminar ein. Sie erhalten viele **konkrete Umsetzungstipps** von einem renommierten Spezialisten.

WEKA Praxis-Seminar

Kostenrechnung – Basic

Donnerstag, 2. September 2010

So erhalten Sie die relevanten Kosteninformationen für Ihre Unternehmung

In diesem Seminar werden Ihnen die Grundlagen und Sinn und Zweck einer Kosten- und Leistungsrechnung vermittelt. Sie lernen, die verursachten Kosten systematisch zu erfassen, zu analysieren und den Kostenverantwortungsbereichen sowie Kostenträgern zuzuordnen.

Seminarthemen

- Grundlagen
- Kostenarten- und Kostenstellenrechnung
- Kostenträgerrechnung und Kalkulation
- Voll- und Teilkostenrechnung

WEKA Praxis-Seminar

Kostenrechnung – Advanced

Donnerstag, 14. Oktober 2010

So steuern Sie die Kostenentstehung zielgerichtet

In diesem Seminar stehen neuere Formen der Kostenrechnung im Mittelpunkt, mit deren Hilfe die Beeinflussbarkeit von Kosten sowie die Wirkung der Kosten aus betrieblichen Entscheidungen transparent werden.

Sie sind in der Lage, eine Prozesskostenrechnung und eine Zielkostenrechnung umzusetzen, kennen die Vorteile eines Kostenmanagements und erkennen Kosteneinsparungspotenziale.

Seminarthemen

- Standardkostenrechnung
- Prozesskostenrechnung
- Zielkostenrechnung (Target Costing)
- Kostensteuerung und Kostenmanagement

Melden Sie sich gleich auf www.praxisseminare.ch oder per Telefon unter 044 434 88 34 an.

WEKA Business Media AG
Hermetschloostrasse 77
8010 Zürich
Tel. 044 434 88 34
Fax 044 434 89 99
info@weka.ch
www.weka.ch
www.weka-finanzen.ch
www.praxisseminare.ch

Datum	Ort	Veranstaltung	Weitere Infos
September			
02.09.2010	Horgen	Zürcher Unternehmertreffen	www.netzwerk-zuerich.ch
02.09.2010	Bern	Wirkungsvolles Reporting & Controlling	www.swiss-excellence-forum.ch
08.09.2010	Zürich	Wirkungsvolles Reporting & Controlling	www.swiss-excellence-forum.ch
09.09.2010	Luzern	Wirkungsvolles Reporting & Controlling	www.swiss-excellence-forum.ch
10./11.09.2010	Grenchen	Mental in Form	www.praxisbruecke.ch
16.09.2010	Frauenfeld	Thurgauer Unternehmertreffen	www.netzwerk-tg.ch
16.09.2010	Frauenfeld	Akquirierung neuer Kunden, Finanzierungen	www.kmuverband.ch
18./19.09.2010	Basel	Persönlichkeitsentwicklung und Leadership	www.ths-music.ch
23.09.2010	Würenlos	Erfolgreiche Verkaufsgespräche, Finanzierungen	www.kmuverband.ch
23.09.2010	Luzern	Personal Excellence	www.swiss-excellence-forum.ch
24.–26.09.2010	Zürich	lifefair – Clever Lösungen für besseres Leben	www.lifefair.ch
30.09.2010	Uitikon	Factoring, Marketing Effizienz	www.kmuverband.ch
Oktober			
07.10.2010	Pratteln	Basler Unternehmertreffen	www.netzwerk-basel.ch
14.10.2010	Illnau/Effretikon	Zürcher Unternehmertreffen	www.netzwerk-zuerich.ch
21.10.2010	Root	Zentralschweizer Unternehmertreffen	www.netzwerk-luzern.ch
21.10.2010	Gisikon	Change Management, Verkaufsgespräche	www.kmuverband.ch
28.10.2010	Uitikon	Zürcher Unternehmertreffen	www.netzwerk-zuerich.ch
28.10.2010	Muttenz	Factoring, Marketing Effizienz	www.kmuverband.ch
November			
04.11.2010	Weinfelden	Thurgauer Unternehmertreffen	www.netzwerk-tg.ch
04.11.2010	Egerkingen	Akquirierung neuer Kunden, Finanzierungen	www.kmuverband.ch
19./20.11.2010	Rheinfelden	Mental in Form	www.praxisbruecke.ch
11.11.2010	Muri/BE	Berner Unternehmertreffen	www.netzwerk-bern.ch
11.11.2010	Abtwil	Factoring, Marketing Effizienz	www.kmuverband.ch
25.11.2010	Muri	Factoring, Marketing Effizienz	www.kmuverband.ch
27.11.2010	Basel	Persönlichkeitsentwicklung und Leadership	www.ths-music.ch

Anzeigen

Seite 4–6/8–10/37
Schweizerischer KMU Verband SKV
Eschenring 13
6300 Zug
info@kmuverband.ch

Seite 7
School for International Business
Riedtlistrasse 19
8006 Zürich
www.eiab.ch

Seite 11
Brem + Schwarz Elektroinstallationen AG
Baslerstrasse 125
8048 Zürich
www.brem-schwarz.ch

Seite 12
Kanzlei Luzernerstrasse Kriens
Luzernerstrasse 51a
6010 Kriens
www.anwaelte-kriens.ch

Seite 13
Küng Rechtsanwälte
Giesshübelstrasse 62d
8045 Zürich
www.kueng-law.ch

Seite 14
Cyberfactory AG
Gewerbestrasse 18
8132 Egg
www.cyberfactory.ch

Seite 15
Gaggohaas GmbH
Binningerstrasse 15
4051 Basel
www.gaggohaas.com

Seite 16/17
power and joy
Paul Albert Jenny
Höheweg 7
4663 Aarburg

Seite 18
Univention GmbH
Mary-Somerville-Str.1
D – 28359 Bremen
www.univention.de

Seite 19
Blum&Grob Rechtsanwälte AG
Neumühlequai 6, Postfach 3954
8021 Zürich
www.blumgrob.ch

Seite 20/21
brainway
Grienstrasse 22
4055 Basel
www.brainway.ch

Seite 22
Lifestyle adventure GmbH
Parkstrasse 2
5012 Schönenwerd
www.lae.ch

Seite 23
Vereinigung Alternativmedizin Schweiz
Blegistrasse 13
6340 Baar
www.va-s.ch

Seite 24
Feng Shui Center Baden-Brugg
Mostelbergstr. 161
6417 Sattel
www.fengshui-center.ch

Seite 25
Christine & Dietmar Thielmann-Hunziker
Aeschiriedstrasse 21
3703 Aeschi b. Spiez
www.thielmann.ch

Seite 26/27
IRC-SWISS GmbH
Zugerstrasse 64a
6340 Baar
www.irc-swiss.ch

Seite 28
Sichern Sie sich Ihre gratis
Webstar Mobile App!
Vorregistrieren unter
www.greengold.cc

Seite 29
naturgeist Alexandra Huber
Outdoor-Coach
Sonnacker 55, 8905 Arni
www.naturgeist.ch

Seite 30
adlatus Schweiz
6314 Unterägeri
0848 48 48 88
www.adlatus.chSeite 30

Seite 31
coaching-point gmbh
Rothbündtweg 10
8615 Wermatswil
www.coaching-point-gmbh.ch

Seite 32
M&M Hire AG
Postweg 2
5012 Schönenwerd
www.mmhire.ch

Seite 33
BOTTA EVENT-FACTORY
Zur Säge
8606 Greifensee
www.event-factory.ch

Seite 34
Your-Webcoach
Morgenstrasse 136a
3018 Bern
www.seo-kurs.ch

Seite 35
start-net gmbh
Rummelring 35
5610 Wohlen
www.start-net.ch

Seite 36
WEKA Business Media AG
Hermetschloostrasse 77
8010 Zürich
www.weka.ch

KLEININSERATE

Ich biete

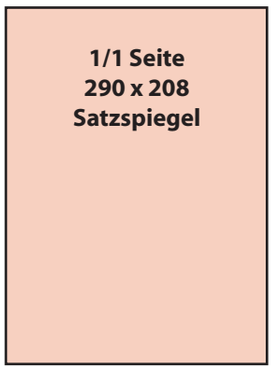
MONTEWA
Wir erledigen Aufträge im Bereich Elektrotechnik und Montagen! Unser Unternehmen übernimmt Projekte und führt diese nach Ihren Vorgaben und Plänen aus! Auch unterstützen wir Ihr Montageteam Vorort zuverlässig und kompetent! www.wohlmuth.cc
Andreas Wohlmuth, 076 239 50 64

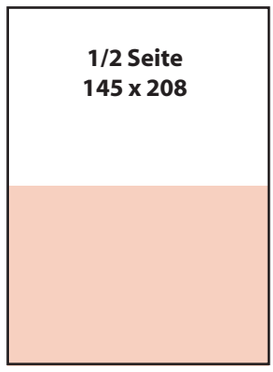
BüroProjekt – Mehr Zeit fürs Wesentliche.
Ich räume für Sie auf.Träumen Sie vom papierlosen Büro? Quillt Ihre Wohnung über? Ist Ihr Keller noch begehbar? www.BueroProjekt.ch.
Mylène Nicole Alt, 071 730 07 91

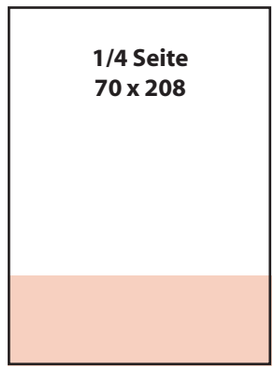
uni-vital GmbH
Verkauf oder Beteiligung an einem Online-Shops für Nahrungsergänzungsmittel.
uni-vital GmbH, 0041741-33259

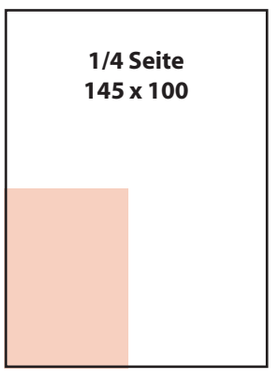
Anzeigen

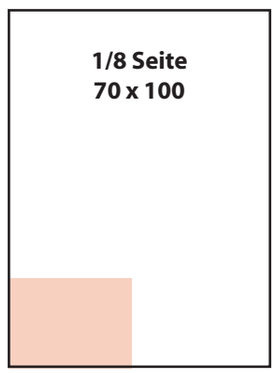
Nachfolgeregelung
Testen Sie den Markt – rasch und anonym!
Die schnellste Seite für Unternehmer und Interessenten.
Über 4‘300 Kontakte in wenigen Monaten!
In 2 Min. können sich Unternehmen auf der Seite eintragen!
www.nachfolgerfinden.ch











Inserieren und ERFOLG haben:

079 853 97 10

www.netzwerk-verlag.ch

Grösse	Satzspiegel	Kosten
1/1 Seite	290 x 208 mm	2100.–
1/2 Seite hoch	145 x 208 mm	1080.–
1/4 Seite quer	70 x 208 mm	540.–
1/4 Seite hoch	145 x 100 mm	540.–
1/8 Seite quer	35 x 208 mm	300.–
1/8 Seite hoch	70 x 100 mm	300.–

Zuschlag für Titelseite: 20%
Zuschlag für 1. Innenseite, letzte Innenseite, Rückseite: 10%

9 x im Jahr den *ERFOLG* im Briefkasten

Die starke Zeitung für Selbständige, Unternehmer und Existenzgründer
www.netzwerk-verlag.ch

Bestellungen an:
KMU Netzwerk Verlag GmbH
Eschenring 13
6300 Zug
Bestellung
per Telefon: 041 740 42 25
per Fax: 041 740 42 26 oder
per E-Mail: abo@netzwerk-verlag.ch

Anzeigen

Trotzdemschaffitis

Eine Krankheit, die's bei uns nicht gibt.

Mit unserer Krankentaggeldversicherung ist Ihr Unternehmen gut abgesichert. www.oekk.ch

ÖKK