ERFOLG

Die starke Zeitung für Selbstständige, Unternehmer und Existenzgründer

Offizielles Organ des Schweizerischen KMU Verbandes

Nr. 2/3 • Februar/März 2021 • 15. Jahrgang • Preis CHF 3.90 • www.netzwerk-verlag.ch • AZB 6300 Zug · Post CH AG

Rechtsberatung
Jahresabschluss in Zeiten von Corona
Artikel Seite 4 – 5

30 Jahre lang Sozialbeiträge entrichtet …
Artikel Seite 7

Finanzen
Gesundes Wachstum durch Kredit
Artikel Seite 13

Arbeit
Textilsharing
Artikel Seite 21

Strategie
Leadership versus Management
Artikel Seite 28-29

Zum Glück verstehen Sie diesen Text
Artikel Seite 32

Unterstützung für KMU
Unentdeckte Kundenwünsche
Artikel Seite 35

Aus- & Weiterbildung
Mitarbeitende professionell begleiten
Artikel Seite 40 – 41

Marketing
Social-Media-Marketing
Artikel Seite 48

Crésus
Die Unternehmenssoftware

Die QR-Rechnung ist da!

Ihre Bank hat Sie gebeten, uns anzurufen.
Worauf warten Sie noch?

0848 27 37 88

www.cresus.ch

Crésus

Editorial

Geschätzte Leserinnen und Leser,
liebe SKV Mitglieder

Mit dieser ersten Ausgabe im neuen Jahr 2021 sind wir bereits im 15. Jahrgang unserer Zeitung Erfolg. Und wenn ich mich so zurück erinnere, hat sich sehr viel getan in dieser Zeit. Liebe Freunde von damals, welche an der «Taufe» der 1. Ausgabe von Erfolg dabei waren, weilen nicht mehr unter uns, wir haben in der Zwischenzeit das Papierformat gewechselt, das Design komplett umgestaltet und auch die Druckerei und verantwortlichen Personen in der Redaktion und im Layout sind nicht mehr dieselben.

Die wohl einzige unveränderte «Komponente» bin wohl ich als Schreiber des Vorwortes. Aber auch ich bin mittlerweile 15 Jahre älter und gerade die letzten 12 Monate haben auch mir gezeigt, wie schnelllebig nun alles ist. Während Covid auf der einen Seite alles entschleunigt hat und das Leben wohl etwas geruhsamer wurde, da weniger Planungssicherheit besteht, man nicht mehr einfach so im Voraus mit Sicherheit Urlaub buchen kann und Kino-, Museums- und Restaurantbesuche ausfallen, ist die Digitalisierung wesentlich schneller vorangeschritten als von den meisten Zukunftsforschern erwartet.

Digitale Medien boomen, das Online-Einkaufen wird zum Standard und Zoom für digitale Konferenzen sowie Teamviewer zur Computerfernsteuerung sind praktisch Non-Stop auf meinem Computer geöffnet. Natürlich haben auch wird uns Gedanken gemacht für die Zukunft und analysiert, ob unsere Zeitung noch zeitgemäss ist oder man aus Kostengründen – denn Druck und Versand sind die teuersten Komponenten der Zeitung – ganz auf ein digitales Format umsteigen soll. Wir bleiben aber auch weiterhin dem Papier treu, denn das haptische Gefühl beim umblättern ist durch nichts zu ersetzen und sind wir ehrlich: Das Lesen einer Zeitung auf dem Smartphone oder Computer ist vielleicht effizienter als das Lesen einer gedruckten Zeitung, aber es ist bei weitem nicht dasselbe Gefühl, welches eben nur das Lesen einer Zeitung oder eines Buches vermitteln kann.

Aber natürlich können alle SKV Mitglieder und Abonnenten diese auch digital lesen und haben Zugriff auf das ganze Archiv. So können wir beide Genres der Leserinnen und Leser bedienen. Welche wie ich, die lieber die Zeitung und andere, welche lieber das Smartphone oder Tablett in Händen halten.

Ich auf jeden Fall freue mich, nun die Zeitung durchzublättern …

Es grüsst Sie freundlich
Roland M. Rupp, Präsident

Passwort für die Ausgabe 11/12: **Papier**
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. Tragen Sie das oben genannte Passwort ein und klicken Sie auf (OK)

Inhalt

Rechtsberatung 4 – 5
Unterstützung für KMU 6
Rechtsberatung 7
Versicherung 8
SKV-Partner 9
Finanzen 11
Günstiger Einkaufen 12
Finanzen 13
Rechtsberatung 14 – 15
Digital 16 – 17
VR-Mandate 18 – 19
Buchtipp 20
Arbeit 21
Coaching 22 – 23
Risiko-Management 24 – 25
Interview 26 – 27
Strategie 28 – 29
Reisen 31
Strategie 32
Digital 33
Unterstützung für KMU 34 – 35
Personalmanagement 36 – 37
Aus- und Weiterbildung 39 – 41
Mehrwertpartner 42
Digital 43 – 45
Gesundheit 46 – 47
Marketing 48
Kundenversprechen 49 – 52
Design-Wettbewerb 53
Veranstaltungen 54
Impressum 54

Jahresabschluss in Zeiten von Corona – Fortführungsprognose und Bewertungsfragen

Foto: www.shutterstock.com

Hinter schweizerischen KMU liegt ein ereignisreiches Geschäftsjahr 2020. Die oberste Geschäftsführung muss sich derzeit nebst dem Tagesgeschäft um die Jahresabschlussarbeiten und das Budget kümmern. Das gilt auch für Personengesellschaften und Selbstständigerwerbende, sofern sie im Handelsregister eingetragen sind. Dabei stellt sich die Frage, ob die durch Corona verursachten anhaltenden Unsicherheiten einen Einfluss auf die Erstellung der Jahresrechnung haben und wenn ja, ob Massnahmen zu ergreifen sind.

Für die meisten KMU in der Schweiz ist der ordentliche Stichtag für die Erstellung der Jahresrechnung der 31. Dezember des Geschäftsjahres. Aktiengesellschaften und GmbHs müssen ihre Jahresrechnung innert 6 Monaten seit dem Bilanzstichtag erstellen und der General- bzw. Gesellschafterversammlung zur Genehmigung vorlegen. Existiert eine Revisionsstelle, muss diese zunächst die Jahresrechnung revidieren, was bei der zeitlichen Planung zu berücksichtigen ist. Die genannte Frist von 6 Monaten ist indes eine reine Ordnungsvorschrift und deren Verletzung zieht keine unmittelbaren Nachteile nach sich. In der Praxis üben immerhin die finanzierenden Banken und die Revisionsstelle einen gewissen Druck aus, wenn die Jahresrechnung nicht rechtzeitig vorliegt.

Aus rechtlicher Sicht stellt die verspätete Erstellung der Jahresrechnung insofern ein Risiko dar, als dass der obersten Geschäftsführung der Vorwurf gemacht werden kann, sie hätte nicht rechtzeitig erkannt, wie schlecht es finanziell um das Unternehmen steht. Besteht nämlich sog. begründete Besorgnis einer Überschuldung, muss sofort reagiert werden. Und nicht nur dann, wenn die Überschuldung offensichtlich ist. Anhaltende Geschäftsverluste, knappe Liquidität oder unsichere wirtschaftliche Entwicklungen verpflichten die oberste Geschäftsführung zur genauen Prüfung der finanziellen Lage. Nur wenn zumindest eine provisorische Jahresrechnung rasch erstellt wird, kann einigermassen beurteilt werden, ob per ordentlichem Bilanzstichtag dringender Handlungsbedarf besteht. Alleine der Umstand, dass während einer gewissen Zeit die Liquidität noch ausreicht und daher nicht unmittelbar die Insolvenz droht, rechtfertig eine Verzögerung der Jahresabschlussarbeiten nicht. In vielen Konkursfällen stellt sich heraus, dass die letzte Liquidität planlos oder für aussichtslose Stabilisierungsmassnahmen verwendet wurde, anstatt für ein professionelles Sanierungskonzept. Ein solches kann aber nur erarbeitet werden, wenn die Geschäftsführung alle Fakten kennt.

Das Corona-Jahr war für die meisten KMU ein schwieriges und einiges deutet darauf hin, dass noch längere Zeit mit Widrigkeiten im Geschäftsalltag zu rechnen ist. Dies alleine verpflichtet die oberste Geschäftsführung, sich sehr rasch ein Bild über das vergangene Jahresergebnis und die Zukunft zu machen. Eine Pflicht, die übrigens nicht nur am Jahresende besteht, sondern während des ganzen Geschäftsjahres.

Bleibt die Geschäftsführung untätig oder reagiert sie zu spät, droht im schlimmsten Fall die Haftung aus Konkursverschleppung oder die Bestrafung wegen ungetreuer Geschäftsführung und Misswirtschaft. Dabei handelt es sich nicht um Kavaliersdelikte. Die kantonalen Staatsanwaltschaften gehen seit einigen Jahren entsprechenden Anzeigen der Konkursbehörden konsequent nach.

Geschäftsverluste müssen durch ausreichendes Eigenkapital kompensiert werden können, andernfalls die Überschuldung und damit der Konkurs droht. Die Höhe des Eigenkapitals hängt unmittelbar von der Bewertung der Aktiven und Passiven ab. Das Gesetz unterscheidet dabei zwischen zwei möglichen Szenarien in der Rechnungslegung, nämlich sog. Fortführungs- und Liquidationswerte. Letztere sind wesentlich schlechter für die Zwecke der Jahresrechnung, da Aktiven in einer Liquidation regelmässig weniger werthaltig sind und die Passiven wegen der Liquidationsrückstellungen ansteigen. Eine Umstellung auf Liquidationswerte führt daher in der Praxis in den meisten Fällen sofort in eine Überschuldungssituation, weshalb wichtig ist zu verstehen, an welche Bedingungen das Prinzip der Fortführung geknüpft wird.

Es ist Sache der obersten Geschäftsführung festzustellen, ob die Fortführungsfähigkeit des Unternehmens gegeben ist. Dabei besteht ein gewisses Ermessen. Dieses muss pflichtgemäss ausgeübt werden. D.h. die oberste Geschäftsführung muss ausreichende Informationen beschaffen, diese analysieren (allenfalls unter Beizug von Spezialisten) und basierend auf dem Analyseergebnis frei von Interessenskonflikten entscheiden.

Das Handbuch der Wirtschaftsprüfung nennt diverse typische Risiken, welche die Fortführungsfähigkeit eines Unternehmens gefährden. Es ist daher aus Sicht der Geschäftsführung zu prüfen, ob diese Risiken auf das Unternehmen zutreffen und welchen Einfluss sie haben könnten. Die wichtigsten Risiken sind konjunkturelle Entwicklungen und (finanz-) politische Massnahmen. Von Bedeutung sind sodann Branchen- und Wettbewerbsrisiken. An erster Stelle stehen aber betriebliche- und finanzielle Risiken, die sich durch ungünstige Umsatz- und Gewinnentwicklungen ergeben können. Die Geschäftsführung hat daher ein Budget und einen Liquiditätsplan für mindestens 12 Monate zu erstellen und diese Dokumente regelmässig zu überprüfen.

Haben COVID-Massnahmen einen unmittelbaren oder mittelbaren Einfluss auf die Geschäftsentwicklung, ist diesem Umstand im Budget und in der Liquiditätsplanung besondere Rechnung zu tragen. Liquiditätsengpässe sind rechtzeitig zu überbrücken, sofern sie nicht durch betriebliche Restrukturierungsmassnahmen behoben werden können. Solche Massnahmen müssen aber realistisch und aussichtsreich sein. Die Beurteilung kann aber im Einzelfall schwierig sein und die Geschäftsführung setzt sich einem Haftungsrisiko aus, wenn betriebliche Restrukturierungs- und Sanierungsmassnahmen nachträglich (z.B. von Gerichten) für offensichtlich untauglich erklärt werden.

Es empfiehlt sich daher, bei Unsicherheiten Restrukturierungs- und Sanierungsspezialisten zu konsultieren, welche unvoreingenommen die Lage des Unternehmens analysieren und Vorschläge unterbreiten. Entsprechende Vorarbeiten werden in der Regel auch von Banken oder Spezialfinanzierern gefordert, wenn Sie für Refinanzierungen oder Überbrückungskredite angefragt werden. Insofern gewinnt das Unternehmen wertvolle Zeit, wenn es frühzeitig Sanierungsanalysen erstellt. Die entsprechenden Kosten halten sich in Grenzen. Diverse Restrukturierungsberater haben wegen COVID spezielle Angebote für kleinere KMU entwickelt oder arbeiten mit Branchenverbänden zusammen. Diese Berater verfügen auch über das nötige Netzwerk, um rasch mit Banken oder Investoren ins Gespräch zu kommen.

Letztlich entscheidet aber der Faktor Zeit über den Erfolg- oder Misserfolg von Sanierungsmassnahmen. Es bleibt daher zu hoffen, dass KMU ganz allgemein, aber besonders in Zeiten von COVID, unmittelbar nach dem ordentlichen Bilanzstichtag ihre Jahresrechnungen für das vergangene Jahr und das Budget sowie die Liquiditätsplanung für das laufende Jahr erstellen und bei erkannten Problemen nicht auf das Prinzip Hoffnung setzen, sondern mit dem Schlimmsten rechnen. Die Praxis zeigt, das frühzeitiges Handeln die Chancen der Betriebsfortführung erhöhen, sodass Unternehmen und ihre Arbeitsplätze erhalten bleiben.

Georg J. Wohl ist Partner bei Baur Hürlimann Rechtsanwälte in Zürich und Spezialist für Rechnungslegungsrecht, Sanierungen und Finanzierungen.

BAUR HÜRLIMANN
RECHTSANWÄLTE

BAUR HÜRLIMANN · RECHTSANWÄLTE
Telefon 044 218 77 77
georg.wohl@bhlaw.ch · www.bhlaw.ch

Anzeige

Bei iba nicht als
SKV Mitglied registriert?
Senden Sie Ihre Koordinaten
an member@iba.ch
Vermerk SKV

Tel. 0800 82 82 82
www.iba.ch

SKV Mitglieder profitieren

Als SKV Mitglied profitieren Sie von Sonderkonditionen
auf dem gesamten iba Sortiment

- Gratis Lieferung innert 24 h
- Kein Mindestbestellwert
- Profit®-Top Konditionen
- 10% Rabatt auf Grossbestellung

iba
Büro und mehr

Vorbezug von Vorsorgegeldern bei Aufnahme einer selbständigen Erwerbstätigkeit – steuerliche Fallstricke

Dominic Nazareno
M.A. HSG, dipl. Steuerexperte

Ein vorzeitiger Bezug von Kapital aus der beruflichen Vorsorge (2. Säule) ist u.a. bei Aufnahme einer selbständigen Erwerbstätigkeit gesetzlich vorgesehen. Eine solche Barauszahlung kann verlangt werden, sofern (i) eine selbständige Erwerbstätigkeit aufgenommen wird und (ii) die Unterstellung unter die berufliche Vorsorge wegfällt. Der Antrag muss innerhalb eines Jahres nach Aufnahme der selbständigen Erwerbstätigkeit bei der zuständigen Vorsorgeeinrichtung erfolgen.

Bei diesem sog. Barauszahlungstatbestand gilt das Alles-oder-nichts-Prinzip, d.h. ein Teilbezug der Altersleistung ist nicht möglich, womit das gesamte angesparte Vorsorgevermögen zur Auszahlung gelangen muss. Die Auszahlung unterliegt bei der direkten Bundessteuer einer gesonderten Besteuerung (zu einem Fünftel des ordentlichen Tarifs). Eine privilegierte Besteuerung greift grundsätzlich auch bei der Kantons- und Gemeindesteuer. Die steuerliche Behandlung dieser Auszahlung ist deshalb von erheblicher Relevanz da eine beträchtliche Entlastung des entsprechenden Einkommens resultiert.

1. Voraussetzungen

Die steuerrechtliche Überprüfung, ob ein Barauszahlungstatbestand vorliegt, erfolgt in eigener Kompetenz der Steuerbehörde und damit unabhängig von derjenigen der Sozialversicherungsbehörde. Dies hat u.U. zur Folge, dass die Steuerbehörde noch Jahre später im Veranlagungsverfahren zu einem anderen – für die Steuerpflichtigen nachteiligen – Resultat gelangt. Verweigert die Steuerbehörde eine privilegierte Besteuerung, muss sie dem Steuerpflichtigen zumindest die Gelegenheit geben, den Vorbezug zurückzuzahlen. Andernfalls wird dieser zusammen mit den übrigen Einkünften der Steuerperiode der ordentlichen Besteuerung unterworfen.

In der Praxis steht bei der Überprüfung neben dem Wegfall der Unterstellung unter die berufliche Vorsorge das Kriterium der Aufnahme einer selbständigen Erwerbstätigkeit im Vordergrund. Der Begriff der selbständigen Erwerbstätigkeit wird dabei weder im Bundesgesetz über die Harmonisierung der direkten Steuern der Kantone und Gemeinden (StHG) noch in den kantonalen Steuergesetzen definiert. In der steuerrechtlichen Praxis gelten jene natürliche Personen als selbständig erwerbend, die auf eigene Rechnung und Risiko, unter Einsatz von Arbeitsleistung und Kapital, in einer frei gewählten Organisation planmässig und nach aussen sichtbar am wirtschaftlichen Verkehr teilnehmen und eine Gewinnerzielung beabsichtigen. Ausschlaggebend bei der Frage, ob im konkreten Fall eine selbständige Erwerbstätigkeit vorliegt, ist laut bundesgerichtlicher Rechtsprechung stets das Gesamtbild der vollzogenen Tätigkeiten. Es sind alle Umstände des Einzelfalls in die Beurteilung einzubeziehen.

Der Beginn der selbständigen Erwerbstätigkeit wiederum hat weder durch Gesetz noch durch kantonale Weisungen eine spezielle Regelung erfahren. Ein Beginn ist zumindest nicht erst mit dem Fliessen von Einkünften anzunehmen, da es durchaus möglich ist, eine Betätigung auszuüben, welche erst nach längerer Zeit Einkünfte erzielt. Immerhin kann gesagt werden, dass eine selbständige Erwerbstätigkeit jedenfalls dann vorliegt, wenn sie als solche im Wirtschaftsverkehr wahrnehmbar wird. In aller Regel ist dies die Eröffnung des Geschäftsbetriebs oder eines eigenen Büros, das Anstellen von Personal oder das Tätigen von Investitionen. Nicht massgebend ist, wann die ersten Einkünfte fliessen.

Wer hingegen seine Arbeitskraft auf bestimmte oder unbestimmte Zeit in persönlicher Abhängigkeit, nach Weisungen eines Vorgesetzten für fremde Interessen, unter Ausschluss eines persönlichen Unternehmerrisikos und ohne Kapitaleinsatz einem Dritten gegen Entgelt zur Verfügung stellt, gilt als unselbständig erwerbend. Als unselbständig gelten alle auf Grund eines Arbeitsverhältnisses ausgeübte Tätigkeiten.

2. Zeitliche Dauer der selbständigen Erwerbstätigkeit

Was die zeitliche Dauer anbelangt, hat sich das Bundesgericht dahingegen geäussert, dass bei einer Aufnahme einer selbständigen Erwerbstätigkeit und zeitnaher Wiederaufnahme eines Arbeitsverhältnisses keine Mindestdauer für Ersteres vorausgesetzt ist. Solange eine solche effektiv und nachweislich aufgenommen worden ist, ist eine Wiederanstellung für den Barauszahlungstatbestand per se nicht schädlich.

Das gleiche gilt für den Fall, dass eine Personengesellschaft in eine juristische Person umgewandelt wird, wofür in der Praxis zahlreiche, meist betriebswirtschaftliche oder haftungsrechtliche Gründe sprechen. In einem jüngst ergangenen Entscheid führt das Bundesgericht aus, dass für eine steuerliche Anerkennung der Barauszahlung neben den genannten Voraussetzungen für die Bedingung einer Mindestdauer, keine gesetzliche Grundlage bestehe.

3. Fazit

Sind Indizien vorhanden, welche gegen eine Selbständigkeit sprechen, besteht die Gefahr, dass die Steuerbehörde diese negiert und von einer sog. «Scheinselbständigkeit» ausgeht, mit der Konsequenz einer Ablehnung der privilegierten Besteuerung der Austrittsleistung. Vorsicht ist ausserdem bei der Wiederaufnahme einer unselbständigen Erwerbstätigkeit, der Umwandlung einer Personengesellschaft in eine juristische Person sowie bei lange andauernden Phasen der Verlusterzielung (Gefahr fehlender Gewinnerzielungsabsicht) geboten.

Um solche Risiken zu minimieren, ist je nach Vorhaben und Sachverhalt eine detaillierte Analyse angebracht und in Einzelfällen sogar eine verbindliche Klärung mit der Steuerbehörde (in Form einer Rulinganfrage) ratsam.

NOSUF
Ostschweizer Unternehmerforum

Dominic Nazareno
Associate Partner, PrimeTax AG
Seestrasse 356 · 8038 Zürich
Telefon 058 252 22 03
dominic.nazareno@primetax.ch
www.primetax.ch

30 Jahre lang Sozialbeiträge entrichtet und im Fall von betrieblicher Kurzarbeit im Regen stehend?

Unverschuldet sind (zu) viele Betriebe in eine derart gravierende finanzielle Schieflage geraten, dass sie vom Staat Hilfe in Form von Kurzarbeitsentschädigung beantragen müssen. Bewilligt wird diese nur für die Angestellten. Die Unternehmerin und der Unternehmer bekommen nichts. Ist dies der Preis für die unternehmerische Freiheit?

Die alles berührenden Folgen der aktuellen Pandemie sind hinlänglich bekannt. Auf diese wird hier nicht eingegangen. Weder aus politischer noch aus sozialer Sicht. Angeschnitten wird jedoch ein als schreiende Ungerechtigkeit empfundener Zustand, welcher von rechtschaffenen Unternehmerinnen und Unternehmer zehntausendfach erlebt wird. Es geht um notleidende Betriebe, welche gezwungen sind, ihre Reserven aufzubrauchen, um über eine unabsehbare Dauer über die Runden zu kommen: Der Umsatz nimmt ab. Mit diesem selbstredend auch der Gewinn. Die Fixkosten bleiben. Die Angestellen stehen rum, warten auf Lieferungen – oder schlimmer – auf Bestellungen. Irgendwann wird doch die Pandemie vorüber gehen. Dann braucht der Betrieb seine langjährigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wieder. Bis dahin müssen sie Geld für ihren Lebensunterhalt haben. Dankenswerterweise hilft der Staat.

Der Unternehmer und seine Frau bekommen nichts

Nur Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer (Angestellte) haben Anspruch auf Kurzarbeitsentschädigung, wenn, – nebst anderen Voraussetzungen – der Arbeitsausfall anrechenbar und voraussichtlich vorübergehend ist und erwartet werden darf, dass durch Kurzarbeit ihre Arbeitsplätze erhalten werden können. Anrechenbar ist der Arbeitsausfall, wenn er auf wirtschaftliche Gründe zurückzuführen und unvermeidbar ist. Das sagt das Gesetz. Dies sagt das Gesetz jedoch nur in Bezug auf Arbeitnehmende. Selbständigerwerbende, Geschäftsleiter oder Gesellschafter (arbeitgeberähnliche Personen) werden nur erwähnt, wenn ein negativer Bescheid in Form einer Verfügung kommt, wonach sie für den Bezug von Kurzarbeitsgelder aus auf den ersten Blick nicht nachvollziehbaren Gründen nicht berechtigt sind. Im Bauch des Geschäftsführers fängt das Grummen an.

Michele Imobersteg, Wirtschaftsjurist vertritt die rechtlich relevanten Interessen der KMU-Mitglieder

Arbeitgeberähnliche Personen

Arbeitgeberähnliche Personen sind Inhaber von Aktiengesellschaften oder GmbH. Unter solche Personen fallen auch alle übrigen Organe, welche im Handelsregister als Geschäftsleiter oder Prokuristen eingetragen sind. Es sind Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die einen massgeblichen Einfluss auf die Strategie der Unternehmung ausüben und mit entsprechenden Entscheidungsbefugnissen auf den Geschäftsgang einwirken.

In Kleinstunternehmen kommt es oft vor, dass die Ehefrau beispielsweise die Buchhaltung besorgt. Als Nahestehende hat auch sie keinen Anspruch auf Kurzarbeit Gelder – obwohl sie nicht im Handelsregister eingetragen ist. Das Gesetz sagt, dass solange diese Personen nicht definitiv aus dem Betrieb ausgeschieden und ihre arbeitgeberähnliche Stellung nicht endgültig aufgegeben haben, besteht kein Anspruch auf Kurzarbeit Geld. Für den Unternehmer ist es unvorstellbar, dass er die Geschicke seiner Firma aufgeben muss, damit er vom Staat Geld bekommt. Doch irgendwie muss auch er privat überleben. Kann es schlimmer kommen? Ja! Beispielsweise bei Verwaltungsräten einer Aktiengesellschaft und Gesellschafter einer GmbH ergibt sich die massgebliche Einflussnahmen von Gesetzes wegen. Die Arbeitslosenkasse hat in diesen Fällen ohne weitere Prüfung den Leistungsausschluss zu verfügen. Ein Mitglied des Verwaltungsrates, welches lediglich 2 % der Aktien besitzt und über Kollektivunterschrift zu zweien verfügt, ist ohne weitere Prüfung von der Ansprüchen ausgeschlossen. Dieser Ausschluss gilt unabhängig seines Aufgabenbereiches und der internen Aufgabenteilung sowie ungeachtet der Tatsache, dass z.B. sein Kollege, welcher als Verwaltungsratspräsident 98 % der Aktien besitzt und einzelunterschriftsberechtigt ist.

Was kann der Unternehmer tun, um als Privatperson seine Miete und die Krankenkasse bezahlen zu können?

Es gibt Fälle, in denen auch der Inhaber der Unternehmung auf Gedeih und Verderb auf die Kurzarbeitsgelder angewiesen ist. Er kann sich aus dem Handelsregister austragen lassen und im Betrieb weiter arbeiten. Doch dies wird von der bewilligenden Behörde als rechtsmissbräuchlich qualifiziert, da es offensichtlich ist, dass die ausgeschiedene Person die Streichung im Handelsregister beantragt hat, um mehr Kurzarbeit Gelder zu erhalten. Erfolg könnte er haben, indem er, nebst der Austragung aus dem Handelsregister, seinen Anstellungsvertrag kündigt und sich in seiner eigenen Firma beispielsweise als Lagerist anstellen lässt. (Gemäss einem Bundesgerichtsentscheid gilt die sogenannte Publizitätswirkung des Handelsregister selbst dann, wenn die Fragen im Antragsformular betreffend arbeitgeberähnlicher Stellung falsch beantwortet wurden.) In diesem Fall müsste unbedingt jemand anders die Geschäftsführung übernehmen. Vielleicht steht die Grossmutter zur Verfügung.

meinJurist
Orientierung. Sicherheit.

meinJurist KmG
Klostergutstrasse 4
8252 Altparadies · 5200 Brugg
Telefon 079 430 50 71
info@meinJurist.ch · www.meinJurist.ch

Wenn das Unvermeidbare eintrifft: KMU-Mitglieder können sich im Sekretariat respektive bei meinJurist.ch melden, wenn bei einer Überschuldung ein «geordneter» Konkurs notwendig wird. Denn in vielen Fällen hängt das eigene Wohnhaus oder private Darlehen am Bankkredit. Zentral wird vorerst die Sanierung sein.

Die neue Home-Office Realität: 5 Tipps für sicheres und produktives Arbeiten

Home-Office ist für viele Berufstätige die neue Arbeitsrealität. Die Verlagerung der Arbeit in die eigenen vier Wänden hat gewisse Vorzüge, birgt aber auch Risiken. So nahmen die Cyber-Angriffe im letzten Jahr deutlich zu. Als SKV-Mitglied können Sie sich schützen und profitieren von einem exklusiven Rabatt von 20% auf den Abschluss einer Secure Cyber Versicherung von Allianz Travel.

Sie wollen wissen, wie Sie Ihren Arbeitsalltag im Home-Office produktiv und sicher gestalten? Mit unseren 5 Tipps meistern Sie jede Herausforderung.

Tipp 1: Persönliche Routine etablieren
Der Mensch ist ein Gewohnheitstier, heisst es. Machen Sie sich das besonders im Home-Office zu Nutze. Zuhause fehlen die gewohnten Abläufe, die unseren Arbeitsalltag strukturieren. Das führt häufig dazu, dass wir weniger effizient und entsprechend länger arbeiten. Um dem entgegenzuwirken, hilft es, eine persönliche Routine zu entwickeln und diese auch strikt einzuhalten. Stehen Sie früh auf und zwar immer zur selben Zeit und halten Sie sich an die vorgesehenen Pausen- und Mittagszeiten. So wirken Sie effektiv Stress entgegen und bleiben dank wirkungsvoller Pausen leistungsfähig.

Tipp 2: In Bewegung bleiben
Sie kennen bestimmt den Ausdruck «Wer rastet, der rostet», in Zeiten von Home-Office trifft das wohl besonders gut zu. Derzeit ist der Arbeitsplatz für viele nur ein Katzensprung entfernt. Das führt dazu, dass wir uns deutlich weniger bewegen als sonst. Auch wenn wir gerne auf das tägliche Pendeln verzichten, so sollten wir in jedem Fall auf eine ausreichende Bewegung achten. Gehen Sie deshalb am Morgen oder während der Mittagzeit spazieren und tanken Sie dabei neue Energie und frische Luft. Ihr Körper und Ihr Geist werden es Ihnen danken.

Tipp 3: Telefonieren statt E-Mails schreiben
Vermissen Sie Ihre Arbeitskollegen und den persönlichen Austausch in der Cafeteria? Während der Coronakrise mussten wir insbesondere unsere zwischenmenschlichen Kontakte stark reduzieren. Der fehlende direkte Austausch ist zweifellos eine grosse Herausforderung und ein spürbares Manko des Home-Office Alltags. Versuchen Sie deshalb weniger Mails zu schreiben und greifen Sie stattdessen lieber zum Telefon. In der Regel lassen sich viele Abklärungen leichter in einem persönlichen Gespräch treffen. Nutzen Sie gleichzeitig unbedingt die Gelegenheit, um sich mit Ihren Kollegen auch über andere Themen auszutauschen. Das stärkt die Teamzusammenarbeit und hilft auch allfälligen Missverständnissen vorzubeugen.

Tipp 4: Sicherheit geht vor – jetzt Ihren 20 % Mitglieder-Rabatt einlösen
Im Home-Office steigt das Risiko Opfer einer Cyber-Attacke zu werden, da wir unvorsichtiger handeln. Entsprechend sind im Jahr 2020 auch mehr Cyber-Angriffe verzeichnet worden.

Mit der Seucre Cyber Versicherung von Allianz Travel geniessen Sie einen umfassenden Schutz im Internet und profitieren **als SKV-Mitglieder exklusiv von 20% Rabatt.**

Online-Abschluss in 3 Schritten
1. QR-Code mit Ihrem Smartphone scannen oder www.allianz-travel.ch/skv im Browser aufrufen.
2. Ihren SKV-Rabattcode im Buchungspfad eingeben: **201051-p-SKV**
3. Von einem umfassenden Schutz profitieren!

Die Secure Cyber Versicherung schützt Sie gegen Gefahren und Risiken einer digitalisierten Welt. Sie erhalten umgehend professionelle Hilfe; sei es bei Verlust oder Beschädigung Ihrer elektronischen Daten, bei Vermögensschäden infolge von Diebstahl Ihrer persönlichen Zugangsdaten oder auch im Falle von Persönlichkeitsverletzungen über das Internet.

Tipp 5: Arbeitszeiten einhalten
Die Grenze zwischen Arbeit und Freizeit kann im Home-Office Alltag, aufgrund der fehlenden räumlichen Trennung rasch verblassen. Daher ist es umso wichtiger, sich an die Arbeitszeiten zu halten. Stellen Sie sicher, dass Sie Ihren Arbeitstag pünktlich beginnen und auch genau so pünktlich wieder beenden. Legen Sie sich hierzu Regeln fest, damit es Ihnen leichter fällt am Abend den Computer herunterzufahren und sich in den verdienten Feierabend zu verabschieden.

Allianz Travel

Allianz Travel
Richtiplatz 1 · 8304 Wallisellen
Telefon 044 283 32 22
info.ch@allianz.com · allianz-travel.ch

Die Pensionskasse des schweizerischen KMU Verbandes – Noventus Pensionskassen

Das Jahr 2020 - Trotz Allem ein gutes Jahr für die Versicherten der beruflichen Vorsorge?
Auch wenn wir auf ein turbulentes Jahr 2020 zurückblicken, zumindest an der Börse konnten die Noventus Pensionskassen auf ein erfolgreiches Jahr zählen.

Ebenso erfreulich war, dass sich die Basisvorsorge von Noventus im Jahr 2020 den 1. Platz für die beste Offerte im Mystery Shopping der teilautonomen Gemeinschafts- und Sammelstiftungen beim 15. Pensionskassen-Ranking der SonntagsZeitung holte. Die Offerte wurde anonym durch einen Versicherungsbroker in Basel bei den verschiedenen Sammelstiftungen eingeholt – es handelte sich um einen KMU-Betrieb mit 17 Mitarbeitern. Ein grosser Unterscheid zeigte sich bei der Höhe der Risikoprämie: die Noventus Basisvorsorge ist mehr als doppelt so günstig wie der teuerste Anbieter.

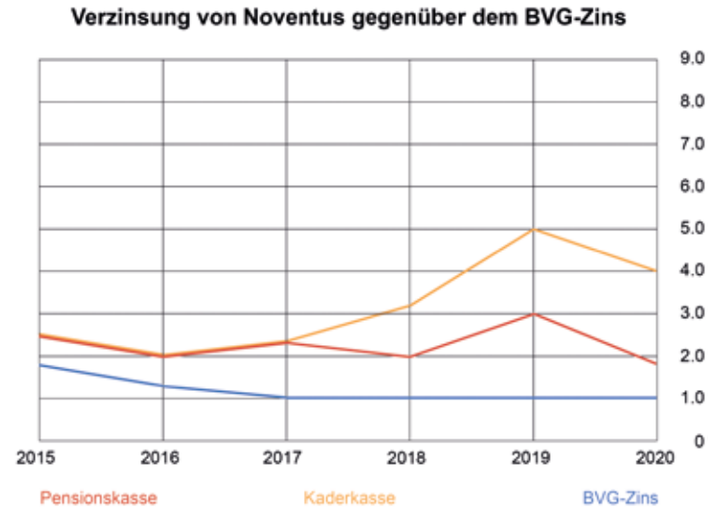
**Die Zahlen stammen aus dem 15. Offertenvergleich, den die «SonntagsZeitung» am 7. Juni 2020 veröffentlichte, sowie die «Finanz und Wirtschaft» im Rahmen des Pensionskassenvergleichs zusammen mit dem Beratungsunternehmen Weibel Hess & Partner 2020 durchgeführt hat.*

Höherverzinsungen auch im 2020
Unsere Versicherten konnten auch im 2020 von einer höheren Verzinsung ihrer Altersguthaben profitieren. Nebst den Sparbeiträgen wirken sich solche Zinsgutschriften langfristig und direkt auf die individuellen Altersguthaben der Versicherten aus. Ein weiterer Vorteil: eine Höherverzinsung führt nicht zu einer finanziellen Mehrbelastung, weder für die Arbeitgeber noch die Arbeitnehmer.

Verzinsung Altersguthaben 31.12.2020
NoventusCollect: 1.75 %

Verzinsung Altersguthaben 31.12.2020
NoventusCollect Plus: 4 %

Den Ansatz, die Altersguthaben besser als es der BVG-Mindestzinssatz vorsieht zu verzinsen, verfolgen wir seit ein paar Jahren konsequent und erfolgreich. Eine Entscheidung, die sich für die Versicherten bewährt hat.



Die beiden Sammelstiftungen NoventusCollect (Basisvorsorge) und NoventusCollect Plus (Kadervorsorge) bieten preisewerte, sichere und kundenfreundliche Lösungen in der beruflichen Vorsorge an.

Für eine persönliche Beratung stehen Ihnen unsere UnternehmensberaterInnen gerne zur Verfügung.

Noventus Pensionskassen:
Der Vorsorgetreffer für Ihre 2. Säule

NOVENTUS
PENSIONSKASSEN

Noventus Pensionskassen
Grundstrasse 18 · 6343 Rotkreuz
Telefon +41 41 798 11 77 · www.noventus.ch

Empfohlen vom SKV

Die grossartige Schweizer Business-Software für kleine & mittlere Unternehmen

Comatic

SFr.

20%
Rabatt für Start-ups

Gratis-Demoversion

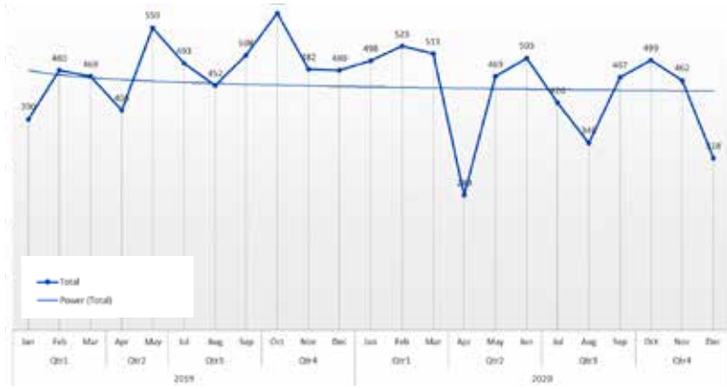
OK

Als Inhaber eines Kleinunternehmens wollen Sie mit der Administration keine Zeit verschwenden. Sie brauchen eine clevere und einfach zu bedienende Software. Mit Comatic organisieren Sie Geschäftsprozesse von der Adressverwaltung, Auftragsbearbeitung und Buchhaltung bis zum Personal.

041 922 24 80 info@comatic.ch comatic.ch

Was ist Credit Management und wie vermeide ich Debitorenverluste (Teil 2)?

Vorstand, VCMS (v. links n. rechts; Alain VonRufs, Jean-Francois Carbonneil, Danny Kaltenborn, Pietro Pavone, Sebastian Goetz, Mathias Freudenreich)



Quelle Grafik: SHAB.ch

Der Verein für Credit Management Schweiz (VCMS) hat das Ziel, Credit Management in der Schweiz zu etablieren und zu professionalisieren. Credit Management soll zu einem selbstverständlichen Bestandteil in den Schweizer Unternehmen werden.

Wir untersuchen laufend wie sich die Insolvenzen in der Schweiz entwickeln und was die Treiber dahinter sind. Als die Corona-Krise einsetzte, war das Insolvenzrisiko bereits seit Monaten gestiegen, nicht zuletzt aufgrund der abkühlenden Nachfrage aus dem Ausland und verhaltener Investitionstätigkeiten. Die Pandemie hat die Schweizer Wirtschaft dann noch einmal getroffen, die Liquiditätsengpässe nehmen jede Woche spürbar zu. Firmen müssen bei der Vergabe von Lieferantenkrediten besonders genau hinschauen. Je länger eine Rechnung ausstehend ist, desto wahrscheinlicher wird der Forderungsausfall. Gleichzeitig muss es aber auch darum gehen, die Umsätze zu sichern und sicherzustellen, dass diese nicht zu stark zurückgehen. Hierbei unterstützen wir sie mit unserem Know-how und Netzwerk.

Diverse Studien, so z.B. auch der jährliche Zahlungsbarometer von Atradius Schweiz, der das Zahlungsverhalten von Unternehmen im Firmengeschäft analysiert, zeigen auf, dass Zahlungsverzüge um 70% gestiegen sind gegenüber dem Jahr 2019. 52% der Unternehmen melden nach Beginn der Pandemie Umsatzrückgänge. Das sind deutlich mehr als diejenigen, die keine Auswirkungen meldeten (32%).

43% der befragten Unternehmen erfahren Liquiditätsprobleme.

Bis anhin hat die Corona-Welle jedoch noch keine Konkurswelle bewirkt, was die nachstehende Grafik im Verlauf über die Zeit aufzeigt. Dies ist vorerst nicht zuletzt den Unterstützungen des Bundes geschuldet. Die nächsten Monate werden zeigen, wie nachhaltig sich diese Entwicklungen gestalten.

Bleiben sie bezüglich dieser Themen am Ball, unter dem Motto:
«Vom Credit Manager für den Credit Manager» entwickelt der VCMS verschiedene Praxisangebote. Der VCMS ist die Plattform für nationale und internationale Kontakte und der Ort, das eigene Netzwerk im Berufsstand Credit Management aufzubauen und zu erweitern.

Mitglieder des Vereins haben Zugriff auf dieses Netzwerk und freien Zugang zu Veranstaltungen, wie z.B. dem Virtual RoundTable oder Swiss Credit Management Forum.

Die Mindestanforderungen an des Credit Management (MaCM) stehen unseren Mitgliedern kostenlos zur Verfügung.

Der Verein hat ein Buch veröffentlicht, das die Empfohlene Praxis im Credit Risk Management beschreibt. Darin sind eine Standardrichtlinie, Prozeduren und Standardverträge abgebildet, Leistungskennzahlen, Credit Scoring Modelle und Berichterstattungsinstrumente erklärt, sowie auf wichtige Informationsquellen und Definitionen hingewiesen.

Das Buch über:
Credit Risk Management
Empfohlene Praxis

Mitglieder des Schweizerischen KMU Verbandes erhalten eine Jahresmitgliedschaft gratis.
Werden Sie Mitglied!

VCMS
Association of Credit Management Switzerland

Verein für Credit Management Schweiz
Klausstrasse 43 · 8008 Zürich · Telefon 076 215 94 15
info@creditmanager.ch · www.creditmanager.ch

Alles was Sie brauchen –

Sichern Sie sich attraktive Rabatte in Ihrem Vorteilsportal

Kennen Sie bereits Ihr SKV-Vorteilsportal? Als Mitglied des SKV Schweizerischen KMU Verbandes haben Sie Zugriff auf zahlreiche namhafte Angebotspartner, die Ihnen attraktive Einkaufsvorteile, Sonderkonditionen und Services zur Verfügung stellen.

Mit bis zu 60% Rabatt, sichern Sie sich die ganze Bandbreite des Online-Shoppings aus Kategorien wie Mode, Multimedia, Beauty, Lebensmittel, Fitness, Freizeit, Wohnen, Autos, Finanzen und vielem mehr. So kaufen Sie entspannt und sicher von Zuhause und geniessen dabei attraktive Konditionen und Services. Bekannte Shops wie Puma, Zur Rose, Lunch Check, Teufel, baby-walz, Zalando und Lampenwelt sind nur einige der Marken, die für Sie bereitstehen. Und das Angebot wird laufend erweitert.

Geniessen Sie das Sparen und entdecken Sie Tag für Tag neue Top-Vorteile, die Ihnen den Alltag versüssen und all Ihre Wünsche abdecken – schnell, einfach, günstig und von Zuhause.

Der Weg zu Ihren Vorteilen: Um die Vorteile nutzen zu können, müssen Sie sich einmalig auf **skv.mitgliedervorteile.ch** registrieren und schon kann es losgehen. Ihr Registrierungscode lautet: **pLMGez**

Wir wünschen viel Spass beim Stöbern, Shoppen und Sparen.

Wer ist mitgliedervorteile.ch?
Hinter mitgliedervorteile.ch steht die MIVO mitarbeitervorteile GmbH (kurz MIVO), ein 2001 in Hamburg gegründetes Unternehmen, welches massgeschneiderte Lösungen im B2B2E-Segment anbietet.

Durch den Eintritt in den Degussa Bank Konzern im Jahr 2016 wurde der Firmensitz nach Frankfurt am Main verlegt. Doch seinem Ziel ist MIVO treu geblieben und unterstützt Unternehmen, Vereine und Verbände seit fast zwanzig Jahren dabei, die Arbeitnehmerzufriedenheit und -motivation zu fördern und die Mitgliederbindung zu stärken. Arbeitnehmern und Mitgliedern werden besondere, rabattierte Angebote und Vorteile zur Verfügung gestellt. Jedem Partnerverband oder Partnerunternehmen steht dabei ein exklusiver Zugang zu den Produkten und Serviceleistungen aus allen Lebensbereichen zur Verfügung. In Verbindung mit den interaktiven Funktionen bietet MIVO seinen Partnern einen zuverlässigen Service aus einer Hand und hat von seinen vier Standorten aus stets ein offenes Ohr für Feedback, Anregungen und Wünsche seiner Partner und User. Über 2.600 Unternehmen, Vereine und Verbände aus Deutschland, Österreich und der Schweiz sind bereits überzeugt.

Immer für Sie da: Herr Ralf Stein
Zweigniederlassung Zürich
MIVO mitarbeitervorteile GmbH

MIVO

MIVO mitarbeitervorteile GmbH
Zweigniederlassung Zürich · Hagenholzstrasse 83b · 8050 Zürich
Telefon 079 754 72 39 · ralf.stein@mitarbeitervorteile.ch

Gesundes Wachstum durch Kredit

Kredite sichern nicht nur das Überleben von Firmen in Krisen, sondern können wesentlich zu deren Wachstum und Gesundheit beitragen.

«Kredite kurbeln das Wachstum an und unterstützen im Alltag.»
Der Begriff «Kredit» hat in der Schweiz im Jahr 2020 mit der Corona-Pandemie zusätzliche Bekanntheit erlangt. Besassen gemäss SECO-Studie aus dem Jahr 2017 nur ein Drittel aller KMU einen Bankkredit, so bezogen in diesem Jahr in der ersten Jahreshälfte insgesamt 136'133 Schweizer Firmen COVID-19-Kredite des Bundes in der Höhe von insgesamt 16.8 Milliarden Franken. Waren Kredite im Jahr 2017 noch negativ geprägt – zu teuer, hohe Sicherheiten, mühsame und zeitaufwendige Kreditprozesse – so änderte sich dies mit den COVID-19-Krediten, welche einfach zu erhalten und zinslos waren, zum Besseren. Doch Kredite sollten eigentlich nicht dem Überleben von Firmen dienen, sondern können – richtig eingesetzt – deren Wachstum ankurbeln und die Freisetzung des ganzen wirtschaftlichen Potenzials einer Firma unterstützen. Auch gesunde Firmen können in einen Liquiditätsengpass geraten oder müssen immense Geldsummen aufbringen, um einen Grossauftrag vorzufinanzieren. Zudem kann dank eines Kredits das vorhandene Eigenkapital für riskantere Tätigkeiten wie neue Produkte und Märkte eingesetzt werden.

«Ermitteln Sie, welches Kreditbedürfnis Ihre Firma hat.»
Benötigt eine Unternehmung einen Kredit, so gilt es, zunächst den Grund für das Kreditbedürfnis abzuklären: Müssen Sie einen Grossauftrag vorfinanzieren? Möchten Sie expandieren und müssen dafür hohe Summen aufbringen? Haben Sie in Ihrer gesunden Firma in der Finanzplanung einen Liquiditätsengpass aufgedeckt, den Sie überbrücken müssen? Oder benötigen Sie eine neue Fahrzeugflotte? Sobald Sie ermittelt haben, welcher Kredit am besten zu Ihrem Bedürfnis passt, können Sie sich dann auf die Suche nach dem passenden Kreditgeber machen.

«Mehrere Kreditofferten geben Ihnen Verhandlungsmacht.»
So wie es verschiedene Anbieter für zum Beispiel Autos gibt, so gibt es eben auch viele Anbieter für Kredite. Man denkt zwar automatisch immer erst an die Banken, daneben gibt es aber auch zahlreiche Crowdlender und Spezialanbieter, die Unternehmen Finanzierungen anbieten. Es gibt dabei keine besseren oder schlechteren Anbieter, sie decken einfach verschiedene Bedürfnisse mit unterschiedlichen Produkten ab. Ausserdem sind sie mehr oder weniger risikofreudig. Wo Banken die Firmen mit Liquidität, Kapital für Mobilien und Hypothekarkrediten versorgen, können die risikofreudigeren Crowdlender besonders bei Wachstumsprojekten unterstützen. Spezialanbieter wie Leasinggeber und Factoringfirmen konzentrieren sich auf ein enges Fachgebiet. Viele Unternehmen wenden sich mit ihrem Finanzierungsbedürfnis direkt an ihre Hausbank, ohne andere Kreditgeber in Betracht zu ziehen. Das mag einfach sein, «weil man sich ja kennt». So haben sie allerdings keine Vergleichsmöglichkeiten, können nur beschränkt verhandeln und verzichten möglicherweise auf die besten Angebote und damit eine optimale Finanzierung. Mehrkosten oder einschnürendere Konditionen als nötig, könnten die negativen Folgen sein.

«Durch Vergleich zu attraktiven Konditionen.»
Die wohl komplexeste Thematik bei Finanzierungen sind die Konditionen. Hier schaffen Transparenz und eine saubere Dokumentation beidseitiges Vertrauen. Auch hier gilt: haben Sie mehrere Offerten von verschiedenen Anbietern, so können Sie die Konditionen vergleichen, besser verhandeln und die attraktivsten Konditionen für Ihr Unternehmen aushandeln.

«Online mehrere, unabhängige Kreditofferten zum Vergleich erhalten.»
Während der Wettkampf unter den verschiedenen angefragten Anbietern ihre Verhandlungsmacht steigert, verursacht es auch eine Menge an Papierkram und nimmt damit viel Zeit in Anspruch – Zeit die Sie als Unternehmer nicht haben. Systemcredit betreibt deshalb die erste, von Kreditgebern unabhängige, digitale Kreditplattform. Geben Sie Ihre Kreditanfrage in nur wenigen Minuten ein und erhalten Sie mehrere Kreditofferten von verschiedenen Anbietern zur Auswahl. So erhalten Sie Verhandlungsmacht und damit die besten Kreditofferten – ganz ohne Papierkram und Zeitverlust.

Systemcredit
IN 3 MINUTEN ZUM KREDIT

Systemcredit AG
Wiesenstrasse 5 · 8952 Schlieren · Telefon 058 255 09 88
www.systemcredit.com · info@systemcredit.com

Zukunftsplan statt Lockdown-Blues

Erste Schritte zur Expansion nach Deutschland

Autorin: Sarah Finette, Rechtskonsulentin bei der Vereinigung Schweizerischer Unternehmen in Deutschland (VSUD) und deutsche Rechtsanwältin

Ende 2019 zeigte man sich in Deutschland noch ganz euphorisch: Die Unternehmensgründungsquote kletterte auf den höchsten Stand seit 20 Jahren. Auch die Erwartungen für 2020 sahen rosig aus. Von einem «positiven Gründungsklima» und einem «Kulturwandel hin zu mehr unternehmerischer Selbständigkeit» war die Rede. Dann kam die Corona-Krise und mit ihr die Ernüchterung: Im ersten Halbjahr 2020 sank die Gesamtzahl der Gewerbeanmeldungen im Vergleich zum Vorjahr um 8 Prozent. Bei Kleinunternehmen war es sogar ein Minus von 21 Prozent. Nach einer Umfrage der KfW, der grössten deutschen Förderbank, werden aktuell vier von zehn Gründungsplanungen angesichts der unsicheren wirtschaftlichen Lage verschoben.

Aufgeschoben ist nicht aufgehoben

Sechs von zehn Gründern halten an ihrem Plan fest, die Gründung umzusetzen, sobald es die äusseren Umstände wieder erlauben. Schmieden wir also Zukunftspläne: Ob Gründung eines Standortes, Beschäftigung einzelner Arbeitnehmer oder die Bedienung deutscher Kunden aus der Schweiz heraus – das nördliche Nachbarland ist nach wie vor beliebteste Destination wirtschaftlicher Auslandstätigkeit von Schweizer Unternehmen.

Online-Shop für deutsche Kunden

Eine naheliegende Möglichkeit ist, deutsche Kunden zum Beispiel durch einen Webshop aus der Schweiz heraus zu versorgen. Eine zentrale Frage ist dabei, welches Recht auf die online geschlossenen Verträge anwendbar ist. Ist ihr Shop eindeutig auf deutsche Kunden ausgerichtet? Betreiben Sie einen gesonderten Deutschland-Ländershop?
Sind Ihre Preisangaben in Euro angegeben? Stellen Sie dem Kunden Hinweise für die Lieferung nach Deutschland bereit? Beantworten Sie eine oder mehrere dieser Fragen mit «ja», kommen Sie nicht umhin, sich mit dem geltenden deutschen Recht auseinanderzusetzen (Marktortprinzip).

Die Gesetzgebung in der EU und damit in Deutschland geht teilweise weiter als die Vorschriften in der Schweiz. Werden mit dem Shop auch Konsumenten in EU-Ländern angesprochen, müssen daher zusätzlich insbesondere diese Themen beachtet werden:

- AGB: Der Konsument muss die AGB bei Vertragsschluss abrufen und speichern können.
- Bestell-Button: Die Schaltfläche für die abschliessende Bestellbestätigung muss mit den Worten «zahlungspflichtig bestellen» oder einer anderen eindeutigen Formulierung beschriftet sein.
- Datenschutz: Händler müssen auf ihrer Webseite eine Datenschutzerklärung in präziser, transparenter, verständlicher und leicht zugänglicher Form zur Verfügung stellen. Art. 13 DSGVO zählt die Angaben explizit auf, die in einer DSGVO-konformen Datenschutzerklärung enthalten sein müssen.
- Gewährleistung: Die gesetzliche Gewährleistung beträgt in Deutschland wie in der Schweiz mindestens zwei Jahre. Anders als in der Schweiz muss der Verbraucher aber zunächst erfolglos die Nachbesserung verlangen, bevor er den Kaufpreis mindern oder vom Vertrag zurücktreten kann.
- Klare Angaben: Neben den Kontaktdaten des Verkäufers müssen die wichtigsten Eigenschaften des Produktes oder der Dienstleistung bekanntgegeben werden. Der Gesamtpreis einschliesslich aller Steuern und Abgaben ist zu nennen.
- Widerrufsrecht: Grundsätzlich kann der Kunde ein Produkt innert einer Frist von 14 Tagen nach Erhalt ohne Angabe von Gründen wieder zurückgeben. Das Schweizer Recht kennt grundsätzlich für den Online-Handel keine solche Rücknahmefrist. Zwar sieht der Ehrenkodex des Verbands des Schweizerischen Versandhandels ein Rückgaberecht von 14 Tagen vor. Dieses bindet aber nur Verbandsmitglieder.
- Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen: Die Informationen müssen angegeben werden. Wurde keine andere Vereinbarung getroffen, beträgt die Lieferfrist maximal 30 Tage. Das Schweizer Recht sieht keine Maximalfrist für Lieferungen vor.

Beschäftigung von Arbeitnehmenden in Deutschland

Einen Schritt weiter geht die Beschäftigung von Arbeitnehmenden in Deutschland. Dies ist beispielsweise im Rahmen einer Entsendung möglich. Seit Inkrafttreten der Überarbeitung des Arbeitnehmerentsendegesetzes Mitte 2020 ist für die Dauer der Entsendung ein erweiterter Kern zwingender deutscher Bestimmungen auf das Arbeitsverhältnis anzuwenden. Zu nennen sind hier beispielsweise der Anspruch auf den gesetzlichen Mindestjahresurlaub und die Regelungen zum Schutz von Schwangeren. Ausserdem gelten nun nach 12 Monaten alle in Deutschland vorgeschriebenen Arbeitsbedingungen für entsandte ausländische Beschäftigte. Nur in begründeten Fällen können Arbeitgeber eine Fristverlängerung von sechs

Monaten beantragen. Wer keinen Mitarbeiter entsenden möchte, sondern einen Arbeitnehmer in Deutschland selbst einstellen möchte, kann dies im Übrigen auch ohne einen Betriebssitz in Deutschland tun. Wichtig ist, die Meldepflichten, z.B. zur Sozialversicherung, wahrzunehmen und den zwingenden gesetzlichen Regelungen in Bezug auf das Arbeitsverhältnis und den Mindestlohn Beachtung zu schenken.

Think Big: Gründung in Deutschland

Schliesslich bleibt die Gründung eines Standortes in Deutschland. Hier besteht zunächst die Möglichkeit eine unselbständige Betriebsstätte (Geschäftslokal, Filiale) oder eine Zweigniederlassung zu eröffnen. Beide sind rechtlich und organisatorisch Teil des Schweizer Unternehmens. Sie unterscheiden sich im Grad ihrer Selbständigkeit. Eine Zweigniederlassung hat eine eigene Leitung, ein eigenes Vermögen und muss in das deutsche Handelsregister eingetragen werden. Einen eigenen Unternehmensnamen (Firma) können beide aufgrund ihrer Abhängigkeit von der Hauptniederlassung nicht führen. Bei der Gründung einer Tochtergesellschaft ist dies hingegen möglich. Eine Tochtergesellschaft ist ein rechtlich eigenständiges Unternehmen, welches vom Schweizer Mutterunternehmen kontrolliert wird. Bei der Gründung einer Tochtergesellschaft hat die Wahl der Rechtsform (Personen- oder Kapitalgesellschaft) weitreichende steuerliche und haftungsrechtliche Konsequenzen.

Eine Personengesellschaft ist für viele Startups und Jungunternehmern attraktiv, da es hier nur geringe Hürden und wenige Formalitäten bei der Gründung gibt. Zudem gibt es kein gesetzlich vorgeschriebenes Mindestkapital. Personengesellschaften sind die Gesellschaft des bürgerlichen Rechts (GbR), die Offene Handelsgesellschaft (OHG) und die Kommanditgesellschaft (KG). Ausserdem gibt es Mischformen wie die GmbH & Co. KG. Die Partnerschaftsgesellschaft (PartG) ist eine Personengesellschaft ausschliesslich für den Zusammenschluss von Freiberuflern. In einer Personengesellschaft versteuert jeder Gesellschafter seine Gewinne selbst. Die Gesellschaft ist unter Umständen Schuldner der Gewerbesteuer. Die Haftung der Gesellschafter für Gesellschaftsschulden ist grundsätzlich unbeschränkt.

Eine Ausnahme bildet die KG: Hier haftet lediglich der geschäftsführende Gesellschafter (Komplementär) unbeschränkt. Kapitalgesellschaften sind die Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH), die Unternehmergesellschaft haftungsbeschränkt (UG haftungsbeschränkt), die sich von der GmbH im Wesentlichen nur durch das geringere Mindeststammkapital unterscheidet, sowie die Kommanditgesellschaft auf Aktien (KGaA) und die Aktiengesellschaft (AG). Eine europäische Form der Aktiengesellschaft ist die Societas Europaea (SE). Sie erlaubt es, die Geschäftstätigkeit in verschiedenen EU-Ländern mit einem einheitlichen Regelwerk zu betreiben. Kapitalgesellschaften versteuern ihre Gewinne mit der Körperschaftsteuer und der Gewerbesteuer. Bei Ausschüttungen an die Gesellschafter fällt bei diesen die Kapitalertragsteuer an.

Kapitalgesellschaften locken mit dem Schutz des Privatvermögens. Hier haftet den Gläubigern der Gesellschaft grundsätzlich nur das Gesellschaftsvermögen. Dafür ist das Mindestkapital gesetzlich definiert. Das Mindestkapital der GmbH beträgt 25.000 Euro, das der UG (haftungsbeschränkt) 1 Euro. Für die Gründung der AG werden 50.000 Euro und für die Gründung der SE 120.000 Euro Mindestkapital verlangt. Hinzu kommen die eigentlichen Gründungskosten, wie Beratungs- und Notarkosten, Kosten für die Eintragung in das Handelsregister etc.

Umfangreiche Existenzgründerförderung

Hinsichtlich der Finanzierung des Gründungsvorhabens kann sich ein Blick auf die deutsche Existenzgründerförderung lohnen. Deutschland fährt eine umfangreiche Förderpolitik, von der unter gewissen Voraussetzungen auch Schweizer KMU profitieren können, die in Deutschland gründen wollen. Ein Aspekt, der gerade von kleineren Unternehmen häufig übersehen wird.

Bürokratie ist ein Hindernis aber kein unüberwindbares

Expansionspläne sind stets mit bürokratischem Aufwand verbunden. Es ist aber durchaus möglich, die Papiertiger Datenschutz-Grundverordnung, Entsendegesetz oder die Formalitäten der Gründung in Deutschland zu entzaubern, indem man sich einmal vertieft mit ihnen auseinandersetzt. Dass sich der Einsatz lohnt, zeigen die zahlreichen erfolgreichen Investitionen Schweizer Unternehmen in Deutschland. Die Schweiz rangiert seit Jahren unter den Top 3 der Herkunftsländer ausländischer Investitionen in Deutschland.

Quelle: Germany Trade and Invest (GTAI)

Über die VSUD

Als starkes, branchenübergreifendes Wirtschaftsnetzwerk, politische Interessenvertretung und Fachberatung unterstützt die VSUD Schweizer Unternehmen aller Branchen und Grössenordnungen bei ihrer erfolgreichen Marktpräsenz in Deutschland.

VSUD Erfolg verbindet

Vereinigung Schweizerischer Unternehmen in Deutschland
Rittergasse 12 · 4051 Basel
Telefon 061 375 95 00 · www.vsud.ch

Ablösung Einzahlungsscheine: Jetzt umstellen auf QR-Rechnung oder eBill

Per 30. September 2022 nimmt PostFinance die heutigen Einzahlungsscheine vom Markt. Für Unternehmen, die noch nicht auf die Nachfolgeprodukte QR-Rechnung oder eBill umgestellt haben, gibt es jetzt Handlungsbedarf.

PostFinance hat das Enddatum der heutigen roten (ES) und orangen (ESR) Einzahlungsscheine auf den 30. September 2022 festgelegt. Sie unterstützt damit die Digitalisierung des Zahlungsverkehrs und die entsprechenden Nachfolgeprodukte QR-Rechnung sowie eBill. Die roten und orangen Einzahlungsscheine werden somit für alle Schweizer Bankkunden definitiv abgelöst. Unternehmen sind jetzt gefordert, sofern sie noch nicht umgestellt haben.

Handlungsbedarf für Rechnungssteller mit Hard- und Software-Lösungen

Der Zahlungsverkehr und insbesondere die Kreditoren- und Debitorenbuchhaltung von Rechnungsstellern mit Hard- und Software-Lösungen müssen rechtzeitig umgestellt werden. Unternehmen, die sich bis heute noch nicht mit der Umstellung befasst haben, wird empfohlen, umgehend ihre Bank und ihren Softwarepartner zu kontaktieren. Diese leisten Unterstützung bei den erforderlichen Planungs- und Umstellungsarbeiten auf die QR-Rechnung bzw. eBill. Ist die Infrastruktur erst einmal angepasst, verläuft der ganze Fakturierungs- und Zahlungsprozess deutlich effizienter. Zudem profitieren Unternehmen von erweiterten Cash-Management-Optionen.

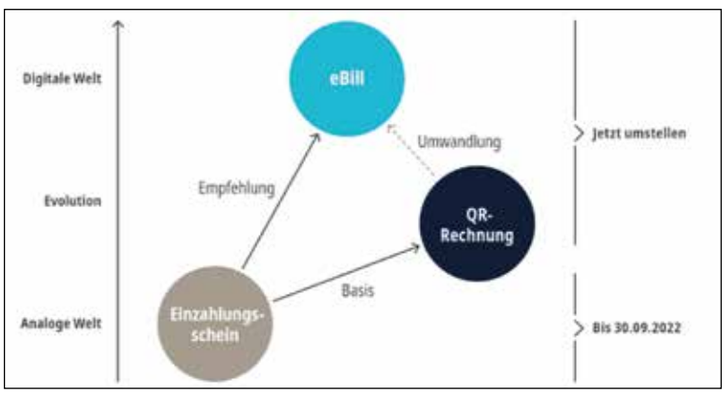


Abbildung «Die Digitalisierung der Rechnungsstellung»

Vorteile der Rechnungsstellung mit QR-Rechnung und eBill

- Mehr Effizienz in der Administration, weil der Prozess der Rechnungsstellung und des Zahlungsverkehrs automatisiert wird.
- Vereinfachter Zahlungsabgleich, weil weniger manueller Aufwand anfällt.
- Weniger Fehler, weil alle Zahlungsinformationen elektronisch übermittelt werden.
- Geringerer Arbeitsaufwand, weil die Bestellung vorbedruckter Einzahlungsscheine wegfällt.
- Weniger oder gar kein Papierverbrauch.
- Unternehmen haben die Wahl zwischen der QR-Rechnung und eBill – auch eine Kombination beider Lösungen ist möglich – je nach Bedürfnis des Unternehmens und der Kunden.

Die QR-Rechnung – die Evolution des Einzahlungsscheins

Direkte Nachfolgerin der Einzahlungsscheine ist die QR-Rechnung. Sie kann gedruckt oder digital ausgestellt werden und besteht weiterhin aus einem Zahlteil und einem Empfangsschein. Der Swiss QR Code in der Mitte des Zahlteils enthält sämtliche Informationen, die auf der Rechnung auch in Textform ersichtlich sind. Rechnungsempfänger können bereits heute die Vorteile der QR-Rechnung nutzen und digital bezahlen. Die Schweizer Finanzinstitute haben ihre Mobile- und E-Banking-Lösungen entsprechend angepasst, damit Rechnungsempfänger ihre QR-Rechnungen bequem einscannen und zahlen können – ganz gleich, ob als Privatperson oder als Unternehmen. Die QR-Rechnung kann auch in den Poststellen verwendet und per Zahlungsauftrag im Couvert an die Bank versandt werden.

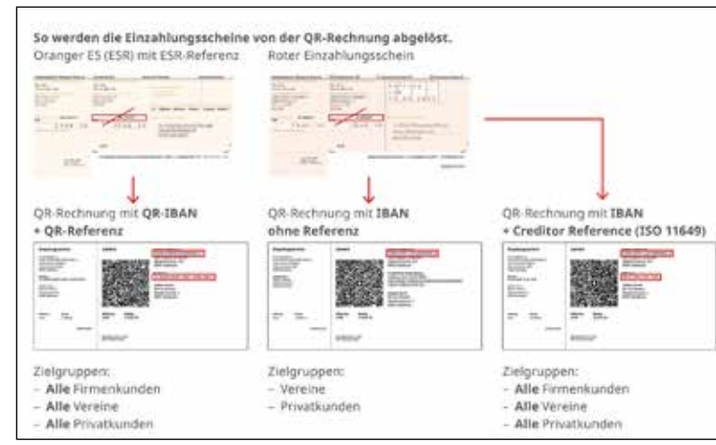


Abbildung «Ablösung Einzahlungsscheine»

Vorteile für QR-Rechnungssteller

- Druck von Rechnungen inkl. Zahlteil und Empfangsschein direkt auf weissem, perforiertem Papier – vorgedruckte Belege werden nicht mehr benötigt.
- Die QR-Rechnung kann auch papierlos gestellt werden.
- Einfachere und schnellere Rechnungsstellung in CHF und EUR direkt in der Fakturierungslösung ohne ESR- bzw. BESR-Vereinbarung.
- Eine bestehende ESR-Referenz kann eins zu eins übernommen und als QR-Referenz weiterverwendet werden, immer in Kombination mit einer QR-IBAN.
- Die «Structured Creditor Reference» (SCOR) vereinfacht die Zuordnung einer Zahlung in der Debitorenbuchhaltung mit einer für jede Transaktion einmaligen Identifikationsnummer. Sie kann in Kombination mit der IBAN sowohl in der Schweiz als auch international genutzt werden.
- Zahlungseingänge werden vollautomatisch verarbeitet.

eBill – die digitale Rechnung für die Schweiz

eBill geht deutlich weiter als die QR-Rechnung und ermöglicht bereits heute ein nahtloses digitales Bezahlen in der Schweiz: Rechnungssteller senden Rechnungen direkt und sicher ins E- und M-Banking ihrer Kunden. Diese prüfen alle Angaben online und können die Rechnung per Knopfdruck zur Zahlung freigeben. Rechnungssteller reduzieren ihren Aufwand und profitieren von zuverlässigen Zahlungseingängen und behalten die Kontrolle über den Rechnungsprozess.

Vorteile für eBill-Rechnungssteller

- Rechnungsstellung, Versand und Zahlung sind komplett digitalisiert und werden automatisch verarbeitet – Unternehmen sind damit bereits für die Zukunft gerüstet.
- Reduktion von Papieraufwand im Rechnungswesen auf ein Minimum (Schonung von Ressourcen und Umwelt).
- Pünktlicherer Geldeingang. Zahlungseingänge werden automatisch verarbeitet.
- eBill entspricht dem heutigen Kundenbedürfnis und erhöht die Kundenzufriedenheit.

Die Digitalisierung des Schweizer Zahlungsverkehrs

Mit der Entwicklung und Markteinführung der neuen QR-Rechnung sowie eBill digitalisiert der Finanzplatz Schweiz den Schweizer Zahlungsverkehr. Die QR-Rechnung trägt ebenso wie eBill den gestiegenen Anforderungen von Compliance und Automatisierungsprozessen Rechnung und unterstützt die Digitalisierung. Dies bringt allen Marktteilnehmern und der gesamten Schweizer Volkswirtschaft Vorteile.

Für weitere Informationen zur QR-Rechnung und eBill wenden sich Rechnungsempfänger an ihre Bank. Rechnungssteller und Unternehmen mit Hard- und Software-Lösungen kontaktieren ebenfalls ihre Bank und/oder ihren Softwarepartner.

Weiterführende Informationen zur Rechnungsstellung finden Sie hier:

- **www.einfach-zahlen.ch/rechnungssteller**
- **www.paymentstandards.ch**

für Unternehmen, die Hard- und Software-Lösungen für ihren Zahlungsverkehr einsetzen.

SIX Banking Services
Hardturmstrasse 201· Postfach · 8021 Zürich
support.billing-payments@six-group.com
www.six-group.com/billing-payments

Anzeige

Auf die Vielfalt in den Verwaltungsräten!

Foto: www.pexels.com

Geschätzte Leserinnen und Leser des KMU-Magazins ERFOLG.
Der Verwaltungsrat stellt das oberste Organ mit Aufsichts- und Lenkungsfunktion einer Schweizer Aktiengesellschaft dar. Dieses Gremium, bestehend aus einer bis zu mehreren Personen, bildet somit die wichtigste Führungsspitze einer Aktiengesellschaft, welche für die strategische Führung aber auch die Beaufsichtigung der Geschäftsleitung verantwortlich ist.

Die optimale Zusammensetzung eines Verwaltungsrats ist wesentlich für den Erfolg des Unternehmens. Man weiss heute, dass genügend Vielfalt im VR die blinden Flecken überwinden kann und dass man mit ausreichender Managementkompetenz Probleme frühzeitiger erkennen und kluger behandeln kann. Gerade bei vielen der kleinen und mittelgrossen Unternehmen wird das strategisch wichtige Instrument «Verwaltungsrat» unseres Erachtens noch wenig ausgeschöpft.

Dem will der Bund jetzt mit einem Gesetzt – dass für die grossen und börsenkotierten Unternehmen gilt – etwas entgegenwirken. Die besagten Unternehmen mit Sitz in der Schweiz sollen mindestens 30 Prozent der Verwaltungsratssitze mit Frauen besetzen. In den Geschäftsleitungen soll es schlussendlich mindestens 20 Prozent Frauen haben.

Die Unternehmen haben nun fünf Jahre Zeit, deren VR-Gremien zu verändern. Um die Geschäftsleitungen mit den Geschlechterrichtwerten zu versehen, gibt der Gesetzgeber den Unternehmen sogar ganze zehn Jahre Zeit. Wer diese Vorgabe nicht erreicht, ist verpflichtet, den Aktionär*innen im Vergütungsbericht zu erläutern, warum man dieses Ziel nicht erreicht hat und was man zukünftig zur Verbesserung tun will.

Eine viel zu sanfte Methode, dieses «Comply or Explain» (wie diese regulatorische Annäherung auch genannt wird) sagen die einen. Ein weiterer Einschnitt in die unternehmerischen Gegebenheiten, sagen die anderen. Tatsache ist, dass wir diese Regelung nun haben und dass es bestimmt als Chance gesehen werden kann. Insbesondere dort, wo Frauen zusätzliche Kompetenzen in Geschäftsleitungen und VR-Gremien einbringen, die in den bestehenden Gremien fehlen. Dabei gibt es teilweise sogar augenfällige Zeichen: Frauen haben tendenziell mehr Fachwissen in Bereichen wie Personalmanagement, Kommunikation oder Nachhaltigkeit, während die Interessen der Männer oftmals in Bereichen wie Finanzmanagement, Übernahmen oder Technologie ausgeprägter sind.

Unsere langjährige Beirätin Kim Johansson hat in der letzten Dekade Personalvermittlung und Headhunting auch Ihre Erfahrungen mit der Diversität gemacht. Viel Spass beim Lesen des nachfolgenden Artikels.

Wir wünschen Ihnen eine gute Strategie!
Dominic Lüthi und das VRMandat.com-Team.

VR MANDAT
Corporate Governance

VRMandat.com · Die erste digitale Vermittlungsplattform für Verwaltungsräte und Beiräte (w/m) in der Schweiz.
Seestrasse 10 · 8708 Männedorf
Mobile 079 303 33 69 · luethi@vrmandat.com · www.vrmandat.com

Über die Vielfältigkeit (von Kim Johansson)
Wir sind doch alle schon anders, warum ist das Thema Diversity im Management dann so brisant und in aller Munde? Ich denke das hängt damit zusammen, dass wir durch die Globalisierung zu einem Umdenken gezwungen wurden. Früher war es ausreichend, wenn mindestens eine Person im Team fliessend Englisch sprach. Und heute? Heute kommt man ohne fliessende Englischkenntnisse praktisch nirgendwo mehr durch, da viele Firmen auf Englisch intern kommunizieren. Oder ausländische Kunden haben. Oder im Besitz einer chinesischen Firma sind.

Sprechen wir mal über die Frauenquote. Ich bin dafür! Warum? Ganz einfach, denn dann werden Frauen einfach mal per se gefördert. Sehr einfach und hierzu braucht es keine weiteren Erläuterungen. Braucht es mehr Frauen in der Wirtschaft? Zwingend. Zum Thema Kinder, Karriere und wie das alles miteinander zu vereinen ist, enthalte ich mich im Detail. Nur so viel. In der Schweiz, anders als in meinem Herkunftsland Norwegen, ist es praktisch unmöglich Karriere und Kind unter einen Hut zu bringen. Nicht, weil wir Frauen das nicht schaffen würden, sondern weil unser System und unsere Firmen es schlecht zulassen. Darum, Firmen die nach Frauen im Management oder für den Verwaltungsrat suchen, fangt bitte endlich an, Euch politisch und systemrelevant zu engagieren und denkt langfristig was das Thema Diversität angeht.

Es gibt Firmen, die wünschen sich nur Kandidaten und Kandidatinnen mit einem abgeschlossenen Studium. Ist das gerecht? Divers? Meiner Meinung nach kann es das sein, einfach anders. Jemand mit einem Biologiestudium und jemand mit einem BWL-Abschluss, beide im Trainee Programm einer internationalen Firma, das ist auch vielfältig. Ob es gerecht ist, nein. Jemand ohne Studium kann genauso gute Fähigkeiten besitzen und der Aufgabe gewachsen sein.

Zum Thema Alter. Tatsache ist, dass ich in den über zehn Jahren, in denen ich im Sales Recruitment tätig bin, noch nie eine Person platziert habe, die über 50 Jahre alt ist, ausser in meiner eignen Firma. Warum das so ist? Weil es die Kunden nicht wünschen. Ich habe es oft versucht, und ich bin jedes Mal gescheitert. Meine persönliche Meinung ist, dass Altersdiskriminierung toxisch ist – im Arbeitsmarkt und für die Wirtschaft allgemein.

Diversität in einer Firma, oder auch im privaten Umfeld, macht es spannender und herausfordernder.

Autorin: Kim Johansson ist Beirätin und gehört dem VRMandat.com-Team an.

SalesAhead AG
Bergstrasse 110 · 8032 Zürich
Telefon 078 923 77 66
contact@salesahead.com · www.salesahead.com

30 Minuten im Meeting: So kommen Sie auf gute neue Ideen

Querdenker verzweifelt gesucht
Anne M. Schüller

«Warum die Zukunft der Unternehmen in den Händen unkonventioneller Ideengeber liegt»

Mit einem Vorwort von Gunter Dueck

Gabal Verlag 2020
240 Seiten
ISBN: 978-3-86936-998-3

Wer die Zukunft erreichen will, braucht neue, bessere, unkonventionelle Ideen. Viele solcher Ideen. Er muss sich von Veraltetem lösen und Neues wagen. Mit der «30 Minuten im Meeting»-Methode kann das gelingen.

Um den Sprung in die Zukunft zu packen, brauchen die Unternehmen Mitarbeitende mit innovativen Gedanken und Tatendrang. Solche Menschen werden Quer- und Weiterdenker genannt. Sie sind Wachrüttler, Andersmacher, Vorwärtsbringer, Zukunftsgestalter. Sie sprühen vor Ideen, wie man das, was in die Jahre gekommen ist, besser machen könnte, sollte und müsste. Sie reden Klartext, wenn sie Verfahrensweisen aufgespürt haben, die aus der Zeit gefallen sind. Sie zeigen auf alles, was für Kollegen und Kunden eine Zumutung ist. Sie sind offen für Fortschritt und treiben mit frischem Wind den Wandel voran. Und all das tun sie, weil ihre Firma ihnen wirklich am Herzen liegt. Denn die benötigt unverbrauchte, frische Ideen, um weiterhin attraktiv für die Kunden zu sein.

Die «Weisheit der Vielen» nutzen
Wollen die Beschäftigten denn beim Wandel mit agieren? Im Rahmen einer Haufe-Studie wurden 12.000 Mitarbeitende aus Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt. Das Ergebnis:

- 84 % wünschen sich mehr Mitsprachemöglichkeiten bei operativen Entscheidungen,
- 77 % wären motivierter, wenn sie mehr einbezogen würden, und
- 73 % meinen, dass die eigene Firma erfolgreicher wäre, wenn sie sich stärker einbringen könnten.

Mitarbeitende geben ihre Ideen aber nur dann preis, wenn sie glauben, dass diese wertgeschätzt werden. Und wenn sie wissen, dass Fehler kein Beinbruch sind. Denn Fehler sind der Preis für Evolution und Innovation. Fehler machen bedeutet: Üben, um siegen zu lernen. Mit dieser Einstellung können bahnbrechende Erfolge gelingen.

Die 30 Minuten im Meeting-Methode
In jedem Unternehmen gibt es zig Dinge, die die Arbeit mühsam machen, von denen der Chef gar nichts weiss. Die Mitarbeitenden hingegen glauben, er wüsste das, würde aber nichts unternehmen. Oder sie meinen, ihre Führungskraft wollte etwas so und so erledigt haben, obwohl das gar nicht stimmt. Kurz: Man erduldet missliche Umstände nur deshalb, weil niemand sie anspricht.

Doch alles, was die Arbeit behindert, muss offengelegt und schnellstens aus dem Weg geräumt werden. Die dazu nötigen Entscheidungen werden am besten gleich vor Ort gefällt, damit es rasch weitergeht. Die folgende Methode lässt sich sowohl punktuell anwenden als auch in regelmässigen Meetings einbauen. Das ermöglicht kontinuierliche Verbesserungen am laufenden Band.

Bestimmen Sie dazu ein erstes Meeting und ein erstes Problem, mit dem es losgehen soll. Am Ende des Meetings entscheiden Sie dann, welches Thema beim nächsten Mal drankommt. So können sich alle gut darauf vorbereiten. Legen Sie einen Zeitraum fest, den Sie maximal für die Bearbeitung ansetzen wollen, damit sich die Diskussionen nicht endlos in die Länge ziehen: zum Beispiel 30 Minuten.

Dann geht's weiter wie folgt:

5 Min.	Beschreibung eines nicht länger tragbaren Istzustandes. So wird z. B. über ein unschönes Erlebnis in Zusammenhang mit einer üblichen Verfahrensweise berichtet, welche Probleme es gab - und welche Konsequenzen das hatte.
5 Min.	Sammlung von Ideen, wie man das verbessern und so Ärger in Zukunft vermeiden kann. Hierzu sollen die Teilnehmenden zunächst still und leise ihre Idee(n) entwickeln. Diese werden auf Kärtchen notiert und an eine passende Wand gepinnt.
10 Min.	Jeder, der ein Kärtchen geschrieben hat, erläutert seine Idee kurz und knapp. Anschliessend erfolgt eine Kurzdiskussion.
5 Min.	Mehrheitsentscheid für die favorisierte Idee. Die Führungskraft hält sich während des gesamten Prozesses zurück, damit Entscheide unbeeinflusst entstehen.
5 Min.	To-do-Plan erstellen, also: Wer macht was mit wem bis wann. Das neue Vorgehen zunächst testen. Bei einen Folgetermin besprechen, wie sich die Sache entwickelt, welche Ergebnisse erzielt worden sind und ob weiter feinjustiert werden muss.

Die Buch-Autorin
Anne M. Schüller ist Managementdenker, Keynote-Speaker, mehrfach preisgekrönte Bestsellerautorin und Businesscoach. Die Diplom-Betriebswirtin gilt als führende Expertin für das Touchpoint Management und eine kundenfokussierte Unternehmensführung. Zu diesen Themen hält sie Impulsvorträge auf Tagungen, Fachkongressen und Online-Events. 2015 wurde sie für ihr Lebenswerk in die Hall of Fame der German Speakers Association aufgenommen. Beim Business-Netzwerk Linkedin wurde sie Top-Voice 2017 und 2018. Von Xing wurde sie zum Spitzenwriter 2018 und zum Top Mind 2020 gekürt. Ihr Touchpoint Institut bildet zertifizierte Touchpoint Manager und zertifizierte Orbit-Organisationsentwickler aus.
www.anneschueller.de

Megatrend erreicht Textilbranche: Textilsharing

Das MEWATEX® Putztuch ist strapazierfähig, extrem scheuerfest, beseitigt Verschmutzungen wie Öl, oder Fett und nimmt Späne auf. Fotos: MEWA)

MEWATEX® Putztücher können bis zu 50-mal gewaschen und wiederverwendet werden. (Fotos: MEWA)

Was vor 113 Jahren einer Revolution gleichkam, ist heute für viele ganz normal: Putztücher nutzen im Sharing-System garantiert bestes Kosten-/Leistungsverhältnis und ein ökologisch gutes Gewissen. Industrielle Putztücher nach Gebrauch wegwerfen kommt nicht Frage, das wäre umweltschädlich und nicht kosteneffizient. Nicht nur Privatpersonen setzen immer mehr auf Sharing, auch in Industrie und Gewerbe ist der neue Zeitgeist angekommen. Vorzugsweise kümmert sich das Unternehmen um seine Kernkompetenzen, als sich mit dem Management von Betriebstextilien wie Beschaffung, Lagern und Waschen auseinander zu setzen.

Viele Unternehmen machten sich bis vor wenigen Jahren nicht allzu viele Gedanken über Ressourcenverschwendung und die damit einhergehenden Mehrkosten. Einwegpapier oder Putzlappen wurden gekauft und nach Gebrauch weggeworfen. Seit einiger Zeit findet ein konsequentes Umdenken statt. Teilen statt Besitzen, oder eben Textilsharing ist angesagt. Zu den Vorreitern dieses effizienten Systems gehört MEWA. Bereits seit 1908 praktiziert das Unternehmen Textilsharing für Putztücher. Die genauso geniale wie einfache Idee: Putztücher werden geliefert, nach Gebrauch abgeholt und sauber gewaschen zurückgebracht. Dadurch werden Ressourcen geschont und kein Abfall produziert. Zudem brauchen die Nutzer sich um nichts zu kümmern und sparen erst noch Geld und Zeit.

Vorreiter-Rolle für Branchenprimus MEWA

MEWA ist mit diesem System zum Vorreiter eines Megatrends geworden. Heute profitieren die Kunden von der Erfahrung und dem Know-how im Bereich der Bereitstellung von wiederverwendbaren Putztüchern für Industrie- und Gewerbebetriebe. Tatsächlich ist dieses System heute nicht mehr wegzudenken. Und so funktioniert das System beim Putztuchservice: MEWA holt die schmutzigen Tücher, wäscht sie und bringt saubere zurück. Dies alles im sicheren, praktischen Safety Container SaCon®.

Eine systemrelevante Textildienstleistung

Das System «Textilsharing» mit seinen ressourcenschonenden Prozessen und effizienten Servicekreisläufen leistet einen wertvollen Beitrag in Sachen Umweltschutz und Nachhaltigkeit. Als zertifizierter Textildienstleister beliefert MEWA Kunden aus allen Industrie- und Gewerbebereichen. Hygiene, Sauberkeit und mikrobiologische Sicherheit sind in der aktuellen Corona-Pandemie wichtiger denn je. Bereits vor der Ausbreitung von Covid-19 waren die Waschprozesse für MEWA Putztücher so gestaltet, dass Viren vollständig inaktiviert werden.

Diese Dienstleistung kommt allen hygienesensiblen Kundenbranchen zugute: Gerade durch die Versorgung mit hygienisch einwandfreien Mehrwegputztüchern trägt MEWA als externer Dienstleister dazu bei, dass Menschen in systemrelevanten Bereichen wie der Produktion, Handel und Handwerk ihre Arbeit machen können, Maschinen weiterlaufen und Fahrzeuge instandgehalten und gereinigt werden.

Weitere Informationen zum MEWA Textil-Management:
MEWA Service AG, Wynau, www.mewa.ch

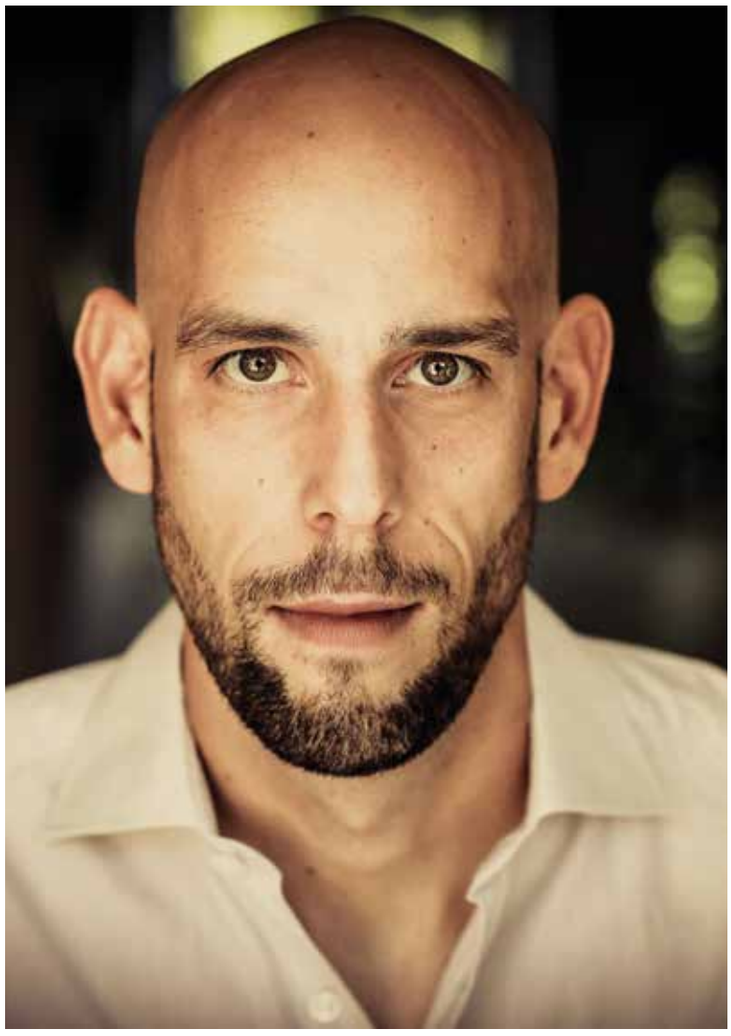
MEWA Textil-Management

MEWA stellt seit 1908 Betriebstextilien im Full-Service zur Verfügung und gilt damit als Pionier des Textilsharings. Heute versorgt MEWA europaweit von 45 Standorten aus Unternehmen mit Berufs- und Schutzkleidung, Putztüchern, Ölauffangmatten und Fussmatten – inklusive Pflege, Instandhaltung, Lagerhaltung, Logistik. Ergänzend können Arbeitsschutzartikel bestellt werden. 5.700 Mitarbeiter betreuen mehr als 190.000 Kunden aus Industrie, Handel, Handwerk und Gastronomie. 2019 erzielte MEWA einen Umsatz von 734 Millionen Euro und ist damit führend im Segment Textil-Management. Für sein Engagement in den Bereichen Nachhaltigkeit und verantwortungsvolles Handeln sowie für seine Markenführung und Innovationskraft wurde das Unternehmen vielfach ausgezeichnet.

MEWA TEXTIL-MANAGEMENT

MEWA Service AG
Industriestrasse 6 · 4923 Wynau
Telefon 062 745 19 00 · info@mewa.ch · www.mewa.de

Wer seine Träume realisieren möchte, muss daraus ein Ziel machen – und zwar das Richtige!



Markus Czerner, Keynote Speaker, Bestsellerautor & Sportler

Der Ursprung jeden Erfolgs ist ein Ziel. Erfolg hat nichts mit Geld, Reichtum, Macht oder Ruhm zu tun. Dabei handelt es sich lediglich um ein Scheinbild unserer Gesellschaft. Erfolgreich ist, wer seine Ziele erreicht. Das bedeutet in einem gleichen Atemzug aber auch, dass Menschen ohne Ziele keinen Erfolg haben können. Es ist nicht nur so, dass Erfolg ohne Ziele nicht funktioniert – ohne Ziele können wir Menschen auch nicht handeln. Sie sind Dreh- und Angelpunkt der physischen Steuerung. Es ist tatsächlich so, dass Handlungen ohne Ziele unvorstellbar sind.

Der Ursprung jeden Erfolgs ist ein Ziel. Erfolg hat nichts mit Geld, Reichtum, Macht oder Ruhm zu tun. Dabei handelt es sich lediglich um ein Scheinbild unserer Gesellschaft. Erfolgreich ist, wer seine Ziele erreicht. Das bedeutet in einem gleichen Atemzug aber auch, dass Menschen ohne Ziele keinen Erfolg haben können. Es ist nicht nur so, dass Erfolg ohne Ziele nicht funktioniert – ohne Ziele können wir Menschen auch nicht handeln. Sie sind Dreh- und Angelpunkt der physischen Steuerung. Es ist tatsächlich so, dass Handlungen ohne Ziele unvorstellbar sind.

Ziele verändern Ihr Leben

Vergleichen Sie es mit einer Autofahrt: Die Wenigsten von uns werden sich ohne ein klares Ziel vor Augen ins Auto setzen und irgendwo hinfahren. Nur mit einem eindeutigen Ziel vor Augen kann der Weg dorthin beschreitet werden. Es ist ein unbestrittener Fakt, dass Menschen, die sich mit ihren persönlichen Zielen beschäftigen erfolgreicher sind, als Menschen ohne Ziele.

Ziele sind der Startschuss auf dem Weg zum Erfolg und eines kann ich Ihnen garantieren: Ziele verändern ihr Leben. Sobald Sie in Ihrem Leben Ziele haben, ändern sich Ihr Fokus und Ihre Wahrnehmung. Ich möchte Ihnen das gerne an einem kleinen Beispiel erklären. Ein Beispiel, dass auf jedes x-beliebige Lebens- und Karriereziel übertragbar ist. Nehmen wir einfach mal an, Sie wollen sich in absehbarer Zeit ein neues Smartphone kaufen, wissen aber nicht genau welches. Von dem Moment an, wo Sie die Entscheidung getroffen haben, sich ein neues Gerät zu kaufen, werden Sie mit einer ganz anderen Wahrnehmung durch den Tag gehen.

Auf einmal achten Sie bei anderen Menschen aus Ihrem Umfeld oder bei Ihren Arbeitskollegen darauf, was für ein Smartphone sie besitzen. Sie machen Halt vor Telekommunikationsgeschäften, gehen in Fachmärkte und lesen sich im Internet Test- und Erfahrungsberichte durch. Sie werden von jetzt auf gleich in Ihrer Umwelt wesentlich mehr Smartphones aktiv wahrnehmen, als bisher.

Gleiches passiert, wenn Sie sich neue Lebens- oder Karriereziele setzen. Sobald sich ein Ziel in Ihrem Kopf festgesetzt hat, macht Ihr Unterbewusstsein alles nötige, um dieses Ziel schnellstmöglich zu erreichen. Ziele sind etwas Substantielles, ohne die das Konstrukt des Erfolgs nicht funktionieren kann. Erfolg ohne Ziele ist unmöglich.

Träume ohne Ziel bleiben Träume

Jeder von uns hat Träume. Erinnern Sie sich vielleicht noch an Ihren Kindheitstraum? Der Traum vom Astronauten, der Traum vom Profisportler, der Traum von einem eigenen Unternehmen – was auch immer Sie als kleines Kind im Kopf hatten. Dennoch gibt es wesentlich weniger Menschen, die tatsächlich von sich behaupten können, ihren Traum zu leben, als Menschen, bei denen der Traum ein Traum geblieben ist. Eines sage ich Ihnen direkt zu Beginn: Jeder Mensch hat die Möglichkeit seinen Traum Realität werden zu lassen. Alles was Sie dafür brauchen ist ein Ziel, woraus eine Vision wird.

Jeder Mensch hat Träume oder zumindest etwas in seinem Kopf, dass er gerne erreichen möchte – aber die Frage ist, ob es im Unterbewusstsein auch als Ziel abgespeichert ist. Wer seine Träume realisieren möchte muss daraus ein Ziel machen und von diesem Ziel muss es eine klare Vision in Ihrem Kopf geben. Haben Sie eine Vision von Ihrem Leben? Von Ihrer Karriere?

Träume bestehen aus Leidenschaft – Ziele auch

Wichtig ist nur, dass es sich dabei um einen Traum und somit um ein Ziel handelt, dass von Ihnen kommt. Der Traum, der Sie erfüllt. Der Traum, der Sie glücklich macht. Das Leben, dass Sie haben wollen. Die Karriere, die Sie haben wollen. Ich rede nicht von einem Traum, der Ihnen von aussen auferlegt wird. Auch nicht von einem Traum, von dem Sie glauben, dass er die Erwartungshaltung der Gesellschaft erfüllt.

Grundvoraussetzung für Erfolg ist Leidenschaft und wo bitte soll Leidenschaft herkommen, wenn Sie etwas machen, dass nicht von Ihnen selbst kommt? Wenn Sie etwas machen, dass Sie eigentlich gar nicht machen wollen? Wie wollen wir in einem Job erfolgreich sein, der uns keinen Spass macht? Wie wollen wir einen erfolgreichen Tag haben, wenn wir uns morgens überwinden müssen überhaupt aus dem Bett aufzustehen? Wer nicht für das brennt, was er macht, wird niemals darin erfolgreich sein.

Für viele Menschen ist es eine Last über Ihren Beruf zu sprechen – der Frust und teilweise die Abneigung gegenüber ihres Jobs kann ihren Augen förmlich gesehen werden. Sie arbeiten, um Geld zu verdienen. Ja, jeder von uns muss Geld verdienen, um leben zu können. Aber wer sagt, dass uns die Art und Weise, wie wir unser Geld verdienen, keinen Spass machen darf?

Erfolgreiche Menschen schwärmen von ihrem Beruf
Hören Sie einmal erfolgreichen Menschen zu, wenn sie über ihren Job oder ihr Leben reden. Diese Menschen kommen aus dem Schwärmen gar nicht mehr raus. Man kann das Feuer der Leidenschaft in ihren sehen. So wie andere Menschen über ihren Urlaub reden, reden erfolgreiche Menschen über ihr tägliches Leben. Ohne dieses Feuer kann Erfolg nicht funktionieren. Wie wollen Sie ein Ziel erreichen, ohne dafür zu brennen?

Ziele sind die Grundvoraussetzung für Erfolg. Jedoch sind sich viele Menschen nicht darüber im Klaren, dass die Zielerreichung auch ein Stück weit von der richtigen Zielformulierung abhängt. Auf den Punkt gebracht bedeutet das: falsche Ziele können schnell zu Ergebnissen führen, die wir eigentlich gar nicht erreichen wollen.

Es ist ein Phänomen, dass die meisten Menschen Vermeidungsziele im Kopf haben, besonders weil Vermeidungsziele Situationen beschreiben, die wir eigentlich gar nicht erreichen wollen. «Ich will den Kunden nicht verlieren», «ich will meinen Chef nicht enttäuschen» oder «ich will keinen Stress bekommen».

Vermeidungsziele: Bester Weg zu scheitern
Vermeidungsziele werden oftmals völlig unbewusst und ohne grossartig darüber nachzudenken formuliert. Wird das Ziel ausgesprochen, ist auch jedem klar, was gemeint ist – und genau da ist das Problem. Auf der sprachlichen, bewussten Ebene sind Vermeidungsziele für jeden von uns verständlich. Das Unterbewusstsein besteht aber aus keiner Sprachebene, sondern lediglich aus einer Bildebene. In diesem Teil des Gedächtnisses werden alle Bilder abgelegt, die wir visuell wahrnehmen und in der Vergangenheit durch visuelle Reize abgespeichert haben.

Wenn Sie ein 100-seitiges Word-Dokument haben, können Sie durch die Eingabe von Suchworten nach Schlüsselbegriffen suchen und Sie werden zu der relevanten Seite weitergeleitet. Suchen Sie in ihrem digitalen Fotoalbum, bestehend aus tausenden Bildern, ein bestimmtes Bild, wird sich die Suche als schwierig erweisen. Ähnlich ist es mit unserem Unterbewusstsein. Es bedarf einen konkreten Auslöser, damit Unbewusstes bewusst gemacht wird.

Einfacher gesagt, es braucht ein verbal gehörtes Wort oder eine Aussage, um das dazugehörige Bild zu finden. Genau hier ist das Problem: Unser Unterbewusstsein kann nicht in Verneinungen denken. Negationen existieren nur in unserer Sprache, aber nicht in unserem Gehirn. Es kann Negationen nicht verarbeiten.

Gerne möchte ich Ihnen ein Anschauungsbeispiel geben: Denken Sie jetzt bitte an die Farbe rot. Vermutlich werden Sie einen roten Gegenstand oder nur die Farbe in bildlicher Darstellung vor Ihrem geistigen Auge haben. Denken Sie jetzt bitte an ein blaues Fahrrad. Auch jetzt werden Sie wieder ein Bild von einem blauen Fahrrad vor Ihrem geistigen Auge sehen. Einige ein Rennrad, andere vielleicht ein Mountainbike – aber alle ein blaues Fahrrad. Denken Sie jetzt nicht an eine Katze. Was für ein Bild haben Sie jetzt vor Ihrem geistigen Auge? Ein Bild von einem Hund oder einem anderen Tier als einer Katze? Ein Bild von einer durchgestrichenen Katze? Oder vielleicht doch das Bild einer ganz normalen Katze? Mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit wird Letzteres zutreffen und Sie haben das Bild einer Katze vor sich. Das Bild, was Sie ja eigentlich nicht sehen wollten.

Dieses Beispiel lässt sich auf alle weiteren Vermeidungsziele übertragen. «Ich will meinen Chef nicht enttäuschen» ist für Ihr Unterbewusstsein identisch mit der Aussage «ich will meinen Chef enttäuschen».

Wir wissen, was wir nicht wollen – aber nicht, was wir wollen
Dann quälen uns auch noch Fragen wie «warum habe ich immer so viel Pech» oder „«warum muss so etwas immer nur mir passieren». Die Antwort ist recht simpel: Sie sind selber Schuld an Ihrer Situation, denn Sie haben Ihrem Körper unbewusst die Message gegeben, doch bitte vor dem Urlaub krank zu werden. Es macht überhaupt keinen Unterschied, ob Sie zu sich sagen «hoffentlich werde ich nicht krank» oder ob Sie zu sich sagen «hoffentlich werde ich krank». Sprachlich ausgedrückt können beide Aussagen gegensätzlicher nicht sein. Für unseren Kopf ist es jedoch ein und dasselbe. In dem Moment, wo wir Vermeidungsziele aussprechen, ist es gleichzeitig schon die Gewissheit, dass wir versagen werden. In 90 Prozent aller Fälle resultiert Misserfolg aus Vermeidungszielen.

«Viele Menschen wissen, was sie in ihrem Leben nicht wollen – aber was ist mit dem, was sie wollen?»

Keynote Speaker & Bestsellerautor
Helenenstr. 81 · 41748 Viersen
Telefon +49 (0) 173 707 91 69
info@markusczerner.de
www.markusczerner.de

Das 1x1 der Risikobewältigung für KMU, 3. Teil:
Die Notwendigkeit von technischem Know-how im Risikomanagement

Ruine nach dem verheerenden Brand in Laufen, Juli 2020.
Quelle: bz/az Media, Einsatzbericht FW Laufen

Mit Ausnahme von Unternehmen der Finanzbranche ist technisches Know-how im Risikomanagement unabdingbar. In Realität ist das aber häufig nicht so!

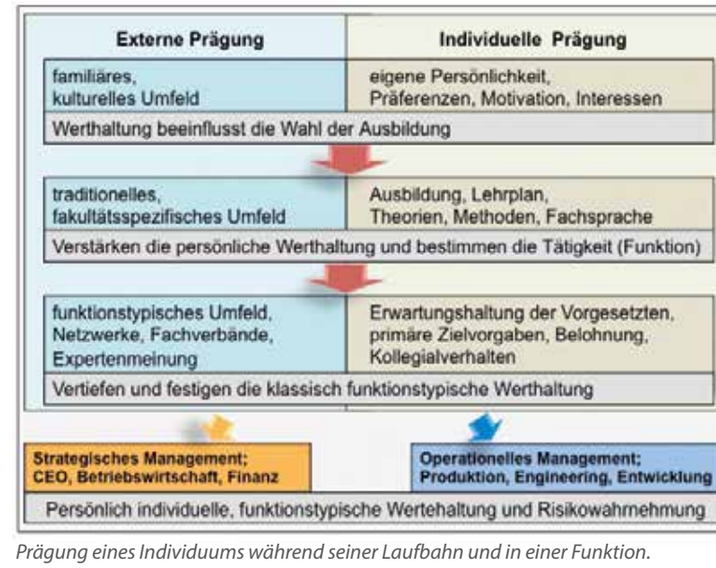
Kürzlich ist mir einer meiner älteren Artikel zu diesem Thema wieder in die Hände gefallen. Ich war überrascht über dessen Aktualität. Viele der damals gemachten Aussagen gelten heute immer noch! Leider immer noch, muss ich anfügen. Deshalb nehme ich hier diese Punkte wieder auf, und stelle sie in den heutigen Kontext.

Haben sie sich als Verwaltungsrat oder Geschäftsführer eines güter-produzierenden, -transportierenden oder mit Gütern handelnden Unternehmens schon einmal folgende Frage gestellt? Wer bewertet in ihrem Unternehmen die operationellen und insbesonders die technischen Risiken und wer berät sie als Verantwortlicher in diesen Belangen?

Haben sie in ihrem Unternehmen einen kompetenten Ingenieur mit vertieften Kenntnissen in Risikomanagement oder besprechen sie alle Risiken mit einem Berater mit ausschliesslich finanz- oder betriebswirtschaftlichem Hintergrund? Und wenn ja, würden sie das Umgekehrte mit gutem Gewissen auch zulassen? Beispielsweise die Beurteilung ihrer Finanzmarkt- und Kreditrisiken durch einen Ingenieur?

Man bringt sein Fahrzeug für einen Service in die Werkstatt und nicht zum Treuhänder oder zur Bank.
Genau dieses Verhalten führt aber leider immer wieder zu Fehleinschätzungen von technischen Risiken mit teils katastrophalen Folgen. Ereignisse durch technisches Versagen können nicht nur für die direkt betroffenen Personen oder der umliegenden Bevölkerung und Umgebung, sondern auch für die involvierten Unternehmen gravierende Folgen haben. Zum Thema Verstehen, Bewerten und Kommunizieren von Risiken haben sich schon viele bekannte Psychologen geäussert. Auf einen Punkt gebracht, werden Personen unter anderem durch ihr Umfeld, ihre Erfahrungen, Ausbildung und Funktion stark geprägt. Zudem unterliegen sie, wie alle Menschen, den allgemein bekannten psychologischen Phänomenen des Ausblendens und der Verdrängung von Risiken, die sie nicht verstehen.

Das Schildern von möglichen Ereignissen in Szenarien ist ein kreativer Akt, basierend auf statistischen Daten und langjähriger Erfahrung.
Geht man davon aus, dass gewisse reale Gefahrenpotentiale existieren, welcher Art auch immer diese sind, verlässt man sich in vielen Unternehmen bei den abschliessenden Bewertungen der sich dadurch ergebenden Risiken nach wie vor auf individuelle «Bauchgefühle» einzelner Personen. Diese haben in der Regel fachspezifische Funktionen und Positionen inne, verfolgen damit zusammenhängende Ziele und unterliegen einer funktionscharakteristischen Risikowahrnehmung.



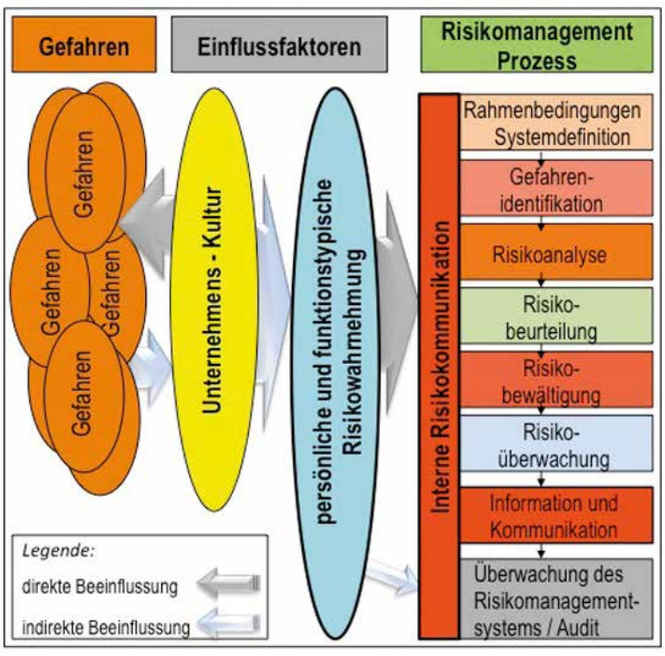
Prägung eines Individuums während seiner Laufbahn und in einer Funktion.
Quelle: A. Gitzi, TeRiskCo, 2020

Problematik der funktionalen Prägung auf ein gemeinsames Risikoverständnis.
Quelle: A. Gitzi, TeRiskCo, 2020

Zum Zeitpunkt einer Risikoanalyse sind sowohl die Auswirkungen als auch die Eintretenswahrscheinlichkeiten der Risiken imaginär und hängen von der individuellen Wahrnehmung und Vorstellungskraft der sich damit befassenden Personen ab. Die Schilderung der möglichen Ereignisse in plausiblen und gut verständlichen Szenarien ist und bleibt schliesslich ein kreativer Akt. Das gilt vor allem für qualitative Risikoanalysen aber durchaus auch für quantitative Methoden. Denn dabei ist die Auswahl der Daten, welche den Berechnungen zugrunde liegen, sowie die Interpretation der Resultate von Personen und damit von deren individuellen, funktionsspezifischen Risikowahrnehmung abhängig. Gemäss der Lehre des Konstruktivismus, welche die Grundlage vieler Kommunikationsmodelle ist, hängt die Wahrnehmung immer auch vom Standpunkt und der Vorprägung des jeweiligen Beobachters ab. *(**Von Foerster, 1993,** Wissen und Gewissen, Versuch einer Brücke, SuhrkampVerlag, Frankfurt)*

Die Qualität des Risikomanagementprozesses hängt von den involvierten Personen ab.

Diese Erkenntnis muss dringend in den allgemein üblichen Prozessen im Managen von Risiken berücksichtigt werden. Einmal identifizierte Risiken müssen beschrieben, beurteilt und kommuniziert werden. Dies erfolgt auf jeder hierarchischen Ebene durch Personen mit anderen funktionsspezifischen Bewertungskriterien. Das heisst, auch ein rein formell funktionierendes Risikomanagementsystem garantiert noch keinesfalls, dass schliesslich auch die wirklich relevanten Risiken den Verantwortlichen rapportiert werden und in ihr Bewusstsein dringen.



Einflussfaktoren auf Gefahren und den Risikomanagementprozess
Quelle: A. Gitzi, 2009 nach Graf & Schühle, 2007

Durch die organisatorisch bedingte, übergeordnete Sicht der Finanz- und Betriebswirtschaftsspezialisten besteht die Gefahr einer Selbstüberschätzung der eigenen Urteilskraft was operationelle und technische Risiken anbelangt. Dies geschieht in der Regel unbewusst und es soll hier niemandem daraus ein Vorwurf gemacht werden.

Man muss davon ausgehen, dass operationelle und technische Risiken bestehen, welche den Verwaltungsräten und Geschäftsleitungen nicht bekannt sind.

Erfahrungen aus vielen Ereignissen zeigen deutlich, wie es immer wieder vorkommt, dass ursprünglich identifizierte, operationelle und technische Risiken während dem «Durchlaufen» des Risikomanagementprozesses falsch eingeschätzt werden und damit aus dem Gesamtbild der unternehmensrelevanten Risiken herausfallen. Das führt schliesslich dazu, dass sie nicht mehr in den Risikorapporten der Geschäftsleitung aufgezeigt werden. Gemäss dem häufig zitierten «Eisbergmodell», kann man davon ausgehen, dass nur ein geringer Teil der Ereignisse zu medienwirksamen Grossereignissen werden. Somit kommt man zwangsläufig zum Schluss, dass unter der Wasseroberfläche noch viele operationelle und technische Risiken bestehen, welche den Verwaltungsräten und Geschäftsleitungen nicht bekannt sind. Wollen sich diese Verantwortlichen nicht dem Vorwurf aussetzen, gar nichts von diesen spezifischen Risiken wissen zu wollen, um beispielsweise aus Gründen des Selbstschutzes im Eintretensfall rechtlich nicht angreifbar zu sein, so besteht hier dringender Nachholbedarf.

Insbesonders zur Gesamtrisikobeurteilung von Unternehmen, welche Güter und Material produzieren, handhaben und/oder umschlagen, ist das technische Know-how für die Bewertung der operationellen und technischen Risiken und deren Einordnung in den Gesamtkontext der erkannten Unternehmensrisiken von zentraler Bedeutung.

Für Unternehmen mit potentiellen, operationellen oder technischen Risiken ist ein Risikomanager mit technischer Kompetenz unerlässlich.

Beispiele sind unter anderem, das fachkompetente Abschätzen von Chancen und Risiken vor dem Bau einer neuen Produktionsanlage oder eines sich in der Pipeline befindenden, technischen Entwicklungsprojektes oder auch das Beurteilen der Auswirkungen einer möglichen Bottleneck-Situation in der Supply-Chain. Auch im Falle von Übernahmen können technische Risiken, nach getätigter Akquisition zu massgebenden Folgekosten führen, wenn sie zum Zeitpunkt des Kaufentscheides unberücksichtigt bleiben. Es können hohe Investitionskosten in Arbeitsschutz, Prozesssicherheit oder für bauliche Massnahmen nötig werden, falls gesetzliche oder firmeninterne Mindestanforderungen nicht erfüllt werden. Altlasten auf dem erstandenen Erwerbsgelände oder in genutzten Abfalldepots können teure Sanierungen erforderlich machen. Verweigern Behörden gegebenenfalls gar die nötigen Betriebsbewilligungen, führt das zu Verzögerungen bei der Inbetriebnahme. Diese Risiken könnten durch technisch versierte und erfahrene Risikomanager bereits in seriösen Due Diligence Prüfungen erkannt werden.

Für alle Unternehmen, welche operationellen, technischen Risiken ausgesetzt sind, ist die Mitarbeit eines Risikomanagers mit hoher technischer Kompetenz im verantwortlichen Team für Risiko- identifikation, -bewertung und -kommunikation unerlässlich, sofern das Risikomanagementsystem dem Wort «umfassend» gerecht werden soll. Nur so können sie sicherstellen, dass unternehmensrelevante betriebliche und technische Risiken nicht durch die Maschen fallen. Die unabhängige Sicht eines externen Risikomanagers mit den notwendigen Kompetenzen und entsprechender Erfahrung könnte ihnen genau hier eine wertvolle und effiziente Unterstützung bieten.

***Referenz:** Gitzi Andreas, (2009), Optimierung der internen Risikokommunikation, Arbeit zum MAS in Risk Management, Hochschule Luzern, Abteilung Wirtschaft.*

Autor der Rubrik Risikomanagement
Andreas Gitzi, Risikomanager MAS
Sicherheitsingenieur EiV
EKAS Chemiker FH, HTL

TeRiskCo Gitzi · Andreas Gitzi
Berater für betriebliches Risikomanagement
Dorneckstrasse 10 · 4421 St. Pantaleon
Telefon 076 569 37 38
info@teriskco.ch · www.teriskco.ch

Stefan Schärer, CEO, Founder & VR Houzy, im Interview von Patrick Gunti

Stefan Schärer, CEO, Founder & VR Houzy. (Foto: zvg)

Moneycab.com: Herr Schärer, darf ich Sie fragen, wie Sie wohnen?
Stefan Schärer: Ich wohne mit meiner Frau in einer Eigentumswohnung in Luzern.

Haben Sie selber schon von Houzy-Empfehlungen für Wohneigentümer profitiert?
Ja. Zum einen habe ich von Blog-Beiträgen profitiert und wurde pro-aktiv auf eine fällige Wartung hingewiesen. Zum anderen konnte ich einen qualifizierten Handwerker aus der Region für eine Reparatur aufbieten.

Was kann mir der digitale Eigenheimmanager von Houzy hauptsächlich bieten?
Grundsätzlich möchte Houzy das Leben jedes Wohneigentümers vereinfachen. Als Mieter ruft man die Verwaltung oder den Hauswart an. Als Wohneigentümer ist man selber für alle Fragen rund ums Haus oder die Wohnung verantwortlich. Bei diesen Fragen bietet Houzy eine Unterstützung.

Houzy verknüpft Daten intelligent und leitet daraus Empfehlungen ab. Auf welche Daten können Sie zugreifen?
Im Immobilienbereich gibt es viele Open-Data-Quellen, die jedem zugänglich sind. Diese Daten ergänzen die User mit ihren Daten. Diese fliessen in unsere intelligenten Tools ein, damit wir dem User proaktiv und reaktiv individuelle Empfehlungen geben können.

Sie haben Houzy mit Ihren Partnern vor drei Jahren gegründet und schnell weiterentwickelt. Welche Services konnten der Plattform 2020 zugefügt werden?
Unsere Produktentwicklung war im Jahr 2020 ausserordentlich effizient. So konnten wir fast jeden Monat einen neuen Service online schalten. Gestartet sind wir mit dem Ausbau der Plattform für Stockwerkeigentümer, dann haben wir den Heizungsrechner und den Pflanzen-Manager lanciert. Danach kam die Wertentwicklung, die Sanierungsplanung, das Community-Forum und der Solarrechner. Parallel dazu haben wir unsere Tools weiterentwickelt und die komplette Plattform auf Französisch und Italienisch übersetzt. Damit ist Houzy für die ganze Schweiz verfügbar.

«Unsere Produktentwicklung war im Jahr 2020 ausserordentlich effizient.»

Stefan Schärer, CEO, Founder & VR Houzy

Wie viele Wohneigentümer haben sich bis heute auf Houzy registriert und von welchen Tools machen Sie am häufigsten Gebrauch?
Ende 2020 haben wir 30'000 registrierte User. Welche Tools wie oft genutzt werden, möchten wir aus Konkurrenzgründen nicht transparent machen. Denn es ist für uns ein entscheidender Wettbewerbsvorteil, dass wir mit den bestehenden 30'000 Usern schnell lernen und uns stetig weiterentwickeln können.

Für die Nutzer ist Houzy kostenlos. Wie generieren Sie Ihre Einnahmen?
Wir verdienen Geld mit den aktuell 600 B2B-Partnern aus mehr als 12 Branchen, denen wir regional und branchenspezifisch einen digitalen Zugang zur interessanten Wohneigentümer-Zielgruppe mit grossem Wertschöpfungs-Potenzial bieten.

Wie wollen Sie Houzy weiterentwickeln?
Wir werden Houzy sehr nahe mit unserer stark wachsenden Community weiterentwickeln; das heisst, wir orientieren uns stets am Nutzen für den

User. Je grösser dieser Nutzen, desto öfters ist ein User, eine Userin auf der Plattform – und umso grösser ist der Mehrwert für unsere zahlenden B2B-Partner.

Viel ist von intelligenten Zuhause oder dem Smart Home die Rede. Werden Sie dereinst direkt Daten von Eigenheimen geliefert bekommen und daraus Ihre Empfehlungen abgeben können?
Das ist sicher eine Vision, wenn es der Wohneigentümer wünscht und er die Datenschnittstellen zu den Smart-Home-Applikationen zur Verfügung stellt. Grundsätzlich entscheidet immer der User, welche Daten er uns gibt. Dies wird er oder sie nur tun, wenn der Output aus den Daten einen klaren Mehrwert bietet – sprich das Leben als Wohneigentümer vereinfacht – und wir die Datenschutzrichtlinien strikte einhalten. Dies bedeutet, dass wir nie Daten weitergeben werden und sie nur genauso verwenden, wie wir es dem Houzy User versprechen.

«Wir werden nie Daten weitergeben und sie nur genauso verwenden, wie wir es dem Houzy User versprechen.»

Wie fliessen generell Wohntrends in Ihre Services ein?
Im Bereich Wohntrends haben wir bisher noch nicht allzu viel gemacht. Den ganzen Bereich Content werden wir aber im 2021 weiter ausbauen und uns dabei an den Bedürfnissen der User ausrichten.

Im September hat Houzy in die Romandie expandiert, nun werden alle Informationen auch auf Italienisch angeboten. Jetzt nehmen Sie das Ausland ins Visier. Welcher Märkte sind dabei von besonderem Interesse?
Im Moment gibt es erste Anfragen von strategischen Partnern und Finanz-Investoren aus dem deutsch- und französischsprachigen EU-Raum. Wir werden eine Expansion im 1. Quartal genauer prüfen und dann je nach Opportunität konkreter planen.

Das Potenzial ist unbestritten, aber wie präsentiert sich die Konkurrenzsituation in diesem Markt?
Mit einer umfassenden digitalen Service-Plattform für Wohneigentümer sind wir die ersten und bisher Einzigen in der Schweiz. Gewisse Banken und Versicherungen haben inzwischen dieses Geschäftsfeld entdeckt und für 2021 eigene, ähnliche Plattformen angekündigt. Von daher wird die Konkurrenz ab Mitte 2021 sicher zunehmen. Wir sind aber überzeugt, dass wir uns dank unserer Unabhängigkeit, unserer Neutralität und insbesondere unserem Startup Speed auch gegen grosse und finanzkräftige Mitbewerber behaupten können. Unsere schnellen Learning Cycles mit unserer stark wachsenden Community sind ein grosser Vorteil.

Mitte 2020 hat die UBS für ihre Immobilien-Plattform key4 eine Minderheitsbeteiligung an Houzy erworben. Welche Schnittstellen bestehen?
Wir werden die key4 Plattform der UBS in die Houzy-User-Journey-Prozesse integrieren und können so unseren Usern die bestmöglichen Hypothekar-Konditionen für die Erst- und für die Refinanzierung anbieten.

Seit September gehört auch Baloise zu den Investoren. Wie wertvoll ist es für Houzy, Teil der Ökosysteme von Banken und Versicherern zu sein?
Diese beiden starken Partner zur Seite zu haben ist extrem wertvoll. Houzy gewinnt zusätzliche Reputation und wir profitieren mittelfristig auch von deren Kundenreichweite. Zusammen wollen wir Houzy als führende Plattform für Wohneigentümer in der Schweiz weiter entwickeln. Dabei gilt es aber zu beachten, dass wir unsere Unabhängigkeit bewahren, denn dies wird unser Alleinstellungsmerkmal sein gegenüber den zukünftigen Konkurrenz-Plattformen von grossen Finanzdienstleistern.

«Wie im Mannschafts-Spitzensport gilt auch für ein digitales Startup: «the team is the product – and the best product will win!»

Letzte Frage: Sie haben als Spitzensportler über 200 Länderspiele für die Schweizer Handball-Nationalmannschaft bestritten und sind neunfacher Schweizer Meister. Helfen Ihnen die gemachten Erfahrungen aus dieser Zeit in Ihrer heutigen Arbeit?
Ja, sehr, da es viele Parallelen und Analogien gibt. Zum Beispiel brauche ich auf jeder Position den besten Mitspieler, welche im richtigen Moment den Ball zur richtigen Person weiterspielt. Und es braucht den richtigen Mindset mit Lern- und Leistungsbereitschaft, Disziplin, Kritikfähigkeit und Team-Spirit. Wie im Mannschafts-Spitzensport gilt auch für ein digitales Startup: «the team is the product – and the best product will win!».

Houzy entwickelt die führende Plattform für Wohneigentümer in der Schweiz mit starken Partnern, viel Expertenwissen und einer schnell wachsenden Community. Das offene Ökosystem integriert nutzerfreundliche Online-Tools wie die Immobilienbewertung, den Erneuerungsfondsrechner oder den Pflanzenmanager und bringt Wohneigentümer und Handwerker mit einem Klick zusammen. Houzy wird laufend um neue Angebote, Partner und Tools erweitert.

Moneycab.com
Helmuth Fuchs · Sternenweg 12 · 8840 Einsiedeln
Mobile 079 421 05 09
helmuth.fuchs@moneycab.com · www.moneycab.com

Leadership versus Management

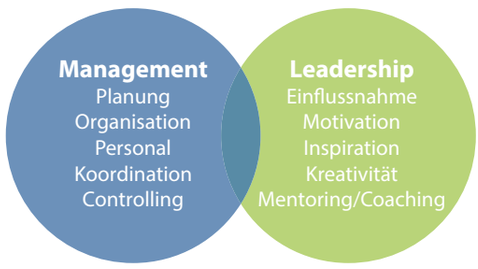
Worin liegt der Unterschied zwischen Management und Leadership? Warum braucht es sowohl Manager als auch Leader? Und welche Vorteile hat echtes Leadership? Leadership ist der Schlüssel zum Erfolg, wenn es um professionelles Change Management geht.

Die Entwicklung des Führungsstils über die letzten Jahre

Die grundlegenden Eigenschaften einer guten Führungspersönlichkeit haben sich über die letzten Jahre nicht geändert, wohl jedoch die Art und Weise, wie Unternehmen geführt werden. Unternehmensleiter haben die besten Methoden eingesetzt, um bessere Erfolgsquoten zu erzielen, insbesondere mit Prozessoptimierungen und technologischen Hilfsmitteln zur Steigerung der Produktivität. Dennoch ist bei vielen ein Mangel an Leadership festzustellen. Der Patriarchalismus ist tot. Leadership im 21. Jahrhundert ist wesentlich komplexer geworden und Veränderung wurde zur Konstanten. Eine Führungskraft braucht die Fähigkeit ihres Teams, um wettbewerbs- und anpassungsfähig zu bleiben. Der «New Age»-Leiter inspiriert, motiviert und erkennt die Stärken anderer, um ihr volles Potenzial zu nutzen und zu fördern. Die Arbeit wird nicht von oben angeordnet, sondern im Inneren entschieden. Diese Änderung gibt den Mitarbeitenden das Gefühl, dass ihre Arbeit Sinn macht, Bedeutung hat und Kameradschaft fördert.

Leadership versus Management

Obwohl die Begriffe Management und Leadership anscheinend synonym verwendet werden, gibt es einige sehr deutliche Unterschiede.



Echtes Leadership:
- Glaubwürdig sein!
- Geradlinig sein!
- Branchenvertraut sein!
- Mitarbeiternah sein!
- Authentisch sein!

Sowohl für Manager als auch Leader sind gute zwischenmenschliche Fähigkeiten, die Fähigkeit zu kommunizieren und zu inspirieren sowie saubere Delegation zum Erfolgsfaktor ihres Tuns geworden. Jedes Unternehmen muss die Aufgaben, die die Mitarbeitenden übernehmen, planen und organisieren. Die Mitarbeitenden brauchen gleichzeitig Ermutigung und Inspiration, um sie in der besten Version ihrer selbst auszuführen. Die erfolgreichsten Organisationen haben deshalb eine funktionierende Kombination aus Managern und Leadern im Einsatz. Kleinunternehmer sind da schon stärker gefordert, da sie sowohl die Elemente von Leadership als auch Management in einer Person vereinen müssen.

Unterschied zwischen Managern und Leadern

Manager üben die Funktionen des Planens, Organisierens, Kontrollierens und Leitens aus. Aber macht dies alle Manager zu Leadern?

Einige Manager besitzen sehr wohl die Fähigkeiten eines Leaders, aber nur dann, wenn sie die Mitarbeitenden inspirieren und ermutigen, die Produktivität ohne eiserne Faust zu steigern. Manager, die keine Leader sind, werden Mitarbeitende haben, die tun, was ihnen befohlen wird, weil sie dazu verpflichtet sind, und nicht, weil sie dazu ermutigt werden und sich wie ein integrales Rädchen im System fühlen. Die Voraussetzungen für effektive Leadership hängt stark von einer guten Kommunikation ab. Sie soll andere inspirieren, Teil der kollektiven Vision und offen für Innovationen zu sein. Gute Kommunikation ist entscheidend. Echte Leader müssen effektiv kommunizieren, in angespannten Situationen die Ruhe bewahren und im Wesentlichen ein Vorbild sein, was Zuhören und Einfühlungsvermögen für die Bedürfnisse des Teams miteinschliesst. Inspiration entsteht durch den Einbezug der einzelnen Teammitglieder, indem man sie nach ihren Ideen fragt und ihnen die Instrumente an die Hand gibt, die zur Verwirklichung der gemeinsamen Vision beitragen. Leadership bedeutet in einem gewissen Sinne also auch Innovation. Leadership versucht permanent, die Organisation in allen Bereichen zu verbessern und eine Innovationskultur zu fördern, die es allen Teammitgliedern erlaubt, ihre Ideen einzubringen. Zudem sind Leader stets bestrebt, sich selbst und andere in ihrer Umgebung zu verbessern, um das Beste zu sein, was sie sein können.

Die Führungskompetenz eines Leaders

Die eigentliche Definition von Leadership ist schwer zu bestimmen und die Menschen werden unterschiedliche Meinungen dazu haben. Sicherlich ist Leadership für jedes Unternehmen unerlässlich. Arbeitnehmende brauchen jemanden, von dem sie lernen und den sie sich als Vorbild neh-

men können. Allerdings wird jede Führungskraft aufgrund der einzigartigen Einflüsse und Herausforderungen, denen sie in ihrem Leben begegnet ist, ihre eigenen Philosophien und Methoden haben. Um ein Leader zu werden, ist es notwendig, einige wichtige Führungskompetenzen zu erkennen und zu optimieren, die in vielen Jahren der Leadershipforschung umrissen und bekräftigt wurden. Die oberste Kompetenz ist Vertrauen. Eine Führungspersönlichkeit, welche keine Vertrauenskultur lebt, wird keine Leute finden, die bereit sind ihr zu folgen. Hinzu kommt die Fähigkeit, die richtigen Entscheidungen zu treffen. Dies unabhängig davon, ob die Führungskraft allein zu entscheiden hat oder ob sie andere in den Entscheidungsprozess miteinbezieht. Als Person soll eine Führungspersönlichkeit über eine hohe Sozialkompetenz verfügen. Dazu gehört, mit den Mitgliedern im Team zurechtzukommen, auch in angespannten Situationen ruhig zu bleiben, gegebenenfalls zu vermitteln und sich stets mit einer positiven Einstellung auf ein positives Ergebnis zu konzentrieren.

Vorteile von Leadership gegenüber Management

Die beiden Hauptvorteile, die Leadership gegenüber Management hat, liegen in der erhöhten Produktivität in Kombination mit hoher Arbeitsmoral der Mitarbeitenden. Wenn eine Führungskraft Geschäftsaufgaben effektiv delegieren kann, indem sie die Stärken der verschiedenen Mitarbeitenden erkennt und die Arbeit entsprechend delegiert, führt dies zu erhöhter Produktivität, insbesondere wenn die Arbeitsmoral des Teams hoch ist. Mitarbeitende, die sich wertgeschätzt fühlen, arbeiten selbst in schwierigen Zeiten härter. Die Herangehensweise des ganzen Teams und der Einbezug des Einzelnen in den Entscheidungsfindungsprozess gibt den Mitarbeitenden das Gefühl, geschätzt zu werden, und wenn sich jemand gut fühlt, wird er zweifelsohne sein Bestes geben. Die Möglichkeit, dadurch Mitarbeitende langfristig zu binden, ist ein massiver Vorteil, da der Zeit- und Kostenaufwand für die Anwerbung und Ausbildung neuer Mitarbeiter ein nach wie vor stark unterschätzter Kostenfaktor darstellt.

Die Rolle der Führung im Veränderungsprozess

Die Umsetzung von Veränderungen in einer Organisation kann als störend empfunden werden und auf Widerstand stossen. Mit professionellem Change Management wird versucht, eine möglichst reibungslose Veränderung sicherzustellen. Das Veränderungsmanagement konzentriert sich in der Regel auf die Menschen und darauf, wie sie als Einzelpersonen und Teams das Ziel der Veränderung erreichen. Die Veränderung kann eine einfache Verfahrensänderung sein, bis hin zu bedeutenden Änderungen der Unternehmenspolitik oder der Gesamtstrategie. Veränderungen sind unvermeidlich und professionelles Change Management unterstützt dabei, sie mit weniger Stress und Widerstand anzugehen.

Es gibt viele Modelle des Veränderungsmanagements. Allen gemeinsam sind jedoch folgende Merkpunkte:

- Seien Sie sich darüber im Klaren, was sich ändern muss und legen Sie fest, welche Ressourcen und Personen für eine erfolgreiche Umsetzung des Wandels erforderlich sind.
- Planen Sie die Änderung so, dass der Weg zum vorgeschlagenen Ziel deutlich erkennbar ist. Ein Schlüssel ist es, viele kleine Erfolge dem einen grossen Erfolg vorzuziehen.
- Gute offene Kommunikation ist für alle Veränderungen das A und O. Alle Schritte hängen von diesem entscheidenden Faktor ab.
- Der Mensch liebt den Fortschritt, aber hasst die Veränderung (Voltaire). Erfolgreiches Change Management wird dies berücksichtigen und den Betroffenen Mittel und Wege für einen reibungslosen Wandel an die Hand geben. Auch das Anerkennen und Feiern von Erfolgen und Meilensteinen wird dazu beitragen, die Wandlungsbereitschaft bei Teams und Einzelpersonen hoch zu halten.
- Veränderung ist immer ein fortlaufender Prozess; selbst die in den Anfangsphasen geplanten Strategien sind Veränderungen unterworfen. Die einzelnen Schritte sollen überwacht und analysiert werden, damit Anpassungen rechtzeitig vorgenommen werden können.

Bedeutung und Aufgabe von Leadership im Veränderungsmanagement

Leadership ist menschenorientiert und der Schlüssel liegt darin, sich auf die Mitarbeitenden zu konzentrieren und mit ihnen in Kontakt zu bleiben, denn ohne ihre Unterstützung wird der gewünschte Sollzustand nicht eintreten. Für den Wandel müssen Führungskräfte transparent und rechenschaftspflichtig sein, um die besten Ergebnisse für alle zu erzielen. Wenn die Menschen hinter den Vorhang blicken können, werden sie mehr Verständnis und Bereitschaft aufbringen, den Wandel zu akzeptieren. Wenn die Dinge nicht funktionieren, dann ist es Aufgabe des Leaders, den Wagen wieder auf Kurs zu bringen. Gerade in schwierigen Zeiten zeigt sich die wahre Qualität einer Führungspersönlichkeit. Sie ist dazu angehalten, als Vorbild voranzugehen und den Worten Taten folgen zu lassen. Leader sind Vorbilder, Motivatoren und Führer in einer Person und stellen so die Brücke zwischen der bestehenden Organisation und den angestrebten Neuerungen dar.

Kritische Erfolgsfaktoren für erfolgreichen Wandel auf den Punkt gebracht

Klarheit: Arbeiten Sie mit schlagkräftigen Argumenten für Veränderungen. Die Menschen müssen wissen und begreifen, warum eine Veränderung geschehen muss.
Effektive Leadership: Die Professionalität der Führungskräfte ist für das Promoten und Vorantreiben eines Veränderungsprozesses entscheidend.
Engagierte Mitarbeitende: Es muss nicht die gesamte Belegschaft hinter dem Wandel stehen. Wichtig ist, die treibenden Kräfte für das Vorhaben zu gewinnen.
Engagement auf allen Leadershipebenen: Das Management muss geschlossen hinter den angestrebten Neuerungen stehen und diese gegenüber den Mitarbeitenden vertreten.
Menschen befähigen: Setzen Sie die Mitarbeitenden auf Ihren Stärken ein. Nur so können Sie mit dem vollen Engagement der Betroffenen rechnen.
Bedenken ansprechen: Die Menschen werden sich mit dem Wandel und seinen Auswirkungen beschäftigen. Daher ist es wichtig, ihnen in dieser Zeit besonderes Gehör zu schenken und ihre Ängste und Sorgen ernst zu nehmen.

Wie können wir Sie unterstützen?

Stehen Sie vor einem grösseren Veränderungsprozess? Und fehlen Ihnen allenfalls die zeitlichen oder fachlichen Ressourcen für eine professionelle Umsetzung? Dann haben wir ein treffendes Angebot für Sie. Wir unterstützen Menschen dabei, über sich hinauszuwachsen. Oder wie es ein Kunde formulierte: *«Pascal von Gunten überzeugt durch eine äusserst angenehme, kollegiale Zusammenarbeit mit hoher Fachkompetenz. Er versteht es, emotionales und sachliches zu trennen und in jeder Situation objektiv und respektvoll zu bleiben. Bei seiner Arbeit geht er strukturiert, transparent, lösungsorientiert sowie verbindlich vor. Es gelingt ihm, auch in anspruchsvollen Situationen die Fäden zusammenzuhalten und Doppelspurigkeiten zu vermeiden. Seine Stärken und Glaubwürdigkeit konnte er als Geschäftsführer a.i. ideal einsetzen und somit den versprochenen und erwarteten Mehrwert absolut generieren. Ich stehe vollumfänglich hinter Pascal, schätze den Austausch mit ihm sehr und kann ihn bestens weiterempfehlen.»*
Kunde Peter Wäspi, Verwaltungsratspräsident & Geschäftsführer, Repapress AG

Bewerben Sie sich noch heute kostenlos zu einem Erstgespräch per Telefon oder Videochat und überzeugen Sie sich selbst von den Möglichkeiten einer zielgerichteten Unterstützung.

VON | GUNTEN
EXECUTIVE PARTNER

von Gunten Executive Partner AG · Pascal von Gunten
Telefon 079 755 28 54 · Böhlstrasse 17 · 9300 Wittenbach
info@vongunten-partner.ch · www.vongunten-partner.ch

SKV Association Suisse des PME
Associazione Svizzera delle PMI
Schweizerischer KMU Verband

MIGROL

3 Rp./L günstiger tanken

Mit der Migrolcard an 370 Stationen bargeldlos tanken, waschen und einkaufen.
Erfahren Sie mehr zu Ihren Vorzugskonditionen auf www.kmuverband.ch/migrol.

«Entdecken Sie die Schweiz zum Spartarif»

Mit Hotelcard die Schweiz zum Spartarif entdecken!
Als Mitglied übernachten Sie in mehr als 500 Hotels in der Schweiz, in Deutschland, Österreich und Italien bis zu 50% günstiger. Ob Wellness-, Berg- oder Städtetrip: Vom 5-Sterne Boutique-Hotel bis hin zum mittelalterlichen Kloster ist alles dabei, was das Reiseherz begehrt. Entdecken Sie die besten Hotels in der Schweiz und entscheiden Sie sich bewusst für Ferien in der Nähe.

So profitieren Sie
- In mehr als 500 Hotels bis 50% günstiger übernachten
- Ganz nah: Kurztrips in der Schweiz und im angrenzenden Ausland
- Top-Auswahl an Wellness-, Berg- und Stadthotels
- Keinerlei versteckte Kosten oder Zwänge
- Wertvolle Insider- Reise- & Ausflugstipps

Als Leser/-in des Magazins Erfolg profitieren Sie von exklusiven Rabatten:
- 1 Jahr CHF 79.00 statt CHF 99.00 **(Sie sparen CHF 20.00)**
- 2 Jahre CHF 133.00 statt CHF 173.00 **(Sie sparen CHF 40.00)**
- 3 Jahre CHF 187.00 statt CHF 247.00 **(Sie sparen CHF 60.00)**

Jetzt bestellen: www.hotelcard.com/erfolg-2103

HOTELCARD®

Hotelcard AG · Burgstrasse 18 · 3600 Thun · office@hotelcard.com · www.hotelcard.com

Zum Glück verstehen Sie diesen Text

Mit Sprache bei den Kunden gut anzukommen, klingt einfach.

Das Verstehen von Schriftsprache ist nicht selbstverständlich. Auch einfache Texte überfordern viele Menschen – gut ausgebildete miteingeschlossen. Wenn diese Ihre Werbetexte und Botschaften nicht richtig verstehen, sprechen Sie nicht auf Ihr Angebot an. Darum pflegen immer mehr Institutionen und Firmen bewusst eine einfache Sprache. Diese macht das Verstehen leicht. Frischtext.ch stellt Ihnen die einfache Sprache für KMU vor.

Jede/r Sechste versteht nicht

Etwa jede sechste erwachsene Person in der Schweiz hat Mühe, auch einfache Texte zu verstehen. Darunter sind auch gut ausgebildete Leute. Das Resultat stammt aus der internationalen ALL-Studie von 2003. Heute scheint die Lage noch drastischer zu sein. Begriffe werden komplexer, Sprachbarrieren verhindern das Verstehen und der digitale Wandel hinterlässt Spuren (Sonntagszeitung 23.8.20). Wenn potenzielle Kunden die Vorteile Ihres Angebots nicht oder zu wenig gut verstehen, was geschieht dann? Sie bedienen sich woanders.

Sagen Sie es einfach!

Einfache Sprache verstehen alle besser, auch die Hochgebildeten. Ursprünglich richtete sich die «Leichte Sprache» an Leute, die mit Lesen und dem Verstehen Schwierigkeiten hatten. Mittlerweile setzen auch Spitäler, Museen, kleine und grosse Firmen auf die «Leichte Sprache». Sie formulieren Ihre Websites, Broschüren, Briefe und Anleitungen in einfacher Sprache. Diese verwendet konkrete Begriffe, macht kurze Sätze und erklärt Fremd- und Fachwörter. Leichte Sprache liest sich flüssig, spannend und macht Freude. Leichtfüssig führt sie Interessenten zu den Vorteilen Ihres Angebots und verlockt sie, sich darauf einzulassen.

Wie klingt klipp und klar?

Ein Beispiel, wie sich einfache Sprache anhört: «Unser Familienunternehmen führen wir in der dritten Generation in Zürich. In der Reinigung von Gebäuden haben wir über 90 Jahre Erfahrung. Mehr als 1'200 fachkundige Mitarbeitende bieten Ihnen einen umfassenden Service an. Kunden in der ganzen Schweiz schätzen die professionelle Qualität unserer Leistungen».

« Den KMU dient eine Sprache, die von ihrem Publikum sofort verstanden wird.» *Nic Baschung, frischtext.ch*

Einfache Sprache sieht leicht aus

Der Schein trügt. Das einfache Schreiben ist alles andere als leicht. Es verlangt nach eigener Denkarbeit. Denn wie wissen Sie, ob ein Text leicht oder schwer verständlich ist? Eine allgemein anerkannte Definition gibt es nicht. Das Verstehen hängt von verschiedenen Eigenschaften ab. Darin sind sich alle ExpertInnen einig. Beispielsweise vom generellen Sprachverständnis, vom inhaltlichen oder begrifflichen Verständnis der Angesprochenen, vom Textaufbau, dem Schreibstil und weiteren Kriterien.

Die Einflussfaktoren auf das Leseverständnis stehen im Fokus unterschiedlicher Forschungsbereiche. Zum Bewerten entwickelten sie wissenschaftliche Instrumente wie das Hamburger-Verständlichkeitsmodell. Den KMU dient am besten eine, durch die Ansprechgruppe überprüfte, einfache Sprache. Lassen Sie sich im Wörterbuch von «infoeasy- news.ch» inspirieren.

Setzen Sie auf einfache Texte

Regt dieser Text Sie an, Ihren Interessenten das Verstehen zu erleichtern? Dann hat er sein Ziel erreicht. Das Vereinfachen Ihrer Texte nehmen wir Ihnen gerne ab. Während dem wir mit Blick auf Ihre Kunden tunen, nutzen Sie Ihre Zeit für sich. Texte, die besser ankommen, erfreuen Ihre Kunden und erreichen ihre Ziele besser.

Klar verständlich, in einfacher Sprache, schreiben wir Ihre Briefe, Website-Texte, Ihre Prospekte und mehr. Brennt Ihnen dazu eine Frage auf der Zunge – schreiben Sie uns eine Mail oder rufen Sie an.

frischtext.ch
doppelt | einzigartig

frischtext.ch | bereit für Ihre Lockrufe
Cornelia Aschmann · Zürich · Tel. 044 461 40 84
Nic Baschung · Cham · Tel. 041 783 15 15
neuschnee@frischtext.ch

Anvertraute Rechte effizient verwalten

Bild: DocuWare; Bigstock.com/Natalya Lys

SUISSIMAGE, die Verwertungsgesellschaft der Film- und Audiobranche in der deutschen und italienischen Schweiz, nimmt die Urheberrechte von Filmschaffenden weltweit wahr. Um die anvertrauten Rechte der rund 3500 Schweizer Mitglieder kosteneffizient und nachvollziehbar verwerten zu können, setzt die Genossenschaft auf effiziente Strukturen und moderne Informationssysteme. Ein Dokumentenmanagement-System (DMS) unterstützt die Verwertungsgesellschaft beim Mitglieder- und Rechtemanagement und ein Workflow sorgt für eine schnelle Rechnungsprüfung.

«Früher war es aufwendig und problematisch, Dokumente für eine abteilungsübergreifende Zusammenarbeit zur Verfügung zu stellen», sagt Martin Hettich, bei SUISSIMAGE in Bern IT-Leiter und Mitglied der Geschäftsleitung. Zwar gab es eine digitale Ablage auf File-Ebene, jedoch wurden viele Belege in den einzelnen Abteilungen auch in Papierordnern archiviert und waren damit schwer für andere zugänglich. Wichtigstes Ziel war deshalb eine revisionssichere Archievierung aller Belege in einem zentralen Dokumenten-Pool, so dass jeder berechtigte Mitarbeiter jederzeit und auch von unterschiedlichen Standorten aus auf alle notwendigen Unterlagen zugreifen kann. «Das DMS DocuWare hat uns vor allem wegen seines Leistungsumfangs überzeugt. Aber auch das Renommee des Software-Herstellers war ein wichtiges Kriterium bei unserer Entscheidung», sagt IT-Experte Martin Hettich. Weitere Argumente waren die vorhandene Schnittstelle zur Buchungssoftware Sage sowie die mögliche Integration in die eigenentwickelte Datenbank RaC, auf der alle Film- und Urheberdaten gespeichert sind.

Reibungsloser Start

Bei SUISSIMAGE wurde die Planungs- und Umsetzungsphase des DMS-Projekts mit dem erfahrenen DocuWare-Partner, der Alos Solution AG aus Obfelden, gründlich vorbereitet. Besonderer Wert wurde auf die Entwicklung einer sinnvollen und einheitlichen Ablagestruktur für den ganzen Betrieb gelegt. Das hat sich gelohnt. So konnte man mit guten Argumenten anfänglichen Widerständen von Mitarbeiter*innen gegen eine Änderung gewohnter Arbeitsabläufe entgegenwirken. Im März 2019 startete dann erfolgreich der DocuWare-Einsatz in der Buchhaltung mit einem Workflow zur Rechnungsfreigabe. Die Eingangsrechnungen werden heute täglich gescannt und im zentralen Dokumenten-Pool archiviert, womit sofort ein Workflow beginnt. Die Rechnung erscheint in der Aufgabenliste der Buchhaltung. Dort wird sie mit Sage vorerfasst und wandert automatisch in die Aufgabenliste der Geschäftsleitung. Diese erhält eine E-Mail mit Link auf die Liste, sobald eine neue Rechnung geprüft werden soll. Die Geschäftsleitung prüft die Rechnung und schickt sie mit einem elektronischen Stempel versehen zurück an die Buchhaltung. Dort wird sie zur Zahlung freigegeben, in Sage verbucht und archiviert. Damit endet der Workflow. Die Mitarbeiter*innen wissen es zu schätzen, dass sie dabei direkt in Sage auf sämtliche Belege zugreifen können ohne ihre gewohnte Arbeitsoberfläche verlassen zu müssen. Besonders bewährt hat sich das System während der Coronakrise, denn auch vom Homeoffice aus lassen sich alle notwendigen Arbeitsschritte durchführen, die Belege verteilen und Rechnungen nach Freigabe pünktlich bezahlen. «Als wichtiger Teil der Arbeitswerkzeuge ist DocuWare heute von allen akzeptiert», sagt Martin Hettich.

Zeitgemässer Schritt in die Digitalisierung

Was dem IT-Spezialisten am DMS-Einsatz aber besonders gefällt, ist die Flexibilität und Offenheit des Systems: «DocuWare bietet die Möglichkeit, sich seine Struktur selbst zu schaffen, so dass sie unserer Kultur und unseren Bedürfnissen entspricht.» Innerhalb der nächsten fünf Jahre soll das DMS bei SUISSIMAGE in fast allen Bereichen eingeführt sein, plant Hettich. In der Abteilung Mitgliederverwaltung ist man schon dabei, tausende von Werkanmeldungen und -verträgen, die teils in Papierakten und teils als elektronische Dateien gespeichert sind, zu archivieren. Ziel ist ein besserer Überblick und ein schnellerer Zugriff auf sämtliche Unterlagen, die für die Rechteverwertung eines Mitglieds von Bedeutung sind. Das Projekt wird noch einige Zeit in Anspruch nehmen, betont Martin Hettich: «Wir können hier in Zukunft zwar viel Zeit und viel Papier einsparen, der Aufwand für die Migration der vorhandenen Dossiers ist allerdings entsprechend gross.» Schnelleren Nutzen verspricht sich der IT-Leiter hier vom Workflow zur Abwicklung von Mitgliedsanträgen. Er soll Arbeitszeit sparen und gleichzeitig den Service verbessern. Als nächstes steht dann die digitale Personalakte auf der Agenda. Martin Hettich sieht den Einsatz des Dokumentenmanagement-Systems als zeitgemässen Schritt in die Digitalisierung.

DocuWare

DocuWare GmbH
go.docuware.com/partner-schweiz
www.docuware.com

Experten von adlatus unterstützen KMU in Härtefällen

KMU sind neben der finanziellen Unterstützung die von Bund und Kantonen auf Grund von COVID-19 gewährt wird, auf weitere Hilfestellungen angewiesen. adlatus hilft und stellt hierbei Beratungsleistung für hart betroffene Unternehmen bis auf weiteres kostenlos zur Verfügung.

adlatus ist ein schweizweites Netzwerk von ehemaligen Unternehmern, Führungskräften und Fachspezialisten, welche ihre praktischen Erfahrungen und Beratungsdienstleistungen ihren Mandanten auch im Normalfall zu besonders kostengünstigen Konditionen zur Verfügung stellen. Infolge Corona sind bekanntlich zahlreiche Unternehmen völlig unverschuldet in existenzielle Schwierigkeiten gelangt und bewerben sich deshalb um Hilfe aus dem Unterstützungspaket von Bund und Kantonen für Corona-Härtefälle.

adlatus mit 11 regionalen Organisationen und über 200 aktiven Experten möchte in dieser schwierigen Situation helfen. Viele Mitglieder von adlatus haben während ihren beruflichen Karrieren etliche schwierige Situationen persönlich miterlebt.

Sie verstehen deshalb die Not und die Existenzängste, die auf viele Gewerbetreibende und Unternehmer hereingebrochen sind. Unternehmen, die über Jahrzehnte hinweg mit grossem Aufwand und vielen Entbehrungen aufgebaut wurden, drohen jetzt zu verschwinden. Damit Arbeitsplätze erhalten bleiben und KMU weiter existieren können, stellt adlatus Expertenwissen und Erfahrung besonders hart betroffenen Unternehmen und im Zusammenhang mit dem von Bund und Kantonen initiierten Härtefall-Hilfsprogramm bis auf weiteres kostenlos zur Verfügung stellen.

Diese Unterstützung kann folgende Dienstleistungen umfassen:

- Hilfe bei der Erstellung oder der Prüfung der notwendigen Gesuchs unterlagen wie Betriebsabschlüsse, Finanzplanung, Liquiditätsplanung, Businessplan etc.
- Prüfung der Umsetzbarkeit und der Erfolgsaussichten der Planungs unterlagen
- Mitwirkung und Coaching bei der Erarbeitung und der Umsetzung von Massnahmen, wie zum Beispiel Marketing und Verkaufsplanung, Erstellung Businessplan etc.

Auf diesem Weg möchten die Mitglieder von **adlatus** den infolge Corona unverschuldet in Schwierigkeiten gelangten KMU und damit diesem wichtigen Wirtschaftssegment etwas zurückgeben.

adlatus
Erfolg dank Erfahrung

Klemens Ruoss · Vorstandsmitglied
Telefon 079 522 27 30 · k.ruoss@adlatus.ch · www.adlatus.ch

Unentdeckte Kundenwünsche als Chance für KMU in Krisenzeiten

Pea Victoria Zimmermann
Customer Experience Consultant für KMU, Start-ups und Grossunternehmen

Das Erkennen unbekannter Kundenwünsche wird zunehmend zum Wettbewerbsvorteil. Diese Chancen sind in Krisenzeiten besonders wertvoll – werden jedoch von vielen Unternehmern nicht erkannt. Mit einfachen Tricks erfahren Sie, ob Sie diese ungeahnten Möglichkeiten haben und welche Lösungen sich lohnen.

Indirekte Chancen für KMU
Die aktuellen Einschränkungen und das veränderte Kundenverhalten stellen viele Unternehmen vor grosse Herausforderungen. Umso wertvoller sind ungenutzte Möglichkeiten, die besonders von KMU erschlossen werden können – auch wenn sie kein direkter Gewinner der Corona-Krise sind, wie z.B. amazon.com. Die Chance besteht darin, als «relativer Gewinner» aus der Situation hervorzugehen, indem sich Unternehmen von ihren Mitbewerbern abheben und so weniger stark getroffen werden. Auf Grund ihrer Flexibilität können kleinere Unternehmen diese Chancen besonders für sich nutzen. Doch welche konkreten Potentiale bieten sich für Ihren Vorteil?

Wie Ihr KMU seinen Vorteil nutzen kann
Unternehmen scheitern häufig, weil sie sich auch bei veränderter Marktlage auf ihre bisherigen Fähigkeiten und Ressourcen verlassen. Erfolgreiche Unternehmen passen sich ihren Kunden an, verstehen ihre Wünsche und lösen ihre Probleme. Entscheidend hierbei ist der «Problem-Solution-Fit» – die richtige Lösung für die drängenden Kundenwünsche. Erfahrungsgemäss können Sie so etwa mit veränderten Öffnungszeiten oder einem kleinen Online-Service neue Zielgruppen erschliessen oder die Kundenzufriedenheit erhöhen. Das zahlt sich aus: Untersuchungen in zahlreichen Branchen zeigen, dass zufriedene Kunden Ihr Unternehmen häufiger weiterempfehlen, im Schnitt mehr Angebote wahrnehmen und damit den besserzahlenden Kundenstamm bilden sowie seltener kündigen. Wie gut kennen Sie eigentlich die Wünsche Ihrer Kunden? Ich möchte Ihnen eine Wette vorschlagen: Ich glaube, Sie könnten diesbezüglich blinde Flecken haben. Nehmen Sie die Wette an?

Hat Ihr Unternehmen ungenutzte Potentiale?
Zumindest nach dem Kano-Modell, das Kundenwünsche in verschiedene Kategorien einteilt ist es wahrscheinlich, dass sich blinde Flecken bezüglich der Wünsche Ihrer Kunden ergeben. Auch wenn Sie regelmässig Kundengespräche führen, wie ich an einem Beispiel verdeutlichen möchte: Stellen Sie sich vor, Sie möchten ein Smartphone kaufen und schildern einem Verkäufer Ihre Wünsche: Es sollte eine super Kamera haben, einen grossen Speicherplatz sowie ein gutes Display. Welche weiteren Wünsche würden Sie nennen? Über alle diese Eigenschaften soll Ihr Gerät verfügen. Zunächst sind Sie erfreut über Ihr neues Smartphone – bis Sie Ihren ersten Anruf tätigen wollen, dafür ist das Gerät leider nicht ausgelegt. Hätten Sie daran gedacht? Dieses Phänomen nennt sich «implizite Kundenwünsche». Diese werden nicht direkt formuliert, da sie als selbstverständlich vorausgesetzt werden. Die Enttäuschung auf Kundenseite ist umso grösser, wenn sie nicht erfüllt werden und eine Kündigung ist wahrscheinlicher geworden. Sie sind noch nicht überzeugt? Ein weiterer blinder Fleck könnte sich ausserhalb der Kundengespräche ergeben, z.B. auf Ihrer Website. Haben Sie selbst als Kunde bereits eine Information im Internet gesucht und nicht gefunden? Falls Ihnen das bekannt vorkommt, wissen Sie wie frustrierend dieses Erlebnis sein kann. Können Sie mit Gewissheit sagen, dass es Ihren Kunden stets anders geht?

Mit klarem Fokus auf zukunftsfähige Lösungen setzen
Haben Sie unsere Wette gewonnen oder ist es möglich, dass es noch unbekannte Kundenwünsche oder Verbesserungspotentiale gibt, mit deren Lösung Sie Ihre Kunden überzeugen können? Gerne zeige ich Ihnen, wie Sie diese Möglichkeiten aufdecken: Im Gegensatz zu Grossunternehmen mit umfassenden Marktforschungsstudien, können Sie mit wenigen gezielten Kundengesprächen viel günstiger Kundenwünsche kennenlernen. Es ist beispielsweise statistisch bestätigt, dass nur sechs Kundengespräche, sogenannte «Usability Tests» ausreichen, um die Attraktivität Ihrer Website zu überprüfen. So lernen Sie Frustfaktoren kennen, die einen Anbieterwechsel wahrscheinlich machen und können passende Lösungen für die drängenden Kundenprobleme benennen. Damit ist garantiert, dass Sie kein Geld in unattraktive Lösungen stecken und den richtigen Fokus setzen.

Weitere konkrete Tipps für Ihre Chancen 2021
Sie möchten kleinere Schritte in Richtung unentdeckte Kundenwünsche gehen oder Sie haben noch keine Website? Dafür gibt es zahlreiche Tricks, die Sie zunächst einfach für sich nutzen können. Mit Hilfe einer bewährten Vorlage lernen Sie beispielsweise die Perspektive Ihrer Kunden so gut kennen, dass Sie passende Angebote oder Verbesserungen entwickeln können. Für den Aufbau einer attraktiven Website gibt es sehr einfache Schablonen, um relevante Kundensituationen zu identifizieren. Wenn Sie diese Tricks kostenlos entdecken möchten, freue ich mich über Ihre E-Mail mit dem Stichwort: «Chancen 2021 für mein KMU nutzen»!

P. Zimmermann Consulting
Telefon 079 137 67 08
pea@pzimmermann-consulting.ch

Erfolgsbooster in Coronazeiten: Vertrauen

Bild: Vertrauen umarmt Misstrauen von Konstantin Behr

«Vertrauen ist nicht nur gut.
Misstrauen ist nicht nur schlecht.
Die passende Balance ist gefragt.»

Führen heisst auch:
Macht und Vertrauen zeigen
Eine Vorgesetztenposition ohne Macht kann selten Entscheide durchsetzen. Und ja: Entscheide machen oft unpopulär, einsam. Was hilft ist: gesundes Vertrauen in sich und in andere.

Aber: das schliesst das Misstrauen nicht aus. Ganz und gar nicht. Gesundes Misstrauen, im Sinne einer gewissen Skepsis kann sogar das Zünglein an der Waage sein, welches richtig eingesetzt zu einer produktiven und gelungenen Arbeitsbeziehung führt.

Schön, dass sich mehr und mehr moderne Führungsstile durchsetzen, die die Vorgesetzten der Gutsherrn-Ära mit Worten wie Befehle und Gehorsam verbannen. Um Vertrauen im Arbeitsleben zu stärken gibt es drei relevante Faktoren, die ich Ihnen gerne hier aufzeige:

1. DAS WOLLEN
Ihr Mitarbeiter Hans Muster hat seine ganz eigenen Motive. Er hat eigene Ziel. Haben Sie Hans schon mal gefragt, was er wirklich WILL? Was ihn jeden Tag motiviert für Sie und das Unternehmen zu arbeiten?

Und: Was sind seine Ziele und wie können diese mit den Unternehmensziele in Einklang gebracht werden? Setzen Sie diese Frage im nächsten Feedbackgespräch ein und staunen Sie über die Antworten.

2. DAS KÖNNEN
Hans Muster verfügt über eine individuelle Leistungsfähigkeit. Sein Leben hat ihn zu dem Mitarbeiter geformt, der er heute ist. Schauen Sie nicht nur auf seine Fachkompetenzen sondern auch vor allem auf seine Methoden-, Sozial- und Persönlichkeitskompetenzen. Denn erst mit diesen 4 Kompetenzen kann er die Aufgaben lösen, die Sie ihm übertragen.
Das KÖNNEN von Hans zu kennen, fördert Vertrauen und kann das gelingende, produktive Miteinander beflügeln.

Last and not at least braucht jetzt noch Nummer 3.

DAS DÜRFEN.
Es ist wunderbar, dass Hans WILL und auch KANN. Zum Aufbau einer gesunden Vertrauensbasis, welches es gerade in Coronazeiten braucht, ist das DÜRFEN wichtig.

Jetzt sind Sie dran: zeigen Sie Ihr Vertrauen und lassen Sie Hans machen! Denn nur MACHEN machts. Und damit Ihr Vertrauenssouffleur, der es ja grundsätzlich gut mit Ihnen meint, Ruhe gibt, deklarieren Sie ruhig und sehr klar den Handlungsspielraum und Rahmen. Und dann lassen Sie los und Sie werden sehen, plötzlich werden Ihre Hände frei.

Das WOLLEN, das KÖNNEN und das DÜRFEN von Hans stehen in einer gewissen Abhängigkeit zueinander und kann kleine Wunder bewirken.

Gesunde Skepsis trifft Vertrauen
Art und Weise, wie z.B. Ziele vereinbart werden, wie Aufträge angewiesen werden ist ebenso wichtig, wie das Delegieren selbst. Auch wenn es das kleine 1 x 1 der Führungspraxis genannt wird, so zeigt die Auswertung von Mitarbeiterumfragen oder Austrittsgesprächen sehr deutlich auf, dass diese Punkte falsch ausgeführt, eher zum Misstrauen bis hin zur Kündigung führen.

Corona fordert die Führungskräfte in einer ganz besonderen Weise heraus. Jetzt heisst es vermehrt auf Distanz zu führen. Dabei zeigt sich: Vertrauen in die Mitarbeitende ist der Schlüssel dafür, dass Führen auch in diesen Zeiten gelingen kann. Und dazu möchte ich Ihnen 4 Vertrauenstypen in der Führung vorstellen:

1. Sind Sie der Vorgesetzte, der eher Zweckvertrauen schenkt, denn Ergebnisse sind Ihnen wichtig? Sie fordern grenzenloses Vertrauen und hegen gleichzeitig ein wenig Misstrauen?

Auf jeden Fall sind Sie nicht der Mikromanager – denn dafür haben Sie schlichtweg keine Zeit? Oder

2. Sind Sie der Schulterklopfer unter den Vorgesetzten? Als Kumpelchef ist es Ihnen wichtig gemocht zu werden und deswegen geben sie vor allen: Vertrauensvorschuss. Und dafür nehmen Sie etwaige Autoritätsprobleme hin, denn in Ihrem Vertrauensverständnis hat Misstrauen schlichtweg keinen Platz. Aber veräppeln lassen Sie sich keinesfalls. Dann ist «fertig mit lustig» – und da kommen Ihre Mitarbeitende nicht aus dem Staunen heraus. Oder

3. Sind Sie der Vorgesetze, der verschwiegen wie ein Grab, vertrauenswürdig seinen Mitarbeitenden begegnet, hilft und unterstützt. Ihr Vertrauen ist niemals blind – aber auf jeden Fall

mit viel (zu viel) Herz. Und es braucht viel, bis jemand Ihr Vertrauen verspielt. Aber wenn…ja dann kann es Jahre dauern bis Sie wieder bereit sind, Vertrauen zu schenken. Oder

4. Sind Sie der sachliche Vorgesetzte, dessen kritisches Vertrauen, welcher insbesondere Statistiken, Vergleichszahlen mit recherchierbarer Quelle braucht. Menschen sind Ihnen manchmal wenig suspekt und Ihr Misstrauenssouffleur hat grundsätzlich das erste Wort, wenn Sie Vertrauen verschenken.

Ich bin sicher: Sie sind eine gesunde Mischung von mindestens 2 Vertrauenstypen. Bringen Sie Vertrauen und Misstrauen in gesunde Balance und der Erfolg wird Ihnen auch in diesen herausfordernden Zeiten Recht geben.

HerzBlutPersonalerin

Podcast: **https://bit.ly/3qlS333**
Podcast: **https://apple.co/3p848yd**
www.dianarothcoaching.com

Autorin
Diana T. Roth (Herzblutpersonalerin) ist Trainerin, HRM-Coach, Hochschuldozentin und Gründerin der Roth-Akademie HRM. Sie arbeitet seit 30 Jahre als Personalerin in mittelständischen Unternehmen. Roth ist Podcasterin («Abenteuer HRM») und Autorin. Ihr aktuelles Buch heisst «Vertraue dem Misstrauen»

Anzeigen

VOLVO

Im Meeting nicht zu bremsen. Im Notfall schon.

Der Volvo V60 for Business.

Manchmal muss es schnell gehen, doch unsere unzähligen Sicherheitsassistenten wissen ganz genau, wann sie abbremsen müssen – auf jeden Fall nicht bei der Ausstattung, denn IntelliSafe Pro Pack, Xenium Pack und Winter Pack sind inklusive.

BEREITS FÜR CHF 18.–/TAG

Mehr erfahren unter
volvocars.ch/v60-for-business

VOLVO SWISS PREMIUM®
10 JAHRE/150 000 KM GRATIS-SERVICE
5 JAHRE/150 000 KM VOLL-GARANTIE

Alle Preise in CHF inklusive MwSt. Monatsrate CHF 532.–. Volvo Swiss Premium® Gratis-Service bis 10 Jahre/150 000 Kilometer, Werksgarantie bis 5 Jahre/150 000 Kilometer und Verschleissreparaturen bis 3 Jahre/150 000 Kilometer (es gilt das zuerst Erreichte). Leasing Volvo Car Financial Services (BANK-now AG): Volvo V60 B3 (B) Momentum FWD 163 + 14 PS/120 + 10 kW. Katalogpreis CHF 59'515.–, abzüglich Flottenrabatt 12 %, Sonderrabatt CHF 6'546.65, ergibt einen Verkaufspreis von CHF 45'826.55, 1. grosse Leasingrate CHF 5'000.–, Laufzeit 48 Monate, 20 000 km/Jahr. Zins nominal 2,90 %, Zins effektiv 2,94 %. Restwert gemäss Richtlinien von Volvo Car Financial Services (BANK-now AG). Diese sind indikativ und können von den Restwerten der Volvo Vertreter abweichen. Eine Kaution wird nicht verlangt. Obligatorische Vollkaskoversicherung nicht inbegriffen. Die Kreditvergabe ist verboten, falls sie zur Überschuldung des Konsumenten führt (Art. 3 UWG). Treibstoff-Normverbrauch gesamt: 6,4–7,5 l/100 km, CO_2-Emissionen: 144–169 g/km. Energieeffizienz-Kategorie: D. Angebot gültig bis zum 12.4.2021. Vertreterbeteiligung inklusive.
Nur bei teilnehmenden Vertretern. Abgebildetes Modell enthält ggf. Optionen und Zubehör gegen Aufpreis.

Eines der vorrangigen Ziele des Schweizerischen KMU Verbandes ist die Aus- und Weiterbildung der Mitglieder. Unsere Partner im Bereich Aus- und Weiterbildung, bieten ein umfangreiches Angebot an verschiedensten Themen an.

Athena Wisdom Institute AG	–
3DP Coaching & Training AG	–
BBP Bildung + Beratung	–
Cashare AG	Schnell, einfach und zu optimalen Konditionen
Coachingzentrum Olten GmbH	
Executive School der Universität St. Gallen	10 % Rabatt für SKV Mitglieder auf die Diplomlehrgänge WRM-HSG und MLP-HSG
HSO Wirtschafts- und Informatikschule	–
PACO MARIN ACADEMY	–
REFERRAL INSTITUTE	–
Rochester-Bern Executive MBA	–
SERV Schweizerischer Exportrisikoversicherung	–
STAUFEN.INOVA AG	10% Rabatt für SKV Mitglieder auf alle Seminare
SIW Höhere Fachhochschule für Wirtschaft und Informatik AG	
SVEB Schweizerischer Verband für Weiterbildung	–
Wyrsch Unternehmerschule AG	–

Anzeige

Die Einzahlungsscheine werden abgelöst.
Jetzt umstellen auf QR-Rechnung und eBill.

Am **30. September 2022** werden die roten und orangen Einzahlungsscheine vom Markt genommen. Die Rechnungsstellung wird dadurch einfacher, digitaler und automatisierter: dank der QR-Rechnung und eBill. Stellen Sie Ihre Kreditoren-, Debitorenbuchhaltung und Ihren Zahlungsverkehr darum rechtzeitig um. Und profitieren Sie von zahlreichen Vorteilen für Ihr Unternehmen und Ihre Kunden. Mehr erfahren Sie auf einfach-zahlen.ch/rechnungssteller

Sprechen Sie jetzt mit Ihrer Bank und Ihrem Software-Partner.

Unterstützt durch:

SwissBanking sgv usam

Mitarbeitende professionell begleiten

Aus dem Alltag eines betrieblichen Mentors

© Coachingzentrum Olten Gmbh /2021-01

Eine erneute Umstrukturierung steht an, eine Abteilung wird allenfalls geschlossen und Mitarbeitende wissen nicht recht, ob und welche Tätigkeiten sie in den nächsten Monaten ausüben werden. ie geschilderte Situation tritt oft so in Schweizer Unternehmen auf. Wie können Unternehmen und Mitarbeitende möglichst professionell und erfolgreich mit solchen Unsicherheiten umgehen?

Unternehmen müssen mit den Marktgegebenheiten und -anforderungen mitgehen, damit sie langfristig konkurrenzfähig bleiben. Damit einhergehen oftmals Veränderungsprozesse, die unternehmerisch betrachtet notwendig, jedoch nicht immer angenehm für Arbeitnehmende sind. Jobunsicherheit, neue Arbeitsaufgaben, Durchmischung von Teams, Umstellungen in der organisationalen Struktur sind nur einige der Themen, die daraus entstehen können.

Die Marktsituation ist sowohl für Arbeitgebende wie auch Arbeitnehmende nicht immer ganz leicht. Vieles ist im Umbruch, was gestern noch war, wird heute schon hinterfragt und ist morgen wieder ganz anders. Eine kontinuierliche Weiterentwicklung ist für beide Parteien unerlässlich. Diese Veränderungen können aber so manchen Mitarbeitenden an seine Grenzen bringen und bisweilen überfordern. Hier ist professionelle Unterstützung nötig.

Unternehmerisch nachhaltig agieren

Gerade in der Schweiz ist oftmals das grösste Kapital eines Unternehmens ihr Mitarbeitende. Verlassen Mitarbeitende aufgrund der genannten Unsicherheit ein Unternehmen, hinterlassen sie oft eine schmerzhafte Lücke und der Wissensverlust kann nur mit viel Kosten und Aufwand kompensiert werden. Dies gilt es in Veränderungsprozessen zu verhindern, weswegen es sinnvoll ist, in die Mitarbeitenden gezielt zu investieren.

Mitarbeitende und ihre Ressourcen

Ein betrieblicher Mentor kann bei Umstrukturierungen beigezogen werden, um Mitarbeitende zu begleiten, damit sie gestärkt aus solchen Veränderungen herauskommen. Doch wie geschieht das und was beinhaltet die Arbeit eines betrieblichen Mentors?

Das Konzept des Mentorings ist vielen bekannt. Hier wurden junge, aufstrebende Mitarbeitende von einem Mentor, der zumeist älter und in der Hierarchie höher war, unterstützt und gefördert. Oftmals wurden so Aufstieg innerhalb des Unternehmens ermöglicht. Betriebliches Mentoring hingegen stellt den Menschen mit seinen Ressourcen und Fähigkeiten in den Vordergrund, ohne in irgendeinem Abhängigkeitsverhältnis zu stehen. Es geht in dieser Zusammenarbeit darum, den Mitarbeitenden so zu begleiten, dass der Mitarbeitende aus sich heraus Lösungen im Umgang mit den aktuellen Herausforderungen findet.

Wie genau arbeitet nun ein betrieblicher Mentor?
Ein betrieblicher Mentor begleitet Mitarbeitende im betrieblichen Umfeld bei Entwicklungs- und Veränderungsprozessen. Für die Bearbeitung von arbeitsplatzbezogenen Fragestellungen setzt ein betrieblicher Mentor verschiedene Tools und Techniken ein, wie beispielsweise systemische Fragemethoden, Perspektivenwechsel u.v.m. Zudem setzt er situationsbezogen verschiedene Rollen ein. So kann er für das Gegenüber sowohl Coach als auch Berater oder Trainer sein.

Um auf das Eingangsbeispiel zurückzukommen, könnte die Arbeit eines betrieblichen Mentors bedeuten, dass er mit betroffenen Mitarbeitenden einzeln erarbeitet, welche Möglichkeiten es für den Umgang mit diesen Herausforderungen gibt, welche Ressourcen aktiviert werden könnten oder auch dass er mit den Mitarbeitenden evaluiert, welche Ängste und Unsicherheiten bestehen, was die Umstrukturierung mit einer allfälligen Auflösung der Abteilung für den einzelnen konkret bedeutet oder in welche Richtung sich ein Mitarbeitende beruflich entwickeln könnte, wenn es denn beispielsweise zusätzliche Qualifikationen benötigt nach der Umverteilung der Tätigkeiten.

Win-Win-Situation für alle Beteiligten
Indem die Mitarbeitenden während Veränderungs- und Entwicklungsprozessen unterstützt werden, können im besten Fall Unsicherheiten ausgeräumt und die Akzeptanz der neuen Struktur nach der Umsetzung erhöht werden. Durch professionelle Begleitung wird die Chance erhöht, dass Change-Prozesse erfolgreich umgesetzt, das Unternehmen für die Zukunft ausgerichtet, Wissen erhalten und Mitarbeiterzufriedenheit erreicht werden. Damit einer weiteren vielversprechenden Zusammenarbeit zwischen Arbeitgebenden und -nehmenden nichts mehr im Wege steht. *Text von Anja Hofstetter Meier und Sonja Kupferschmid Boxler*

Autorin
Anja Hofstetter Meier ist beim Coachingzentrum Olten als Leiterin Marketing & Bewirtschaftung tätig und verfügt über vielfältige berufliche Erfahrungen im Marketing in unterschiedlichen Branchen und Bereichen und kombiniert dieses Wissen optimal mit ihrem Hintergrund als Wirtschaftspsychologin.

Autorin
Sonja Kupferschmid Boxler ist als Geschäftsleitungsmitglied beim Coachingzentrum Olten für die Entwicklung von Coaching- und Resilienzausbildungen zuständig. Als Arbeits- und Organisationspsychologin und Klinische Psychologin verfügt sie über wissenschaftlich fundiertes Know-how im Bereich der Psychologie.

Erfahren Sie mehr über den Lehrgang Betrieblicher Mentor mit eidg. Fachausweis beim Coachingzentrum Olten

Coachingzentrum Olten
seit 20 Jahren erfolgreich im Markt

coachingzentrum
Beratungsausbildung mit Wirkung

Coachingzentrum Olten GmbH
Konradstrasse 30 · 4600 Olten
Telefon 062 926 43 93
www.coachingzentrum.ch

Mehrwertpartner die Ihre Produkte und Dienstleitungen mit einem Mehrwert anbieten.

Arbeitsplatz	MEWA Service AG	Arbeitsschutzartikel	5 % Rabatt oder Gutschein im Wert von CHF 60.– (SKV Mitglieder)
Büroservice	IBA	Büromaterial / -möbel	Sonderkonditionen nach Anmeldung im iba Shop mit Vermerk «SKV Mitglied»
Finanzierung	Bonus Card VISA	Kredit / Finanzierung	Gratis im 1. Jahr / ab 2. Jahr nur CHF 48.–
	Business Transaction AG	Unternehmensberatung	CHF 500.– Rabatt auf sämtliche Dienstleistungen
	Cashare	Kredit / Finanzierung	Schnell, einfach und zu optimalen Konditionen
	LEND Schweiz AG	Kredit / Finanzierung	Firmenkredite bis CHF 500'000, ab 2 % p. a., 12 – 60 Monate Laufzeit
	Noventus	Vorsorgelösungen	–
	Systemcredit AG	Kredit/Finanzierung	Einfach. Günstig. Unabhängig
Genuss	ibervinos AG	Weine & Reisen	
Gesundheit	CforC GmbH	Gesundheitsmanagement Persönlichkeitsentwicklung	10 % Rabatt für SKV Mitglieder auf Coaching oder Workshops
	Coachfrog.ch	Therapeutennetzwerk	Als SKV-Mitglied profitieren Sie von 10% Rabatt auf Coachfrog-Gutscheine
	Krebsliga Schweiz	Coaching	Coaching für Vorgesetzte zu «Krebs und Arbeit»
	Stedtnitz design your life GmbH	Prävenzion und Recovery	Neue Lebensfreude mit einem gezielten Programm
	VDM-Academy GmbH	Nahrungsergänzungsmittel	
Hotels & Reisen	Freedreams	Hotel / Reisen	Als Mitglied des KMU-Verbands übernachten Sie zu zweit 3 Nächte in 2000 freedreams Partnerhotels für nur CHF 60.– statt CHF 85.–.
	Hotelcard AG	Hotel / Reisen	Sie sparen CHF 20.– (d. h. CHF 79.– anstatt CHF 99.–)
	Migrol AG	Treibstoff	Migrolkarte bestellen und von Spezialkonditionen profitieren
	Radisson Blu Hotel St. Gallen	Hotel / Reisen	–
	Volvo Car Switzerland	Mobilität	8 % Rabatt für SKV Mitglieder bei aktuellen Modelle
Informatik	bexio AG	Business Software	10% Rabatt mit Gutscheincode «skv10»
	cloud-ch GmbH	Cloud-Lösungen	10 % Rabatt auf sämtliche Dienstleistungen
	Comatic AG	Software	–
	UB-Office AG	Software	10 % Rabatt auf sämtliche Dienstleistungen
Inkasso/ Debitoren	Inkassosolution	Inkasso / Debitoren	
Internet	Cisco Systems (Schweiz) GmbH	IT-Lösungen	
	Mitgliedervorteile	Onlineshop	
Marketing	Scheidegger Siebdruck	Werbung	10 % Naturalrabatt (z. B. 110 Ex zum Preis von 100 Ex.)
	SendinBlue	E-Mail-Marketing	Auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittene Angebote
Nachfolge Regelung	Consultra International GmbH	Nachfolge-Check	CHF 500.– Gutschein für den persönlichen Nachfolge-Check
	KMU Diamant Consulting AG	Firmenverkäufe	CHF 1000.– Rabatt auf sämtliche Dienstleistungen

Anzeige

KMU-Administration leicht gemacht: Effizient, digital und sicher!

Auch 2021 stellt Unternehmer vor grosse Herausforderungen. Die Pandemie hat nach wie vor starke Auswirkungen auf den Unternehmeralltag und viele müssen erfinderisch werden. Neue Verkaufswege müssen eingeschlagen werden, Kreativität ist gefragt, um mit seinen Kunden und potenziellen Kunden im Austausch zu bleiben und die Digitalisierung darf natürlich auch nicht auf der Strecke bleiben. Wir zeigen Ihnen die besten Tipps, wie Sie Ihr Unternehmen fit machen und für die aktuellen Herausforderungen bestens gewappnet sind.

Digitalisierung – jetzt erst recht!
Seit vielen Jahren ist der Begriff «Digitalisierung» in aller Munde – ob für den privaten Alltag oder das Berufsleben. Alles muss miteinander verknüpft sein, das einfache Teilen von Fotos in der Familie muss reibungslos funktionieren und Musik soll per Smartphone gesteuert werden. Viele von Ihnen würden den Begriff Digitalisierung vielleicht als Buzzword bezeichnen. Letztlich hat uns vor allem dieses Jahr gezeigt, wie wichtig der unabhängige Zugriff auf Daten ist. Wie wichtig ortsunabhängiges, aber gleichzeitig sicheres Arbeiten ist. Seit Anfang Jahr ist die Homeoffice-Pflicht durch den Bund gegeben. Doch wie viele Unternehmer sind wirklich darauf eingerichtet, eine komplette Arbeitswoche zuhause zu verbringen?

Das Arbeiten von zuhause kann nur funktionieren, wenn man auf digitale Lösungen, die cloudbasiert sind, setzt. Mit der Business-Software bexio beispielsweise, die auf die Bedürfnisse Schweizer KMU zugeschnitten ist, digitalisieren Sie die gesamten administrativen Arbeitsprozesse Ihres Unternehmens und arbeiten dabei vollständig in der Cloud und somit komplett ortsunabhängig. Trotz Homeoffice und Social Distancing können Sie Ihr Business weiter von jedem Ort aus führen. Die Business-Software ist dabei mehr als eine Plattform für Administration und Buchhaltung. Sie verbindet Ihr Unternehmen mit Ihrem gesamten Ökosystem: Vom Offertenwesen bis zum Mahnwesen inklusive Finanz- und Lohnbuchhaltung. Arbeiten in der Cloud ist damit nicht nur einfacher und schneller, sondern auch digitaler und sicherer.

Doch wie bleibt man motiviert in den eigenen vier Wänden? Wir haben ein paar Tipps für Sie zum Arbeiten im Homeoffice.

Arbeiten im Homeoffice
Die Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches Arbeiten zuhause ist ein fest eingerichteter Arbeitsplatz. Aus dem Bett, von der Couch oder vor dem Fernseher zu arbeiten ist wohl keine allzu gute Idee. Sie sind es gewohnt, an diesen Orten zu entspannen. Schaffen Sie sich eine geordnete Atmosphäre. Es muss nicht unbedingt ein ganzer Raum sein. Aber ein Ort, der Ihnen signalisiert, dass dort gearbeitet wird und an dem Sie sich auch über längere Zeit konzentrieren können.

Vermeiden Sie, die zwischenmenschliche Kommunikation zu kurz kommen zu lassen. Anrufe, E-Mails, Sofortnachrichtendienste oder Video-Chats sind Möglichkeiten, um mit Kunden oder Mitarbeitern zu kommunizieren. Jeder muss für sich herausfinden, welcher Kanal sich am besten eignet und wie man diese miteinander kombiniert. Halten Sie bei längerem Homeoffice Kontakt mit Freunden und Mitarbeitern. Wie wäre es beispielsweise mit einer Pause zusammen mit den Arbeitskollegen per Video Call?

Neue Verkaufswege und Weiterbildung: Nutzen Sie die Zeit, Ihr Business voranzutreiben
Durch die herrschende Pandemie sind Kunden verunsichert, was Einfluss auf das Konsumverhalten hat. Viele Käufe werden daher online getätigt. Versuchen Sie, mit Ihrem Unternehmen auch im Netz präsent zu sein. Erstellen Sie ganz einfach mit zahlreichen Partner-Apps aus dem bexio eigenen Marktplatz Ihren Online-Shop. Damit Ihr Online-Shop dann auch im Netz gefunden wird, können Sie Werbeanzeigen schalten. Sie sind verunsichert, wie Sie Werbeanzeigen bei Google, Facebook, Instagram & Co. schalten? Nutzen Sie die Zeit, die Sie vermehrt zu Hause verbringen und profitieren Sie von unserem Weiterbildungsangebot der bexio University. Unter anderem zeigen wir Ihnen in einem Webinar, wie Sie Ihre Online Marketing Strategie am besten umsetzen.

Worauf warten Sie?
Erledigen auch Sie Ihre KMU-Administration effizienter, sicherer und digitaler mit bexio – ob im Büro oder zu Hause! Als Verbandsmitglied profitieren Sie von 20% Rabatt auf die Business-Software bexio.Verwenden Sie den Code: **«skv2021».**

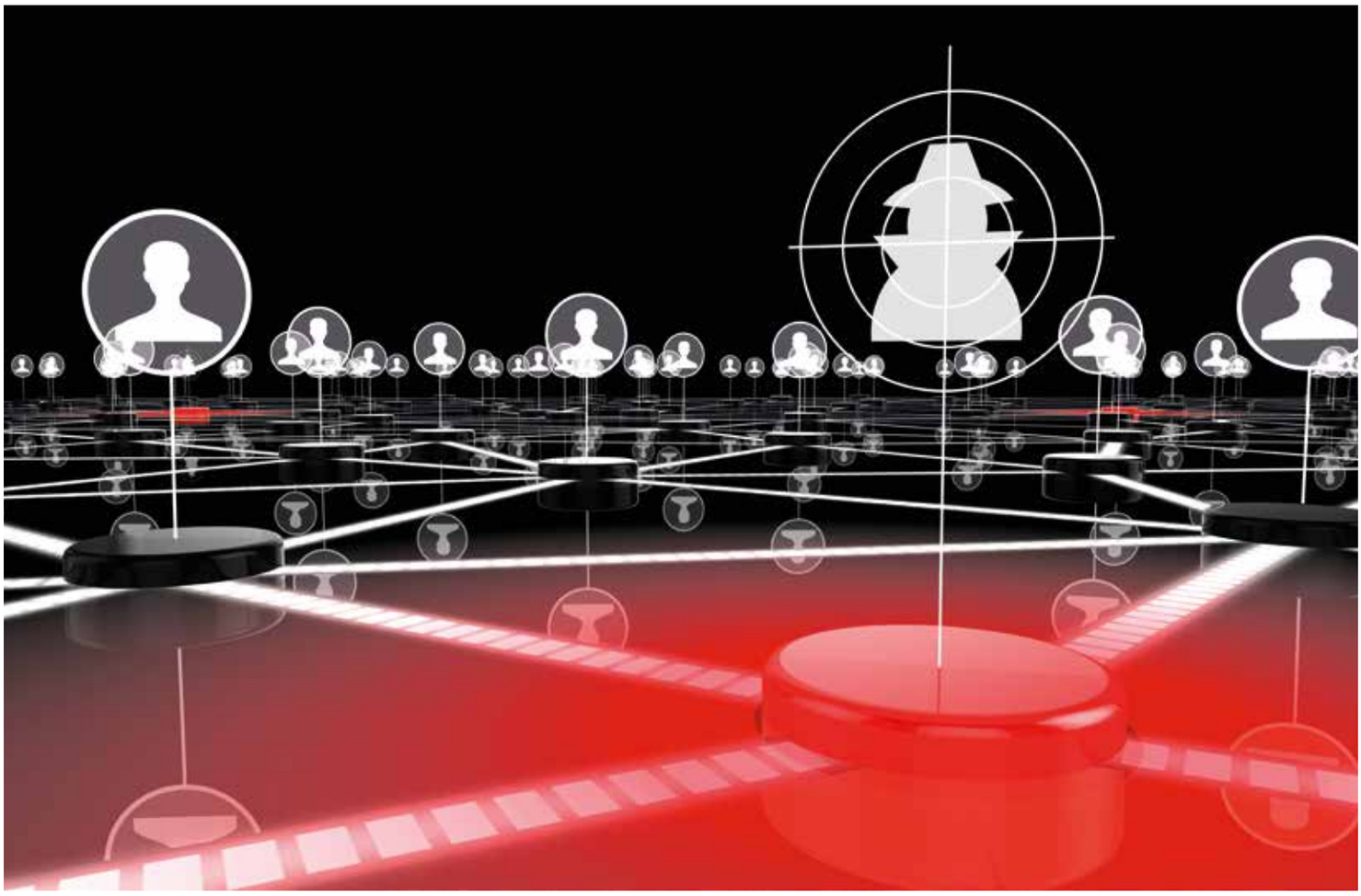
Testen Sie jetzt bexio 30 Tage kostenlos und unverbindlich. Mehr unter **bexio.com/skv** und **bexio.com/university**

bexio
besser im business

bexio AG
Alte Jonastrasse 24 · 8640 Rapperswil
Telefon 071 552 00 61
kunden@bexio.com · bexio.com/skv

Das Milliardengeschäft mit Ad-Fraud:

So schützen sich Werbetreibende vor Anzeigenbetrug



Online-Werbung gewinnt in den letzten Jahren – zuletzt auch befeuert durch die weltweite Corona-Pandemie – immer mehr an Bedeutung. Doch immer mehr Internetkriminelle versuchen, vom Umsatz mit digitaler Werbung zu profitieren. Mit unterschiedlichen Arten von Online-Anzeigenbetrug, dem sogenannten Ad-Fraud, verursachen sie der Branche einen Schaden in Milliardenhöhe. Das muss allerdings nicht hingenommen werden, denn es gibt Mittel und Wege sich vor Ad-Fraud zu schützen.

Die Werbebranche hatte allein 2018 Netto-Ausgaben in Höhe von rund 2 Milliarden Euro, wie der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) informiert. Keine Frage, dass Internetbetrüger an diesen Umsatzsummen partizipieren möchten – gerade zur Weihnachtszeit, wenn der Online-Handel boomt und Unternehmen ihre Werbung bestmöglich platzieren möchten. Beim Ad-Fraud oder Online-Anzeigenbetrug locken Internetkriminelle gezielt mit falschen Werbeanzeigen und Webseiten, fälschen Nutzeridentitäten und Klicks, um selbst Gewinn zu machen. Die Werbeleistung wird dabei entweder gar nicht oder nur unzureichend erbracht. Zu den Opfern zählen Werbemarketer, die ihre Werbung platzieren möchten, grosse Publisher, Online-Händler und Webseitenbetreiber. Aber auch private Internetnutzer sind betroffen, wenn ihre PCs gehackt und für ein illegales Botnet missbraucht werden.

Grösster Ad-Fraud-Skandal verursacht 36 Millionen Euro Schaden

Wie professionell und international organisiert die Betrüger dabei vorgehen, zeigt der bislang grösste Ad-Fraud-Skandal. Zwei Klickbetrüger-Ringe, das sogenannte 3ve-System, das von acht Männern zwischen 2014 und 2018 betrieben wurde, konnte 2018 durch US-Polizei und FBI aufgedeckt werden. Der durch sie verursachte Schaden für die Werbewirtschaft belief sich auf 36 Millionen US-Dollar. Die Kriminellen fälschten unter anderem Nutzeridentitäten, Webseiten und hackten sich in 1,7 Millionen PCs. In Deutschland hatte Ad-Fraud 2018 einen Zuwachs von 30 Prozent. Der Schaden belief sich laut Schätzungen des BVDW auf 150 Millionen Euro.

Klickbetrug, Domain Spoofing und Co.:
Die unterschiedlichen Arten von Ad-Fraud

Wenn mit den empfindlichen finanziellen Einbussen das Ergebnis zwar immer dasselbe ist, so ist die Vorgehensweise beim Ad-Fraud immer wieder eine andere. Denn es gibt unterschiedliche Arten des Online-Anzeigenbetrugs. Das beginnt etwa mit dem klassischen Klickbetrug, der inzwischen mit Klickfarmen, Crawlern und Botnets funktioniert. Auch geringbeschäftigte Mitarbeiter oder Softwareprogramme werden eingesetzt, um menschliches Klickverhalten auf Werbebanner, Videos oder Textanzeigen vorzuspielen und somit einen hohen Traffic zu imitieren. Die Gegenleistung für den Werbetreibenden ist praktisch null.

Weitere Spielarten sind das Ad-Hijacking und Ad Stacking. Beim ersten werden Werbeanzeigen vollständig kopiert und mit einem falschen Link versehen. Werden mehrere Anzeigen auf einer Platzierung verkauft, handelt es sich um Ad Stacking. Das Platzieren von unsichtbaren oder sehr kleinen, nur 1x1 Pixel großen, Werbeanzeigen wird als Ad Stuffing oder Pixel Stuffing bezeichnet. Des Weiteren werden namhafte URLs gefälscht (Domain Spoofing) oder ganze Webseiten, die Bekanntheit vorgaukeln und in den Suchmaschinen zwar auf den oberen Plätzen ranken, aber praktisch keine Leserschaft haben.

Das können Werbetreibende gegen Betrug im Online-Marketing tun
Um sich vor Ad-Fraud zu schützen gibt es mehrere Möglichkeiten. So sind etwa vertrauensvolle Webseiten und Partner, etwa Premium Publisher, vorzuziehen, auch wenn das mit höheren Kosten verbunden ist. Auch eine kurze und überschaubare Lieferkette bei der Anzeigenbuchung kann hilfreich sein, zum Beispiel vom Publisher zum Ad-Network zum Ad-Exchange. Bei der Nutzung von Google Ads und Google Analytics gibt es ausserdem die Möglichkeit, Schwankungen in den Klickzahlen zu beobachten und an Google weiterzuleiten. Wobei Google mittlerweile selbst verdächtige Klickzahlen von Werbeanzeigen mit einem Onlinefilter überwacht und von seinen Mitarbeitern überprüfen lässt.

Darüber hinaus gibt es inzwischen die ein oder andere technische Lösung. Mit dem sogenannten ads.txt-Skript des IAB (Interactive Advertising Bureau) können Publisher und Werbenetzwerke eine Liste von offiziellen Anbietern und Verkaufsplattformen anlegen. Um nachträgliche Änderungen nachvollziehbar zu machen, kann in der ads.cert zusätzlich der «Bid Request» signiert werden.

Fazit
Ad-Fraud ist ein Problem, das nicht so schnell aus der Welt verschwinden wird. Aber Publisher und Werbetreibende können selbst aktiv daran mitarbeiten, dem Online-Anzeigenbetrug nicht in die Hände zu spielen. Transparenz mittels der ads.txt-Datei, Qualität hinsichtlich der Auswahl ihrer Online-Partner, zielgruppenorientierte Advertising- und Bidding-Strategien, professionell definierte GoogleAdwords-Kampagnen und die Überwachung der Klickzahlen spielen eine zentrale Rolle beim Kampf gegen den Anzeigenbetrug.

Autor: Hendrik Herms
Hendrik Herms verantwortet als Geschäftsführer den Bereich Löwenstark Consulting innerhalb der Löwenstark Digital Group. Er befasst sich mit komplexen Kundenproblemen im Bereich E-Business und entwickelt hierfür maßgeschneiderte digitale Lösungen und Strategien. Dabei greift er auf eine langjährige Erfahrung als Digitalverantwortlicher in verschiedenen Medienhäusern, wie der Bauer Media Group, der Heise Mediengruppe, der Braunschweiger Zeitung oder dem Fachverlag Vincentz Network, zurück.

LÖWENSTARK ONLINE MARKETING

Löwenstark Online-Marketing GmbH
+49 531 39395577 · kontakt@loewenstark.com · www.loewenstark.com

Anzeige

stopsmoking.ch: «Wir arbeiten mit jeder Person sehr individuell»

Der Preis des Rauchens ist hoch: schnellere Alterung, verminderte Lebenserwartung und ein hohes Risiko für Lungenkrebs. Allein in der Schweiz sterben pro Jahr rund 9500 Personen wegen Tabakkonsum. Wieso greifen viele Menschen dennoch regelmässig zur Zigarette? Und wie gelingt es, den Tabak ein für allemal aus dem Alltag zu verbannen? Catherine Abbühl, seit 13 Jahren Leiterin der Rauchstopplinie, weiss Rat.

Schätzungen zufolge geht rund ein Drittel aller Krebserkrankungen auf das Konto von Tabakrauch zurück. Wieso gibt es überhaupt noch Rauchende?
Catherine Abbühl: Es sind vor allem junge Leute, die mit Rauchen beginnen. Die Tabakindustrie peilt mit ihrer Werbung genau diese Zielgruppe an und sichert sich so langjährige Kunden. Kommt hinzu: Jugendliche sind mit den Gefahren des Konsums noch wenig vertraut – zum Teil wissen sie schlichtweg nicht, dass man sehr schnell abhängig wird. Auch setzen sie sich kaum mit gesundheitlichen Spätfolgen des Rauchens auseinander.

Wer meldet sich bei der Rauchstopplinie?
Die Anrufenden stammen aus allen sozialen Schichten und Alterskategorien; da sind Jugendliche, Studierende, Erwerbstätige, IV-Bezüger oder Senioren mit den unterschiedlichsten Vorerkrankungen und Biografien. Wir sind für alle da und erreichen wirklich sehr viele Bevölkerungsgruppen, weil unser Angebot gratis und fundiert ist, wir gut erreichbar sind und die Beratungen auf zehn Sprachen anbieten.

Ein starker Raucher wählt die Nummer 0848 000 181. Er will den ersten Schritt machen. Was erwartet ihn bei einem solchen Anruf?
Wir stellen zuerst Fragen zum Rauchverhalten, zum Tabakkonsum, aber auch zur Motivation für einen Rauchstopp. Dann prüfen wir, wie stark die Abhängigkeit vom Nikotin und von den Gewohnheiten ist. Als nächstes planen wir den Rauchstopp von Grund auf und besprechen Strategien in Bezug auf mögliche Rückfallszenarien; manche Leute greifen in ganz bestimmten Situationen zur Zigarette, etwa bei starkem Stress. Diese Risiken gilt es zu benennen. Wenn die Person in den nächsten 30 Tagen aufhören möchte, begleiten wir sie relativ eng mit mehreren Gesprächen.

Wie viele Beratungen braucht es durchschnittlich, damit der Rauchstopp gelingt?
Aufgrund unserer Daten zeigt sich: Ein guter Wirkungszusammenhang ist belegt bei fünf Gesprächen. Aber das ist kein fixer Wert. Manche Menschen brauchen mehr, andere weniger. Das Coaching ist auf drei Monate begrenzt. Darüber informieren wir die Hilfesuchenden, damit wir die Zeit von Beginn an optimal nutzen können.

Gibt es Tipps, die sich bei allen bewähren?
Wir arbeiten mit jeder Person sehr individuell und mit ihren jeweiligen Ressourcen. Für jemanden kann Meditation eine gute Alternative zum Rauchen darstellen, für den nächsten Sport, Atemtechniken, ein Musikinstrument oder soziale Kontakt. Oft reaktivieren unsere Klienten auch alte Hobbys.

Die «Zigipause» ist für viele Rauchende meist ein fester Bestandteil ihres Tages und auch ein Ort, um kurz innezuhalten oder sich mit andern auszutauschen. Welche Alternativen gibt es, um diese klaffenden Lücken zu füllen?
Pausen sind nach wie vor möglich und wichtig. Es lässt sich auch ohne Zigarette tief durchatmen und entspannen. Methoden gegen ein plötzliches starkes Verlangen nach einer Zigarette gibt es zahlreiche. So kann man zum Beispiel jene Hand, die normalerweise die Zigarette hält, aufs Herz legen und sich für jeden Finger einen Grund überlegen, wieso einem der Rauchstopp am Herzen liegt. Die «Raucherhand» und der Geist sind dann erst einmal beschäftigt und abgelenkt.

Wie gross sind die Chancen für Rauchende, mithilfe der Begleitung, wie sie die Rauchstopplinie bietet, vom Rauchen wegzukommen?
Rund einem Drittel gelingt der Ausstieg, das zeigen unsere Auswertungen. Jene, die auch Folgegespräche in Anspruch nehmen, haben die besseren Chancen auf Erfolg. Nationale telefonische Rauchstoppangebote gibt es auf der ganzen Welt, es gibt dazu viele Daten, die die hohe Wirksamkeit dieser so genannten Quitlines belegen. Die Beratungen folgen einer klaren Struktur, sind aber dennoch sehr individuell und niederschwellig.

Was sind Ihre letzten zwei Sätze, bevor Sie sich von jemandem aus einer mehrmonatigen Beratung verabschieden?
Ich gratuliere natürlich zum Erfolg. Für mich ist es jedes Mal eine grosse Freude beobachten zu dürfen, wieviel sich nach einem Rauchstopp zum Positiven verändern kann; wie sich die Stimmung hebt und wie unsere Klientinnen und Klienten ihre körperlichen Ressourcen wiederentdecken. Mit vielen Leuten bespreche ich noch prophylaktisch Strategien für mögliche Risikosituationen in der Zukunft. Wichtig ist es auch, beim Rauchstopp zu bleiben und sich nicht gelegentlich einige Zigaretten zu gönnen. Das funktioniert nicht. Ein Zug kann reichen, um die Sucht zu reaktivieren und wieder bei Null starten zu müssen.

Interview: Tanja Aebli

Professionelle Beratung seit 15 Jahren
Mehr als die Hälfte aller Raucherinnen und Raucher will mit dem Rauchen aufhören. Aber oft wissen sie nicht, wie ein Rauchstopp am besten anzupacken ist. Die Rauchstopplinie ist ein telefonischer Beratungsservice, der unkompliziert bei der Tabakentwöhnung hilft. Die Krebsliga Schweiz betreibt die Rauchstopplinie seit 2005. Das Programm wird durch den Tabakpräventionsfonds finanziert.

Mehr Informationen: **https://www.stopsmoking.ch/de/**

krebsliga

Verdauungsbeschwerden homöopathisch behandeln

Essen macht Freude und in guter Gesellschaft geniessen wir die Mahlzeit gleich doppelt. Dabei kann es vorkommen, dass wir etwas über die Stränge schlagen, zu schnell, zu viel oder das Falsche essen. Viele Faktoren können das komplexe Verdauungssystem belasten und aus der Balance bringen. Bei leichten, akuten und chronischen Verdauungsbeschwerden schaffen die natürlichen Mittel aus der Homöopathie wohltuende Erleichterung.

Ursachen von Verdauungsbeschwerden

Im Gegensatz zu leichten Beschwerden wie Sodbrennen oder Völlegefühl, sollten starke Symptome wie Bauchschmerzen, Durchfall, Erbrechen oder Verstopfung als Warnsignale des Körpers gedeutet werden. Es gilt der Ursache genauer auf den Grund zu gehen und mit sanften Homöopathika eine Besserung der Beschwerden zu erzielen. Eine Ursache von besonders unangenehmen Verdauungsbeschwerden kann eine Nahrungsmittelunverträglichkeit sein. Zum Beispiel gegen Gluten, Milchprodukte oder Histamin. Bei Symptomen wie Übelkeit, Durchfall und Erbrechen ist häufig eine Magen-Darm-Infektion der Übeltäter. Säuglinge zeigen Verdauungsprobleme zum Beispiel nach einer Impfung oder durch eine Medikamenteneinnahme der Mutter während der Stillzeit. Ältere Kinder leiden vor allem unter Darmproblemen, wenn es zu einer Einnahme von Antibiotika kam. Und bei Erwachsenen führen oft Stress oder ebenfalls die Einnahme von Medikamenten zu Problemen mit der Verdauung.

Homöopathische Mittel

Das wohl bekannteste homöopathische Mittel gegen Verdauungsbeschwerden ist Nux vomica, umgangssprachlich auch «Katermittel» genannt. Es besitzt ein sehr breites Wirkungsspektrum und kommt vor allem nach dem Überessen und nach zu viel Alkoholkonsum, verbunden mit zu wenig Schlaf und Übelkeit am Morgen, zum Einsatz. Etwa 3 bis 5 Globuli der Potenz C30 verschaffen mehr Wohlbefinden. Daneben ist Arsenicum album ein bekanntes Mittel aus der Homöopathie. Es hilft bei akuten Magen-Darm-Infektionen gegen Symptome wie Übelkeit und Erbrechen, wenn z.B. das getrunkene Wasser gleich wieder erbrochen wird. Etwa 3 bis 5 Globuli der Potenz C30 können einmalig eingenommen werden. Wenn das Mittel stimmt, wird sich innerhalb der nächsten Stunde eine positive Wirkung zeigen.

Sanft und individuell Behandeln

Wie bei allen Homöopathika gilt: Das passende Mittel ist jenes, das speziell auf den Patienten zugeschnitten ist. Im Gespräch wird der Homöopath daher nicht nur die Krankheitssymptome abfragen, sondern auch den Lebensstil und die Charakterzüge miteinbeziehen. Bei akuten Beschwerden wie Nahrungsmittelunverträglichkeiten, Blinddarmentzündungen, Darmverschlüssen oder schwerwiegenden Erkrankungen wie Morbus Crohn oder dem Reizdarmsyndrom muss in jedem Fall nach dem passenden individuellen Mittel professionell gesucht werden.

Homöopathie bei chronischen Beschwerden

Oft kommt es vor, dass Verdauungsbeschwerden bereits chronisch sind. Die Beobachtung des Patienten liefert dem Homöopathen wertvolle Informationen für die Behandlung der Symptome. Dabei wird die Gesamtheit der vorhandenen Krankheitszeichen wie z.B. Schwitzen, Schlaf, Ernährung und das Gemüt erfasst. Eine Folgeanamnese nach 4 bis 6 Wochen liefert weiteren Aufschluss über das weitere Vorgehen. Dabei werden alle Reaktionen auf die Arzneigabe besprochen und dokumentiert. Anhand der Veränderungen werden weitere Verordnungen getroffen. Bei tief liegenden Erkrankungen wie Durchfall, Erbrechen, Verstopfung oder Reizdarm empfiehlt sich ebenfalls eine Konstitutionsbehandlung mit einer ausführlichen Anamnese. Denn für den Laien ist es ohne Erfahrung nie einfach die Symptome selbst zu behandeln. Wichtig für eine langfristige Erleichterung ist immer der Ursache einer Beschwerde auf den Grund zu gehen und das richtige Mittel einzunehmen. Damit festliche Abende in Gesellschaft wieder mit einem gutem Bauchgefühl genossen werden können.

Autorin Yvonne Marquart hat sich 2007 an der Schule für klassische Homöopathie Zürich ausbilden lassen und ist Naturheilpraktikerin mit eidg. Diplom in Homöopathie. Für die Therapeutin ist es immer wieder aufs Neue faszinierend zu sehen, wie Globuli ihre Wirkung entfalten. Ob Kinder oder Erwachsene, wenn das Mittel stimmt ist so viel möglich, so Ihre Erfahrung. Ein Termin bei Frau Marquart aus Mörschwil SG kann online auf Sanasearch angefragt werden.

Über Sanasearch

«Sanasearch ist die grösste Schweizer Therapeuten-Buchungsplattform. Mit über 20'000 qualifizierten Therapeuten aus den Bereichen Psychotherapie, Massage, Komplementärtherapie, Alternativmedizin, Ernährungsberatung und vielen mehr, finden Therapiesuchende mit nur wenigen Klicks die passende Fachperson.»

sanasearch.ch

Sanasearch
Hardturmstrasse 169 · 8005 Zürich
Telefon 044 444 50 80
info@sanasearch.ch · www.sanasearch.ch

Social-Media-Marketing:

Jetzt von preiswerten Pauschal-Preis-Packages profitieren

Social-Media-Marketing ist mittlerweile ein zentraler Bestandteil im Marketingkonzept jedes modernen Unternehmens – und das völlig zu Recht. Denn Social Media gehört mit zu unserem Leben. Wir alle benutzen Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn und andere Netzwerke ständig – und potenzielle Kunden tun dasselbe.

Die Vorteile von Social-Media-Marketing sind enorm. Man erreicht die Kunden relativ einfach, gezielt und schnell. Soziale Medien sind interaktiv: D.h., durch den geschickten Social-Media-Einsatz kann ein direktes Verhältnis zu den Kunden aufgebaut werden – da Internet-User 2.0 kommentieren, teilen, Empfehlungen abgeben und nach echtem Mehrwert suchen. Hinzu kommt, dass Social-Media-Marketing mit den Experten der Schmidlin & Suter Media zur preiswerten Option wird.

Pauschal-Preis-Packages – sorgenfreies Social-Media-Marketing dank Schmidlin & Suter Media GmbH

Social-Media-Marketing beinhaltet zahlreiche Aufgaben, die allesamt kompetent geplant und umgesetzt werden müssen – am besten aus einer Hand, damit die Marketingstrategie stimmig ist und die Umsetzung reibungslos und koordiniert erfolgt. Aus diesem Grund bietet Schmidlin & Suter Media Package-Lösungen an, die alle Aspekte rund um Social-Media-Marketing beinhalten. Kunden können, je nach Bedürfnissen, eine der drei Optionen Starter, Medium, Enterprise auswählen. Und zwar zu einem vorab vereinbarten Fixpreis – also ohne Überraschungen in Form plötzlich anfallender Zusatzkosten.

Spezialisiert auf lokale Unternehmer.

Egal, ob Sie eine Schreinerei, einen Handelsbetrieb oder ein Verkaufsgeschäft führen – die Schmidlin & Suter Media GmbH ist die ideale Partnerin für Sie. Wir sind seit 5 Jahren auf dem Markt und haben in dieser Zeit Unternehmen unterschiedlichster Grössen und Branchen darin unterstützt, ihre Produkte und Dienstleistungen effizient und preiswert zu präsentieren sowie Neukunden zu generieren. Hinter jedem Produkt bzw. Unternehmen steht eine Geschichte. Und die Marketing-Experten von Schmidlin & Suter Media wissen, was notwendig ist, um Ihre Geschichte für die für Ihre Anliegen geeignetsten Kanäle in Form von Bildern und Videos aufzubereiten. Damit Ihre Zielgruppe und Kunden die Inhalte auch konsumieren, weiterleiten und damit interagieren.

Schmidlin & Suter Media hilft Ihnen, Ihre Bekanntheit zu steigern und neue Kunden zu gewinnen – und zwar zum überschaubaren Festpreis!

Beim Start einer Zusammenarbeit im Februar 2021 offerieren wir ein professionelles Foto Shooting im Wert von CHF 650.–

Ihr Mehrwert?

Die Schmidlin & Suter Media GmbH ist Ihr Komplett-Anbieter für die Rundum-Betreuung von Social-Media-Kanälen. Alle Inhalte, die für Online-Auftritte notwendig sind, werden von unseren Spezialisten inhouse erarbeitet und realisiert. Von der Ideen-Findung bis hin zur Realisierung und Schaltung von Werbeanzeigen arbeiten Sie direkt mit den Machern zusammen und befinden sich stets unmittelbar bei der Quelle. Denn als Familienunternehmen wird der direkte, unkomplizierte Umgang mit Kunden und Partnern grossgeschrieben.

S&S SCHMIDLIN & SUTER MEDIA

Schmidlin & Suter Media GmbH
Rapsweg 11b · 5034 Suhr
Telefon 062 842 04 64 · www.susm.ch

So funktioniert der verlängerte Arm von unserem Beratungszentrum für Konsumenten und Kleinunternehmen

Jeden Tag suchen im Internet zahlreiche Schweizerinnen und Schweizer nach qualifizierter und verlässlicher Hilfe für ihre Anliegen. Die kostenlose Erstberatung vom Schweizerischen Konsumentenbund ist für viele Ratsuchende die erste Anlaufstelle. Unsere Auskunft umfasst eine persönliche Einschätzung, einen praktikablen Vorgehensvorschlag sowie mögliche Empfehlungen. Bei letzterem stützen wir uns auf das Kundenversprechen-Vertrauens-Netzwerk: Dieses umfasst mehr als 1000 verlässliche Schweizer Qualitätsunternehmen, die in diversen Fachgebieten für eine Erstkonsultation jederzeit kontaktiert werden können.

Der Schweizerische Konsumentenbund ist eine eigenverantwortliche Konsumentenschutz-Organisation mit Sitz in Bern. Als neutrale Auskunftsstelle beraten wir Konsumentinnen und Konsumenten auf deren Ersuchen in Konsum-, Rechts- und Lebensfragen. Auch Kleinunternehmen und Gewerbler wenden sich regelmässig an unsere Beratung. Was wir tun? Wir nehmen Beanstandungen entgegen, erteilen Rechtsauskünfte und erlassen Empfehlungen. Immer wieder fragen uns Ratsuchende nach einem uns bekannten vertrauenswürdigen Anbieter für ein bestimmtes Anliegen. In solchen Fällen wollen wir Hilfesuchende möglichst zielsicher zu einem passenden Unternehmen zu lotsen. Seit einigen Jahren empfehlen wir dabei ausschliesslich Unternehmen, die uns ein Kundenversprechen gegeben haben.

Triage-Empfehlung und Anfrage-Vermittlung für Unternehmen
Oftmals erhalten wir Anfragen, die vertiefte Beratung oder spezielles Fachwissen benötigen. Auch solche Anfragen vermitteln wir an uns bekannte Ansprechpartner aus der jeweiligen Region. Konsumenten und KMU, die gute Beratung wertschätzen, treffen mit dem Kundenversprechen ganz einfach auf seriöse Anbieter und gewissenhafte Profis aus ihrer Umgebung – die als verlängerter Arm unseres Beratungszentrums funktionieren und dadurch mehr Anfragen, neue Aufträge und Kunden gewinnen!

Die Einschätzung eines Fachexperten bietet viele Vorteile
Konsumentinnen und Konsumenten können im Beratungszentrum vom Schweizerischen Konsumentenbund praktisch zu jedem Thema rasch und unkompliziert eine Ersteinschätzung und erste Lösungsvorschläge für ihr Anliegen erhalten. Ob persönliche Beratung am Telefon oder Hilfestellung im Internet: Gemäss Statuten besteht unser Auftrag in der Wahrung und Förderung der Interessen von Konsumentinnen und Konsumenten durch Information, Beratung und Engagement.

Wie ist meine Situation einzuordnen? Wie könnte ich vorgehen? Wie lange dauert das? Wie teuer ist das? Über das Kundenversprechen-Vertrauens-Netzwerk haben Ratsuchende auch direkten Zugang zu hilfsbereiten und verlässlichen Anbietern aus der Region, die für eine Erstkonsultation kostenlos kontaktiert werden können. Wer also sein Anliegen rasch und unkompliziert mit einem Experten besprechen möchte, der nutzt dafür am besten **www.kundenversprechen.ch.** Schnell, vertraulich, unbürokratisch.

Lernen Sie die Vertrauens-Tools von **kundenversprechen.ch** für Ihr Unternehmen kennen und profitieren Sie von diversen Vorteilen.

Jetzt mehr erfahren unter
www.kundenversprechen.ch/unternehmen

Schweizerischer Konsumentenbund SKB
Fédération suisse des consommateurs FSC
Federazione svizzera dei consumatori FSC

Schweizerischer Konsumentenbund SKB
Schwarztorstrasse 56 · 3007 Bern · Telefon 031 343 10 10
info@konsumentenbund.ch · www.konsumentenbund.ch

Das Gütesiegel für Schweizer KMU

Erzielen Sie mit dem Kundenversprechen einen Vertrauensvorsprung und gewinnen Sie neue Kunden.

Eine Initiative vom Schweizerischen Konsumentenbund

1. Als Konsumentenschutz-Organisation erhalten wir täglich Anfragen zu diversen Produkten, Services und Unternehmen.

2. Immer wieder fragen uns Ratsuchende nach einem uns bekannten vertrauenswürdigen Anbieter für ein bestimmtes Anliegen.

3. Wir empfehlen dabei ausschliesslich Unternehmen, die uns ein **Kundenversprechen** gegeben haben.

Jetzt kostenlos beantragen auf

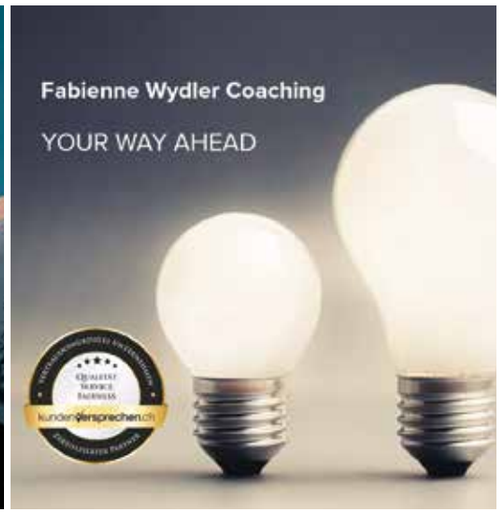
www.**KundenVersprechen**.ch oder telefonisch unter **044 998 12 21**

Für Unternehmen, die halten was sie versprechen

75% der Schweizerinnen und Schweizer nutzen das Internet, um ein lokales Unternehmen für ihr Anliegen zu finden. Auch **Tipps** und **Empfehlungen** von Freunden überprüfen viele meist im Internet.

Mit dem Kundenversprechen erzielen Sie einen **Vertrauensvorsprung** und überzeugen neue Kunden mit einer einzigartigen Garantie für 100% Schweizer Verlässlichkeit.

- Positionieren Sie Ihr Unternehmen in der **digitalen Welt** als Anbieter des Vertrauens
- Erhalten Sie **mehr Vertrauen**, Erfolg und Umsatz mit nichts weniger als Ihrem Ehrenwort
- Erweitern Sie Ihre digitale Reichweite und machen Sie **Interessenten** auf sich aufmerksam



Es ist eine schöne Aufgabe, Unternehmen zu fördern, die sich **100% gewissenhaft** in den Dienst ihrer Kundschaft stellen.

***Renzo Blumenthal** / Markenbotschafter*

Jetzt kostenlos beantragen auf

www.**KundenVersprechen**.ch oder telefonisch unter **044 998 12 21**

Grossartige Unternehmen, die halten was sie versprechen. Wir sagen DANKE an 1000 Kunden in der Schweiz

Mehr als 1000 Schweizer Unternehmen haben sich dem Vertrauens-Netzwerk von kundenversprechen.ch seit der Gründung im Frühjahr 2018 angeschlossen. Dies erfüllt uns mit Stolz, denn es macht kundenversprechen.ch zur mittlerweile grössten, bekanntesten und am schnellsten wachsenden Vertrauensmarke der Schweizer KMU-Landschaft. Verwandeln auch Sie Ihren guten Ruf in Umsatz – mit einem einfachen, aber entscheidenden Versprechen.

Nachfolgend lernen Sie einige Erfolgsgeschichten von KMU kennen, die mit kundenversprechen.ch ihren guten Ruf im Internet stärken, mehr Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit erhalten und dadurch mehr Erfolg für ihr Geschäft erzielen.

Das Kundenversprechen ist nichts weniger als das Ehrenwort eines Unternehmens, sich 100% gewissenhaft in den Dienst seiner Kundschaft zu stellen. Unsere Vertrauens-Tools ermöglichen es KMU aus allen Branchen, sich als ein gewissenhafter Schweizer Anbieter des Vertrauens zu positionieren. Die Fairness-Garantie umfasst im Wesentlichen drei Aspekte: Das Versprechen, Aufträge nach bestem Wissen und Gewissen zu erledigen, sowie konsequent nach Qualitätsprodukten und Dienstleistungen zu streben, und gemeinsam pragmatisch nach den besten Lösungen zu suchen.

Spohn Motivation | Coach und Verkaufstrainer
Fritz Spohn, CEO: «Vor allem meine Internet-Präsenz hat deutlich zugenommen. Kundenversprechen.ch hat einen starken Web-Auftritt, ein Top-Image – und die Seite wird von Google sehr gut aufgenommen. Das nützt natürlich auch jedem einzelnen mit Kundenversprechen.ch verbundenen Unternehmen. Dank Kundenversprechen.ch werde ich schneller und einfacher im Netz gefunden. Und es gibt mehr Content über Spohn Motivation, was für neue und bestehende Kunden sowie für mich äusserst erfreulich ist.»

Webland AG | Hostinganbieter
Daniel Vecchio Lopez, COO: «Der Grund, weshalb wir uns dem Vertrauens-Netzwerk angeschlossen haben, sind vor allem die Werte, für die kundenversprechen.ch steht. Swissness und ihre Tugenden wie Qualität, technische Innovation, Top-Kundenzufriedenheit, Zuverlässigkeit und Sicherheit sind seit über 20 Jahren auch zentraler Bestandteil unserer Firmenphilosophie und ein gelebtes Versprechen an unsere Kunden.»

Bigler Kaufmann Wendling | Anwaltskanzlei
Florian Kaufmann, Partner: «Das Gütesiegel von kundenversprechen.ch strahlt in erster Linie Vertrauen aus, wovon unser Kanzlei profitiert. Das Kundenversprechen hat dieselben Ansprüche wie wir: Transparenz und herausragende Qualität zu fairen Preisen. Es wäre schön, wenn kundenversprechen.ch seine Marktpräsenz erweitern könnte, damit noch mehr Kunden und auch Unternehmen von diesem Netzwerk profitieren können.»

Unser Angebot zum 1000-Kunden-Jubiläum: Registrieren Sie sich noch heute auf **kundenversprechen.ch** und wir schenken Ihnen 30 Tage GRATIS-Laufzeit.

Lernen Sie die Vertrauens-Tools von **kundenversprechen.ch** für Ihr Unternehmen kennen und profitieren Sie von vielen Vorteilen.

Jetzt mehr erfahren unter
www.kundenversprechen.ch/unternehmen

Call for Entries: Design Preis Schweiz 21

***Preisverleihung** der Edition 2019 in Langenthal*

***Vernissage** der Ausstellung der nominierten und prämierten Projekte*

***Winner** Product Consumer / 2019, CARU Smart Sensor*

***Winner** Furniture / 2019, Limbic Chair*

Der Design Preis Schweiz zeichnet als nationaler Wettbewerb seit dreissig Jahren Bestleistungen der Schweizer Designwirtschaft aus. Die nominierten und später prämierten Produkte und Projekte werden als innovative und differenzierende Merkmale der Schweizer Wirtschaft aktiv porträtiert. Dabei wird Design als wertschöpfende Innovationsleistung verstanden, die Produkte, Maschinen, Dienstleistungen oder Räume brauchbar, verständlich, langlebig und ästhetisch macht.

Der Wettbewerb richtet sich an Schweizer Designschaffende, Unternehmen, Institutionen und Produzenten, die hier oder im Ausland tätig sind. Zugelassen sind ebenso ausländische Designer, die in der Schweiz arbeiten, studieren oder für ein Schweizer Unternehmen tätig sind.

Produkte und Projekte dieser Kategorien werden ausgezeichnet.

- Design Leadership Prize: Ageing Society
- NEW: Going Circular Economy
- Young Professionals
- Furniture
- Product - Consumer & Investment Goods
- Space
- Textiles
- Research

Die Einreichung erfolgt online auf der Website vom Design Preis Schweiz **www.designpreis.ch**

In den Kategorien Design Leadership Prize: Ageing Society und Going Circular Economy können Arbeiten nur zur Nomination empfohlen werden. Kontaktieren Sie: **hueter@designpreis.ch**

Die Ausschreibung dauert noch bis zum 22. März 2021,
die Preisverleihung findet am 5. November 2021 in Langenthal statt.

Einschreibegebühr CHF 360. –
CHF 90. – für Fachpersonen deren Abschluss eines Designstudiums oder einer designorientierten Ausbildung nicht länger als 3 Jahre her ist.

Design Preis Schweiz
Prix Design Suisse
Design Prize Switzerland

design preis schweiz

Kalender Veranstaltungen

Februar 2021			
15.-19.02.2021	Windisch	Winter School Entrewpreneurship 2021	fhnw.ch
16.02.21	Webinar	Digitale Kollaboration	eventbride.de
17.02.21	Webinar	«Gute» Vorschriften gestalten – aber wie?	fhnw.ch
17.02.21	Webinar	Service- und Verkaufsprozesse effizienter gestalten	online.ch
18.02.21	Webinar	Vertrauen in die Zukunft	zfu.ch
18.02.21	Webinar	Digitale Optionen für Events, Konferenzen, usw.	eventbride.de
19.02.21	Webinar	Die neue Seidenstrasse	fhnw.ch
19.02.21	Webinar	Prozess- und Qualitätsmanagement digitalisieren	online.ch
23.02.21	St. Gallen	Berufliche Neuorientierung - Finde deinen Traumjob	kfmv.ch
24.02.21	Webinar	ELO ECM-Fachkongress 2021	elo.com

März 2021			
04.03.21	Webinar	Disaster Recovery - Handlungsempfehlungen für KMU	topsoft.ch
08.-09.03.2021	Lugano	Mindfullness and stress management	huract.ch
09.03.21	Zürich	Laufbahnberatung 40plus	fhnw.ch
10.03.21	Rüschlikon	17. Europäischer Trendtag	gdi.ch
11.03.21	Glattbrugg	Unternehmerschule KMU/Gewerbe	unternehmerschule.ch
16.03.21	ZH / Webinar	Arbeitsrecht-Kongress 2021	praxissemainare.ch
17.-19.03.2021	Lugano	Leadership and Performance Management	huract.ch
19.03.21	St. Gallen	Werde dein bestes Selbst	vongunten-partner.ch
25.03.21	Webinar	Fachtagung Nachhaltiges Bauen	fhnw.ch
25.03.21	Feusisberg	High Performance Organisation	zfu.ch
25.03.21	Baden	innoMOTION	topsoft.ch

April 2021			
14.04.21	Altdorf	Impuls-Seminar: Digital erfolgreich	unternehmerschule.ch
15.04.21	Zürich	ZKB Praxisseminar für KMU: Ganzheitliche Unternehmensführung	unternehmerschule.ch
19.-20., 31.04.2021	Lugano	Employee motivation	huract.ch
20.-21.04.2021	Basel	4th BaselEduCa Expo	ipdinstitut.ch

ERFOLG

Offizielles Organ des Schweizerischen KMU Verbandes

Nächste Ausgabe:
16. April 2021

Redaktions- und Anzeigeschluss:
26. März 2021

Impressum

Schweizerischer KMU Verband
Bösch 43 · 6331 Hünenberg
Telefon 041 348 03 30
www.netzwerk-verlag.ch
verlag@kmuverband.ch

Verlags- und Redaktionsleitung
Roland M. Rupp 041 348 03 33
roland.rupp@kmuverband.ch

Verkauf
Schweizerischer KMU Verband
Bösch 43 · 6331 Hünenberg
Telefon 041 348 03 35
verlag@kmuverband.ch
www.kmuverband.ch

Redaktions- / Anzeigenschluss
Jeweils 14 Tage vor Erscheinungstermin
Abonnementsverwaltung:
Alexandra Rupp
abo@kmuverband.ch

Produktion
Lichtpunkt Design · L. Boltshauser
Lindenbachstr. 8 · 8006 Zürich · 079 694 54 18
liliane.boltshauser@kmuverband.ch
info@licht-punkt.ch · www.licht-punkt.ch

Auflage
Printauflage: 5000 Ex
Onlineauflage: 30 000 Ex
Die Auflage ist notariell beglaubigt.
* Zusätzlich wird das Medium Erfolg in den SKV Newsletter integriert und an 70' 000 Empfänger versendet.

Erscheinung
erscheint zweimonatig

Preise
Jahresabo CHF 36.–, Einzelpreis CHF 3.90

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

Titelbild
Pexels · www.pexels.com

SKV
Schweizerischer KMU Verband

iba
Büro und mehr

Partner-angebot

SKV-Mitglieder profitieren bei iba

- 10% Rabatt auf Ihre Grossbestellung (einmal einlösbar pro Jahr)
- Gratis-Lieferung innerhalb von 24 h
- Kein Mindestbestellwert
- Best Price Garantie – Sie erhalten Ihre Ware immer zum günstigsten Tagespreis

SKV-Sonderkonditionen

PROFIT® Top Konditionen auf dem gesamten iba Sortiment und Dienstleistungsangebot

- Büromaterial
- Geschäftsdrucksachen, Visitenkarten und Werbeartikel
- Logistikdienstleistungen
- Druckgeräte und Zubehör
- Büroeinrichtungen

Bei iba noch nicht als SKV-Mitglied erfasst?

Senden Sie Ihre Koordinaten mit dem Vermerk SKV an member@iba.ch

Treuerabatt

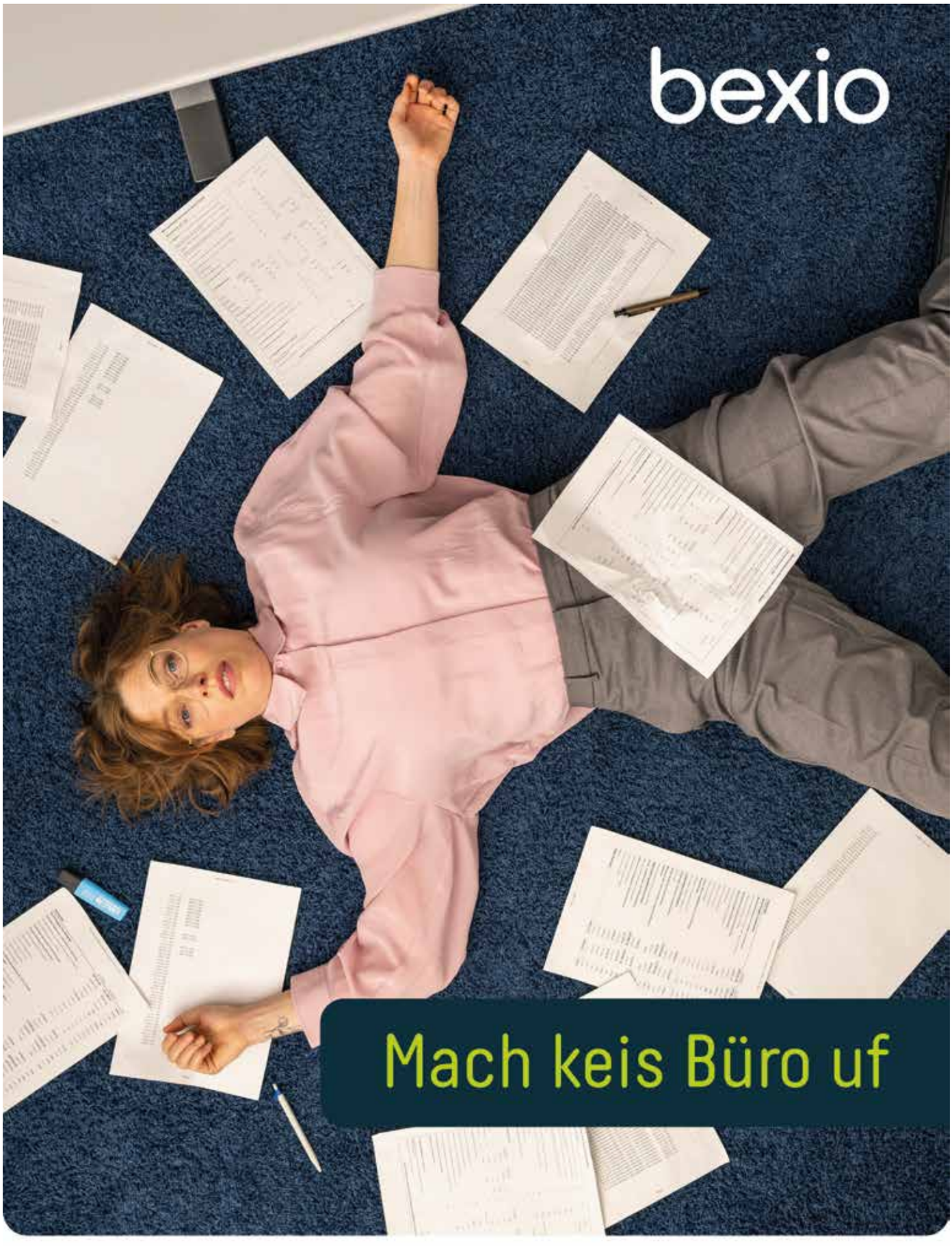
20.–

auf Ihre Bestellung ab CHF 100.–

Dieser Rabatt kann nur einmal eingelöst werden und ist nicht gültig für Dienstleistungen und nicht kumulierbar mit weiteren iba Rabatt-Gutscheinen. Preise exkl. MwSt. Gültig bis 31. Dezember 2021.

Im Online-Warenkorb Code **SKMU21** eingeben oder am Telefon erwähnen

iba | OWIBA AG | Gewerbestrasse 16 | 3065 Bolligen | Gratis-Telefon 0800 82 82 82 | www.iba.ch



Komplizierter Papierkram?

bexio – die einfache Business-Software
für Ihre KMU-Administration

Jetzt 30 Tage kostenlos testen

bexio.com/skv