ERFOLG

Offizielles Organ des Schweizerischen KMU Verbandes

Die starke Zeitung für Selbstständige, Unternehmer und Existenzgründer

Nummer 2 • März 2011 • 5. Jahrgang • Preis Fr. 3.90 • www.netzwerk-verlag.ch • AZB 6300 Zug

schweizerischer kmu verband
Unternehmertreffen 7/8

Treuhand
Zahlungsausfällen vorbeugen 14
Treuhanddienstleistungen 15
Bezahlen Sie zuviel Steuern? 16

Gastro
Kulinarische Berggasthäuser 17
Am Kaiserstrand 18

Gesundheit
Sucht am Arbeitsplatz 21
Gesundet die Bevölkerung? 22

Spezialbeilage
Social Media & Kommunikation 25–40

Aus- und Weiterbildung
Nachhaltige Entwicklung 42
Der Nachhaltigkeitsbericht 43
Finanz- und Liquiditätsplanung 60

Unternehmensberatung
Intellectual Property Rights 48
Unternehmen profitieren 49
Erfolgsenergie 50

Spitzenruf Kolumne
8 Schritte lösen Probleme 55

Marketinginstrument Internet

Social Media Marketing für KMU

«start to web» plant und managed
Ihre Social Media Kampagne
im praktischen Abonnement.

Ab monatlich CHF 390.–

www.start-to-web.ch/social-media.html

twitter
facebook
YouTube

start to web
graphic design. web solutions.
GmbH
Your Expert in Online Marketing

pink up your success!

Rüdigerstr.10 | 8045 Zürich | +41 (0)44 202 60 65 | info@pinkup.ch | www.pinkup.ch

pinkup dialogmarketing

Editorial

Geschätzte Leserinnen und Leser

Vor Ihnen liegt die neueste Ausgabe der Zeitung «Erfolg», wiederum auf 64 Seiten prall gefüllt mit vielen Informationen, Tipps & Tricks. Besonders stolz sind wir auf unseren Special «Social Media – Kommunikation». Auf 12 Seiten erfahren Sie alles über Social Media und worauf es ankommt, damit Sie in Suchmaschinen und von möglichen Kunden gefunden werden. Aber nicht nur «einfach so» haben wir diesen Special in dieser Ausgabe gemacht. Am 30. & 31. März findet die Swiss Online Marketing in Zürich statt, an welcher wir als Schweizerischer KMU Verband natürlich mit einem Stand präsent sind und Ihnen daher auch als Beilage dieser Zeitung ein Gratisticket überreichen dürfen. Natürlich würde es uns sehr freuen, wenn Sie uns an unserem Stand besuchen. Wir stellen aber nicht den Schweizerischen KMU Verband vor, welchen Sie sicherlich schon kennen, sondern zeigen live an einem Schnittplatz, wie man heute Werbefilme für KMU realisieren und mit wenig Aufwand aufbereiten kann, so dass wirklich jede Firma die Möglichkeit hat, die eigenen Produkte und Dienstleistungen videotechnisch präsentieren zu können. Ein Besuch lohnt sich also auf jeden Fall!

Der 24. März, und somit das 1. Unternehmertreffen dieses Jahres rückt näher. Traditionsgemäss findet der 1. Event ja stets in Zug statt und es freut uns sehr, Sie als aktive Unternehmerin oder aktiver Unternehmer zu diesem Anlass einladen zu dürfen. Bereits jetzt haben sich über 70 Personen angemeldet, so dass wir unser Ziel mit 200 anwesenden Personen sicherlich erreichen werden. Sind Sie auch dabei und nutzen diese Möglichkeit, an einem Abend so viele Kontakte zu machen? Alle Infos zu diesem tollen Anlass finden Sie auf Seite 7.

Es grüsst Sie freundlich *Roland M. Rupp*
Leiter der Geschäftsstelle SKV
verlag@netzwerk-verlag.ch

IMPRESSUM

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

Geschäftsführer:
Roland M. Rupp

Abonnementsverwaltung:
Alexandra Rupp
abo@netzwerk-verlag.ch

Inserateverkauf:
Inserate@netzwerk-verlag.ch

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

Auflage:
Printauflage: 10000 Ex, Onlineauflage: 5000 Ex
Erfolg ist offiziell WEMF beglaubigt

Erscheinung:
erscheint monatlich

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

Redaktions-/Anzeigenschluss:
Jeweils 14 Tage vor Erscheinungstermin

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

Titelbild, Seite 25:
Stauke, Daniel Fleck, ag visuell

Passwort für die Ausgabe 2: internet
Und so können Sie die aktuelle sowie die bisherigen Ausgaben auch online anschauen:
1. Gehen Sie auf www.netzwerk-verlag.ch
2. Wählen Sie die Rubrik «Aktuelle Ausgabe»
3. Wählen Sie die Rubrik «Für Abonnenten»
4. Tragen Sie das oben genannte Passwort ein und klicken Sie auf (OK)

Wenn Sie Fragen zu einem der Artikel haben, so finden Sie auf Seite 62 und 63 dieser Ausgabe eine Auflistung, wer den Artikel geschrieben hat, so dass Sie direkt in Kontakt treten können.

Inserieren und ERFOLG haben:
041 761 68 52

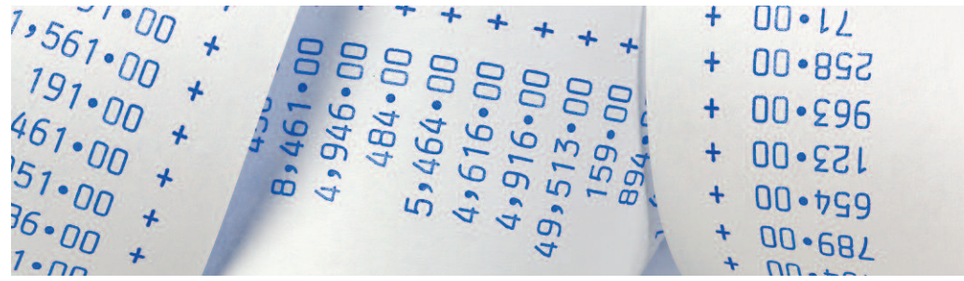
Inhaltsverzeichnis

schweizerischer kmu verband 4–6/9–11
Unternehmertreffen 7/8
Business 12
Factoring 13
Treuhand 14–16
Gastro 17–19
Mehrwertpartner-Programm 20
Gesundheit 21/22
Reportage 23
Informatik 24
Spezialbeilage Social Media & Kommunikation 25–40
Aus- und Weiterbildung 42/43/60
Risk Management 44/45
Rechtsberatung 46/47
Unternehmensberatung 48–50
Versicherung 51
Vorsorgeberatung 52–54
Spitzenruf Kolumne 55
Sicherheit 56
Marketing 57
Buchtipp 58/59
Veranstaltungskalender 61
Impressum/Autoren/Firmenverzeichnis 3/62/63

Einmal-Abschreibung

Schweizerzeit

Ulrich Schlüer, Nationalrat



Gina Sanders

Lippenbekenntnisse für die KMU hört man oft. Konkrete Taten sind rarer.

Als Lehre aus Finanzkrise und Währungsunruhen rät der Bund allen Betrieben zu weniger Kredit-Abhängigkeit, also zu höheren Eigenmitteln. Rascher gesagt als getan!

Wer von Betrieben jeglicher Grösse zügige Verbesserung der Eigenmittel-Situation verlangt, muss Rahmenbedingungen schaffen, welche die Eigenfinanzierung begünstigen und erleichtern. Die Lockerung der Abschreibungs-Regeln ist eine solche Massnahme: Den Betrieben jeglicher Grösse, insbesondere den KMU-Betrieben müsste endlich gestattet werden, in guten Geschäftsjahren höhere Abschreibungen als heute gestattet auf den Betriebsmitteln vorzunehmen – bis hin zur Einmal-Abschreibung, also zur vollständigen Abschreibung einer grösseren Investition im Jahr ihrer Inbetriebnahme. Wird solches möglich, verbessert sich die Eigenmittelstärke eines Betriebs rasch und markant.

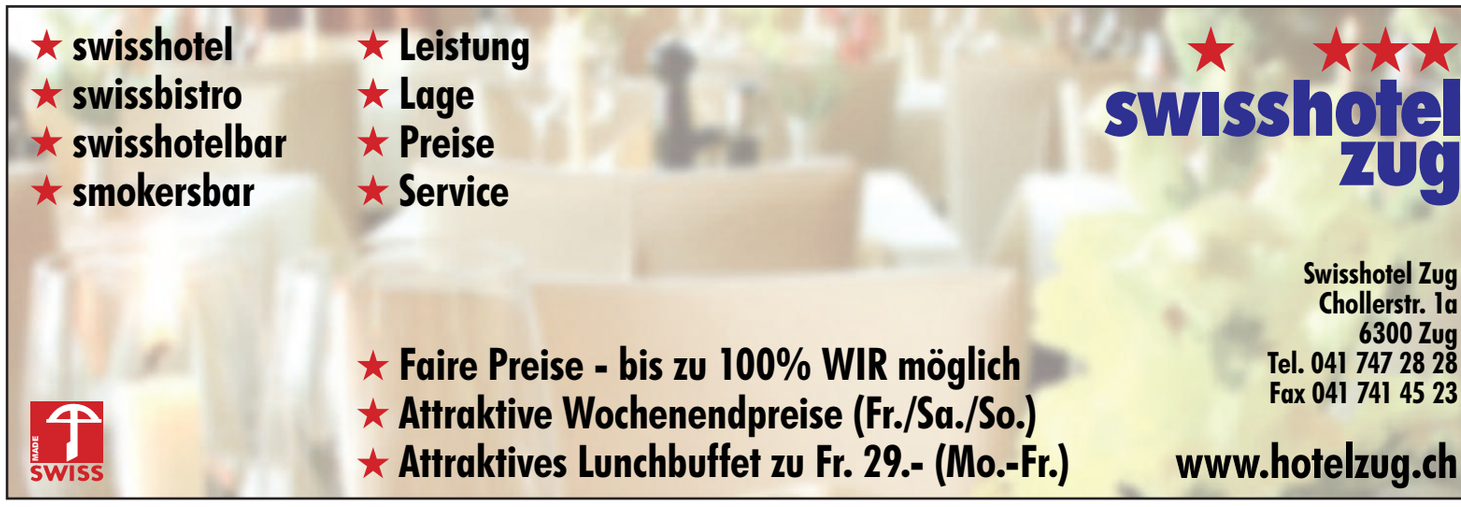
Dagegen werden Einwände vorgebracht:
Solche Abschreibungs-Praxis beschere dem Staat Steuerausfälle. Diese Argumentation greift zu kurz. Die Möglichkeit, Abschreibungen rascher zu treffen, verhilft zwar Unternehmen, die sie nutzen, tatsächlich zu Steuer-Reduktionen. Doch Betriebe, welche dank rascher Abschreibe-Möglichkeit auch rascher investieren, damit sie mit hochmodernen Betriebsmitteln ihre Wettbewerbsfähigkeit erhalten oder gar ausbauen können, erteilen ihren Lieferanten weit rascher interessante Aufträge – was diesen Lieferanten Verdienst bringt, der sich auf die Schaffung neuer, interessanter Arbeitsplätze auswirkt.

Das ist wirksamste Konjunktur-Ankurbelung – die den Staat keinen Rappen kostet. Die ihm – dank florierenden Betrieben mit guten Arbeitsplätzen – aber vermehrte Steuereinnahmen sichern.
Von einer Wirtschaft, die – auch mittels moderner, leistungsfähiger KMU-Betriebe – ihren Spitzenplatz behaupten kann, profitiert auch der Fiskus markant, sicher weit stärker als von lahmender, in Rücklage geratener Wirtschaft.

Aus Diskussionen mit Exponenten des KMU-Verbands ist im vergangenen Dezember im Nationalrat eine Parlamentarische Initiative eingereicht worden, die mehr Flexibilität bei Abschreibungen bis hin zur Einmal-Abschreibung verlangt. Die SVP-Fraktion hat diese Parlamentarische Initiative in den Stand einer Fraktionsinitiative erhoben, was ihr Gewicht verstärkt – womit raschere Behandlung in Kommission und Parlament erwartet werden darf. *Ulrich Schlüer, Flaach*

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Anzeigen



Internationale Kontakte pflegen und Expansionswünsche realisieren

Aus dem Bedürfnis für ein zwischengeschaltetes Netzwerk zur Internationalisierung der KMU entstand die Online-Plattform www.starttobusiness.com. Dabei handelt es sich bei der Plattform um ein ultramodernes Corporate Business Network, mit dem die Swiss Business Group einen professionellen Meetingpoint – eine virtuelle Begegnungsstätte – geschaffen hat, in der Unternehmern, Freiberuflern sowie all denen, die eine Ausweitung ihrer Geschäfte anstreben, die Gelegenheit geboten wird, sich einem kontinuierlichen Matching zu unterziehen.

Mit Hilfe der Plattform können die Nutzer ihre unternehmerischen Aktivitäten optimal entwickeln. Jeder Unternehmer kann sich zu einer schnellen und unkomplizierten Abwicklung seiner Geschäfte problemlos mit der Plattform verbinden, wodurch Zeit und Kosten gespart werden. Darüber hinaus bietet die Plattform die modernsten Instrumente von Web 2.0 wie Videochat und Video Conference Call, was die Plattform so einzigartig macht und ein einfaches und schnelles Zusammenspiel sowie eine optimale Nutzung der Inhalte begünstigt.

Die Besonderheit von Start2Business liegt in den Teilnahmegruppen:

Network Member: er ist der Basisnutzer der Plattform. Er wird durch einen Betrieb oder einen Einzelunternehmer mit einer guten Geschäftsidee verkörpert, der auf der Suche nach potentiellen Partnern, Gelgebern und Investoren ist. Jeder Nutzer kann sowohl sein persönliches als auch sein unternehmerisches Profil eingeben und seine Aktivitäten oder Geschäftsideen beschreiben, um sich bei den anderen Nutzern einzuführen. Durch das persönliche Profil besitzen Firmen und Unternehmer die Chance für eine schnelle und wirksame Entwicklung ihrer Projekte, insbesondere dank der in grosser Zahl von der Plattform angebotenen Instrumente: der Bildung von speziellen Gruppen, Videochat und Video Conference, der Möglichkeit zur Teilnahme an Workshops und Fortbildungslehrgängen, der Möglichkeit zur Durchführung von exklusiven Recherchen, der Verfügbarkeit von aktuellen Notizen und Ereignissen sowie vielen weiteren Instrumenten. Dank Start2Business kann der Nutzer seine Business-Aktivitäten selbst verwalten und innerhalb des Plattformnetzwerkes sein eigenes Netz erstellen.

Business Starter: er stellt das Zentrum der Plattform dar und macht Start2Business zu einer so einzigartigen und zuverlässigen realen Struktur für die Entwicklung Ihrer Geschäftsideen. Der Business Starter ist eine professionelle und bereichsbezogene Kontaktperson, die Unterstützung bei der Abwicklung der über die Plattform geleiteten Business-Operationen bietet. Die Hauptaufgabe des Business Starters liegt in der Abwicklung von Business-Operationen für die Benutzer aus seinem Kompetenzbereich, um eine optimale Entwicklung der Operationen zu gewährleisten. Der Business Starter fungiert nicht nur als «Helpdesk», sondern er ist auch als Berater, Vermarkter, Dolmetscher, Geschäftsvermittler und Webdesigner zu verstehen, mit anderen Worten, er verkörpert ein Profil mit zahlreichen Sachkenntnissen, an das sich die Nutzer in ihrer Muttersprache wenden können, und besitzt die Fähigkeit, an deren Business und deren internationaler Kultur teilzuhaben.

Neben der Online-Plattform bietet Start2-Business den Nutzern mit StartNews! ein zusätzliches Instrument an. StartNews!, das Online-Magazin von Start2Business, stellt eine Art Schaufenster für alle Plattformnutzer dar. In Start News! können Start2Business-Mitglieder ihre Business-Projekte hochladen, für ihre Veranstaltungen werben und die letzten News austauschen, damit diese Informationen den Nutzern auch ausserhalb der Plattform zur Verfügung stehen und somit die Sichtbarkeit wie auch das persönliche und unternehmerische Network steigern.

Dank Start2Business hat Swiss Business Group den an einer Internationalisierung interessierten KMU ein wirksames und zuverlässiges Instrument für die Entwicklung ihrer Business-Projekte zur Verfügung gestellt. Ziel von Start2Business ist es, Firmen und Unternehmern den Dialog innerhalb eines ausgewählten Netzes zu ermöglichen und ihnen ultramoderne Webtools ganz und gar zur Verfügung zu stellen.
Start2Business bietet Firmen und Unternehmern eine konkrete Chance, den Mut zur Einführung in ein internationales Network zu entwickeln.

Start 2 Business

Tel: +41 (0) 91 913 90 30
Fax: +41 (0) 91 913 90 39
www.starttobusiness.com
info@starttobusiness.com

START 2.Business

Die Schweiz, ein Land mit vielen international tätigen KMU

In den letzten 30 Jahren hat sich eine spezialisierte Finanzdienstleistungsindustrie entwickelt, welche trotz ihres grossen Erfolges den meisten aber noch unbekannt ist. Es handelt sich hierbei um eine Industrie mit Firmen, welche Spezialisten im internationalen Zahlungsverkehr und Devisenwechsel sind.

Eine in dieser Branche angesiedelte Firma heisst Associated Foreign Exchange (AFEX), welche für ihre Schweizer KMU Kunden Franken in/gegen Fremdwährungen wechselt, aber dies zu viel besseren Wechselkursen, als die meisten Banken es tun. Zum Kundenkreis von AFEX gehören mittlerweile über 10'000 Geschäftskunden auf der ganzen Welt, ausschliesslich Im- und Exporteure, Reisebüros, Handelsunternehmungen, Hersteller und Dienstleister.

Das Unternehmen ist im letzten Jahrzehnt rasant gewachsen. So weitete AFEX das weltweite Geschäft schnell aus, expandierte in den USA, Grossbritannien und Australien und unterhält durch ihre Schweizer Unternehmung auch Beziehungen zu ihren Schweizer KMU Kunden.

«Die Schweizer KMU gehören zu den besten der Welt. Es ist nicht unüblich, dass die vielfach international agierenden Schweizer Unternehmungen die Branchenleader in ihrer Nische sind. Die Schweiz lebt von ihren KMU, wie auch wir eine sind», sagt Christian Spaltenstein, Geschäftsführer der Associated Foreign Exchange (Schweiz) AG.

Im Gegensatz zu vielen Banken, welche vor allem nur an Grosstransaktionen interessiert sind, bietet AFEX erstklassigen Service für alle Kunden, seien sie noch so klein.

«Wir haben uns voll und ganz auf den Devisenhandel und den internationalen Zahlungsverkehr für KMU spezialisiert und können die Kosten durch eine schlanke und flexible Organisation tief halten und unsere Abwicklung stetig verbessern. Aufgrund unserer effizienten Struktur und unseren grossen Volumen können wir grossen und kleinen Unternehmen jeweils konkurrenzfähige Wechselkurse und einen persönlichen Service bieten», sagt Christian Spaltenstein.

Eine Kundenbeziehung ist schnell eröffnet, verpflichtet aber zu nichts. Jede Transaktion ist in sich geschlossen. Aufgrund dieser Tatsache ist AFEX stets bemüht, ihre Kunden voll und ganz zufrieden zu stellen, da sie an einer langfristigen Partnerschaft und nicht nur an einer einzigen Transkation interessiert ist.

AFEX ist ein Mitglied von SWIFT, des grössten weltweiten Zahlungsnetzes, das zuverlässige und standardisierte Methoden zur Übermittlung von Zahlungsanweisungen und zur Sammlung von Transaktionsdaten von verschiedenen Banken rund um den Globus bereitstellt. Anders als viele Devisenbroker, die Geldtransfers über eine Bank ausführen müssen, wickelt AFEX die Zahlungen direkt über SWIFT ab. Valutagerechte Transaktionen sind die Regel und zeugen von einer hohen Servicequalität.

Geschicktes Risikomanagement schützt gegen Wechselkursschwankungen

Die grosse Volatilität macht zurzeit vielen Schweizer Firmen zu schaffen. Viele warten aber dennoch bis die jeweils auf Fremdwährungen lautenden Rechnungen fällig sind, und dann teilen sie ihrer Bank mit, die Währungen zu kaufen und die Zahlungen zu überweisen. Hierdurch sind diese Firmen dem Risiko von Fremdwährungsschwankungen vollends ausgesetzt und laufen Gefahr, besonders in der heutigen Zeit, Währungsverluste in Kauf zu nehmen.

Es ist somit unerlässlich, über die erforderlichen Instrumente und das nötige Wissen zu verfügen, um diese Risiken zu steuern.

AFEX geht auf die besonderen Anforderungen und Ziele jedes Unternehmens ein, um die für das Unternehmen effektivste und rentabelste Lösung zu erarbeiten. Dabei kann es sich um Limitierte Aufträge oder aber auch um Termingeschäfte handeln. Beide Instrumente sind im Gegensatz zu Devisenoptionen kostenlos und einfach zu verstehen.

Um ihre Kunden tatkräftig zu unterstützen stellt AFEX jedem Kunden einen Kundenbetreuer zur Seite. Diese sind Experten im internationalen Zahlungsverkehr, haben ein gutes Know-How im Devisenmarkt und verfügen über die entsprechenden Produktekenntnisse.

Christian Spaltenstein

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Anzeigen

Unternehmertreffen 2011
Die neuen Termine

Auch 2011 führen wir zahlreiche Unternehmertreffen in allen Regionen der Deutschschweiz durch. Diese sind nicht vergleichbar mit Publikums- oder Gewerbemessen, da ausschliesslich aktive Unternehmerinnen und Unternehmer zu diesen Anlässen eingeladen werden.

Ziel dieser Anlässe ist die Vergrösserung des eigenen Netzwerkes und das Finden von neuen Synergiepartnern sowie die Anbahnung neuer Kontakte und Kooperationen. Zusätz-lich besteht die Möglichkeit, auch die eigene Firma, Produkte & Dienstleistungen zu präsentieren. Aus diesem Grund wurde extra eine Tischmesse angegliedert. An den Anlässen nehmen je nach Region zwischen 80 und 250 KMUs teil. Wo sonst haben Sie die Möglichkeit, an einem Abend so viele Kontakte zu knüpfen? Die Kosten sind wiederum Fr. 10.–/Person und wenn Sie als Aussteller teilnehmen möchten Fr. 75.–/Tisch. Weitere Infos zur Veranstaltung finden Sie auf den jeweiligen regionalen Plattformen sowie auf **www.kmuverband.ch**.

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Aus organisatorischen Gründen ist eine Anmeldung im Voraus erforderlich.
Jeweils sechs Wochen im Voraus kann man sich auf der entsprechenden Plattform (von www.netzwerk-basel.ch bis www.netzwerk-zug.ch) online anmelden.
Die Unternehmertreffen beginnen jeweils um 19h00 und enden um 22h30.
Aussteller haben die Möglichkeit, ab 17h mit dem Aufbau zu beginnen.

Termine für Unternehmertreffen 2011

Monat	Datum	Kanton	Ort	Location
März	24.03.2011	ZG	Zug	Casino
	31.03.2011	BS	Muttenz	Mittenza
April	07.04.2011	SG	Rorschach	Stadthof
	14.04.2011	BE	Muri	Landgasthof Sternen
	28.04.2011	AG	Lenzburg	Krone
Mai	05.05.2011	LU	Luzern	Gersagcenter
	12.05.2011	ZH	Uitikon	Üdiker Huus
	19.05.2011	SG	Wil/SG	Stadtsaal
	26.05.2011	AG	Wettingen	Tägerhardt
Juni	16.06.2011	SG	Balgach	Mehrzweckhalle Riet
	30.06.2011	SO	Niederbuchsiten	World of Coffee
August	25.08.2011	ZH	Horgen	Zentrum Schinzerhof
September	15.09.2011	ZH	Winterthur	Alte Kaserne
	22.09.2011	BS	Pratteln	KUSPO
Oktober	06.10.2011	SG	Jona	Kreuz, Stadtsaal
	13.10.2011	LU	D4 Root	D4 Businesscenter
	20.10.2011	SO	Solothurn	Landhaus
	27.10.2011	AG	Wettingen	Tägerhardt
November	03.11.2011	BE	Thun	Kongresshotel Seepark
	10.11.2011	GR	Landquart	Forum Ried
	17.11.2011	ZH	Uitikon	Üdikerhuus

Anzeigen

Innerschweizer Unternehmertreffen am 24.3.2010 in Zug

Wie bereits im letzten Jahr werden wir auch dieses Jahr wieder zahlreiche Unternehmertreffen, jeweils mit integrierter Tischmesse, in der ganzen Schweiz durchführen. Geplant sind 22 Unternehmertreffen.

Das nächste Treffen findet bereits am 24. März 2011 in Zug statt. Wir rechnen wiederum mit rund 250 aktiven Unternehmerinnen und Unternehmern und etwa 70 Firmen, welche die Möglichkeit der aktiven Waren- & Dienstleistungspräsentation nutzen werden, um sich selber an der integrierten Tischmesse zu präsentieren und rund 250 Besuchern.
Helfen Sie uns mit, dass auch dieser Anlass für alle Aussteller und Besucher möglicht viele Synergiemöglichkeiten bietet, denn wo sonst haben Sie die Möglichkeit, an einem Abend bis zu 100 qualifizierte Kontakte zu machen?
Nutzen auch Sie die Möglichkeit, Ihre Firma, Produkte und Dienstleistungen einem breiten Publikum zu präsentieren, aber auch neue Kontakte zu knüpfen und aktives Networking zu betreiben. Wiederum stehen mehrere Pinnwände zur Verfügung, an welchen auch die Besucher kostenlos ein Firmenportrait sowie Ihre Produkte und/oder Dienstleistungen publizieren können.

Werden Sie Eventpartner und nutzen Sie diesen Anlass, um sich noch mehr zu präsentieren
Wiederum bieten wir die Möglichkeit, dass Sie als Eventsponsor die vielfältigen Publikationsmöglichkeiten nutzen können.
Wir haben ein besonders interessantes Eventpackage für Sie geschnürt. Hier sehen Sie, was wir Eventpartnern bieten können und welchen Nutzen Sie davon haben.

Wir freuen uns, Sie an unserem Event begrüssen zu dürfen.
Jetzt sofort anmelden unter:
www.netzwerk-zug.ch

Special Guest: GUNVOR

Event-Ablauf

ab 17:30	Aufbau durch Aussteller
19:15	Begrüssung der Networker durch Roland M. Rupp
19:25	Unternehmerevent mit Tischmesse
22:00	Event Ende

Eventpartner

InnoPark

europa3000 business technology

KMUPOOL fördert Unternehmen

KAIZEN INSTITUTE

Anzeigen

HOT DEAL im RAMADA Hotel Regina Titlis

Wir haben uns etwas Heisses zu einem coolen Preis für Sie überlegt …

Sonntag bis Freitag (3 Übernachtungen) ab **CHF 315.–*** statt CHF 450.– pro Person im Doppelzimmer.

- **3 Übernachtungen im Doppelzimmer mit Balkon und Blick auf das Bergpanorama**
- **reichhaltiges RAMADA MORNINGS Frühstücksbuffet**
- **freie Nutzung der Wellnessanlage mit Hallenbad, Sauna, Dampfbad, Kneippfussbädern, Erlebnisduschen und Eisbrunnen**
- **Willkommensdrink an unserer Hotelbar**
- **Gästekarte (verschiedene Ermässigungen)**

* Gültig im März und April 2011, nach Verfügbarkeit.
Anreise nur Sonntag, Montag und Dienstag möglich.

RAMADA REGINA TITLIS

RAMADA Hotel Regina Titlis**
Dorfstrasse 33
6390 Engelberg | SCHWEIZ
Tel.: +41 (0)41 639 58 58
Fax: +41 (0)41 639 58 59
E-Mail: regina-titlis@ramada-treff.ch

www.ramada-treff.ch/engelberg

Das KAIZEN Institute Schweiz stellt sich vor

Das KAIZEN Institute ist spezialisiert auf die Beratung von Unternehmen jeder Grösse und aller Branchen. Unser Ziel ist es, die Effizienz von Unternehmen durch minimale Kapital-Investitionen entscheidend zu verbessern. Für dieses Ziel sind wir weltweit im Einsatz.

Unser Kompetenzspektrum umfasst vier Bereiche: Beratung, Training, Benchmarking und Qualifikation. Das Angebot ist ausgerichtet auf Führungskräfte aller Management-Ebenen sowie auf Mitarbeiter in Produktion und Administration.

Die Vorteile für unsere Kunden liegen klar auf der Hand:

- Steigerung der Produktivität
- Erweitertes Know-how der Mitarbeiter
- Beschleunigter ROI
- Reduzierte Herstellungskosten
- Optimierte Qualität

Gezielter Einsatz führt zum Erfolg

Wir trainieren unsere Kunden darin, sowohl kurzfristig als auch auf lange Sicht ihre **Flexibilität, Kapazität und Effizienz zu verbessern.** Hierfür ist nur eine geringe Kapital-Investition nötig. Wir zeigen Ihnen gerne, wie Sie das bereits investierte Kapital optimal nutzen und zwar nur dort und zu dem Zeitpunkt, wo es wirklich benötigt wird. Wir machen unsere Kunden zu Experten im **Veränderungs-Management** und zeigen, wie Verbesserungsprozesse kontinuierlich und erfolgreich in den Arbeitsablauf integriert werden. So machen wir aus guten Unternehmen besonders erfolgreiche Unternehmen.

Wir unterstützen Sie mit langjährigem Know How

Von der Konzeption bis zur Einführung von Verbesserungsprojekten begleiten wir Unternehmen Schritt für Schritt und umfassend. Unsere Massnahmen zielen auf die Reduzierung der Herstellungskosten sowie auf die Verbesserung der gesamten Unternehmenskultur. **Hilfe zur Selbsthilfe** ist das Ziel unserer Beratungsaktivitäten. Mit der Weitergabe unseres Know-hows versetzen wir Unternehmen in die Lage, selbständig und kontinuierlich ihre Verbesserungen durchzuführen. Die Mitarbeiter erhalten von uns das Rüstzeug, damit sie selbständig Verbesserungen durchführen und somit ihre Arbeit selbst gestalten können.

Wir unterstützen unsere Klienten bei der **Steuerung der Prozesse** die notwendig sind für das Erreichen ihrer Ziele. Dabei stellen wir sicher, dass das Unternehmen für die getätigten Investitionen den grösstmöglichen Nutzen erhält.

Motivierte Mitarbeiter sind echte Leistungsträger

Wir unterstützen Führungskräfte bei der Einführung von Prozessen zur **Kostenreduzierung** sowie bei der Implementierung von Verbesserungsprojekten. Selbst bei internen Widerständen gelingt es uns immer wieder, das Vertrauen und die Akzeptanz der Mitarbeiter zu gewinnen und ihnen die Vorteile von Veränderungen nahe zu bringen. Einzelpersonen, Teams und auch ganze Abteilungen werden durch uns inspiriert – wir geben ihnen den Impuls und die Motivation um mehr zu erreichen, als sie sich bisher vorstellen konnten. Häufig wird durch Kaizen Massnahmen auch die Akzeptanz der Führungskräfte nachhaltig gesteigert.

Berater mit Praxiserfahrung

Das Know-how unserer Berater basiert auf fundierter Praxiserfahrung sowie auf kontinuierlicher Schulung in den weltweit führenden **Best-Practice-Methoden.** Das schnelle Erfassen der Gesamtsituation ist ihre Stärke, wobei sowohl der Ist-Zustand als auch die Zielsetzung in die Sprache der Mitarbeiter übertragen werden. Unsere Berater haben eine mindestens fünfjährige Führungserfahrung, die sie vor Ihrer Beratertätigkeit erworben haben. Von der Zielsetzung, die gemeinsam mit Management und Mitarbeitern erarbeitet wurde, leiten unsere Berater die Massnahmen ab, die in den täglichen Ablauf integriert werden. Damit wird der Prozess der **kontinuierlichen Verbesserung** ins Rollen gebracht. Die Aufgabe unserer Mitarbeiter ist die Steigerung der Leistungsfähigkeit Ihrer Mitarbeiter!

Wertschöpfung statt Verschwendung

Die Berater des KAIZEN Institute kennen die harten Bedingungen und den finanziellen Druck des Geschäftslebens. Wir wissen um die Konflikte und Herausforderungen, denen viele Geschäftsführer und Manager ausgesetzt sind, wenn es darum geht, schnelle Ergebnisse zu erzielen – vor allem in Bereichen, die eigentlich auf längerfristiges Wachstum angelegt sind.

Unsere Berater helfen Ihnen,

- die **Rentabilität** und den **Cashflow** zu steigern
- die **Produktionsqualität** gegenüber internen und externen Kunden zu steigern
- die Performance in puncto **Liefertreue und Sicherheit** entscheidend zu verbessern.

Gerardina Pepe-Spagnuolo

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Anzeigen

Ihr Spezialist für Geschäftsreisen

itm TRAVEL AG
...for business and holiday!

www.itm-travel.ch

▶ Flüge weltweit ▶ Hotels ▶ Mietwagen

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

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

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

Sind Sie bereits angemeldet?
SKV Doppelseminar am 17.3.2011 in Würenlos

Urs Bürge

Jörg Schuler

Doppelseminar

Doppelseminar

Mit motivierten Mitarbeitern zu mehr Erfolg
Sehr gute Mitarbeiter können sehr gute Ergebnisse erzielen, schlechte Mitarbeiter nicht. Wie setzte ich meine Mitarbeiter ein, so dass sie uns zum Erfolg führen?

Neue Kunden – wie finden wie binden
Spitzensport oder Kontinuität?
Kein Unternehmen kann auf neue Kunden verzichten. Was alles gehört dazu, dass wir mehr neue Kunden finden und diese zu Stammkunden werden?

Zeit und Kosten
Die Seminare beginnen um 18:00 Uhr und enden um ca. 20:30 Uhr. Im Anschluss daran wird ein kleiner Apéro offeriert und es bietet sich die Möglichkeit, sich mit anwesenden Teilnehmern und den Referenten zu unterhalten und das eigene Netzwerk zu vergrössern.
Die Kosten betragen Fr. 85.– für SKV Mitglieder und Fr. 110.– für Nicht-SKV Mitglieder.

Bitte beachten Sie:
Eine Anmeldung ist zwingend erforderlich. Sobald die Anmeldung bei uns eingegangen ist, erhalten Sie eine Bestätigung und können das Seminar wahlweise bequem per Post oder an der Abendkasse bezahlen. Sie können sich direkt auf www.kmuverband.ch in der Rubrik «Seminare» anmelden.

Anzeigen

Weniger Kosten - mehr Effizienz!

Haben Sie als erfahrener Geschäftsmann alle Kosten in Ihrem Betrieb optimiert? Wirklich alle? Wir, Partner des Schweizerischen KMU Verbandes, beraten Sie gerne umfassend über Ihre Telekommunikationskosten.

Kontaktieren Sie uns unverbindlich: **Gratis Hotline 0800 300 250**

TalkTalk

www.talktalk.ch

«Ich mache mich selbstständig!»

Der Abendkurs für eine erfolgreiche Geschäftsgründung

Wer träumt nicht vom eigenen Geschäft und einer wirklich selbstständigen Tätigkeit? Unser bewährter Kurs könnte der erste Schritt in eine neue Zukunft sein.

An 11 Abenden wird den Teilnehmerinnen und Teilnehmern das praktische Know-how für eine erfolgreiche Geschäftsgründung vermittelt. Die Bereiche Businessplan und Finanzierung werden ebenso behandelt wie die rechtlichen Aspekte, das Marketing und die Organisationsformen. Das Ziel ist, dass die Teilnehmenden die Chancen und Risiken einer eigenen Unternehmensgründung abschätzen sowie die rechtlichen und betriebswirtschaftlichen Grundlagen erarbeiten können. Der praxisorientierte Kurs wird bereits zum 32. Mal durchgeführt. Bereits über 1'000 Personen haben die Ausbildungsreihe erfolgreich absolviert und haben heute ihr eigenes Unternehmen.

Der Kurs «Ich mache mich selbstständig!» beginnt am 7. April 2011 und kostet inklusive Unterlagen 700 Franken. Durch die Förderung des Kantons können Teilnehmende mit Wohnsitz Aargau diese Weiterbildung für 350 Franken besuchen. Veranstaltungsort ist die Fachhochschule Nordwestschweiz in Brugg-Windisch. Weitere Informationen erhalten Sie auf www.start-net.ch oder 056 426 70 49.

Dr. Walter Cadosch, geschäftsführender Partner

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Yvonne Zimmermann, Unternehmerin

Der Unternehmer unternimmt

Der Traum vom eigenen Unternehmen ist attraktiv. Der Weg dorthin gepflastert mit vielen Herausforderungen. Und die Realität intensiver als erwartet…

Heute bin ich Unternehmerin und unternehme. Von früh bis spät. Ich bin verantwortlich und entscheide.

Dabei geholfen hat mir die Veranstaltungsreihe «Ich mache mich selbständig!». Der Besuch hat sich unbedingt gelohnt, habe ich doch in vielerlei Hinsicht profitiert:

- Ich bin mit Themen konfrontiert worden, die es vor dem Schritt in die Selbständigkeit zu berücksichtigen gibt und die bei mir vorher nicht zuoberst auf der Traktandenliste standen.
- Ich habe mit anderen Jungunternehmenden Kontakte geknüpft, die noch heute bestehen und welche ich sehr schätze.
- Ich habe Business-Partner kennen gelernt, mit denen ich auch heute zusammenarbeite und von deren Fachwissen, Netzwerk und besonders auch Spezialangeboten für Jungunternehmer ich sehr profitieren konnte.

Professionelle Unterstützung – und ganz besonders beim Start – hat einen enormen Wert. Den darf man nicht unterschätzen. Daher kann ich den Kurs für Neuunternehmer nur wärmstens empfehlen. Auch wenn viele Themen nur gestreift werden konnten, war er eine gute Grundlage für den Einstieg in eine erfolgreiche Selbständigkeit. Und noch etwas: Diesen Kurs kann man nicht früh genug machen. Die Zeit läuft schnell und abzuklären oder zu organisieren gibt es viel, bevor der endgültige Startschuss fällt.

Heute bin ich glücklich, mich für den Schritt in die Selbständigkeit entschieden zu haben. Im **Vitalità**, meinem Gesundheitsstudio für Bewegung, Ernährung und Entspannung an der Herzogstrasse 12 in Aarau begleite und berate ich meine Kundschaft, die etwas für ihre Gesundheitsvorsorge tun will. Die Arbeit macht Spass. Das Konzept bewährt sich. Jetzt fängt es erst an! Vielleicht schauen Sie auch einmal vorbei? Ich würde mich freuen.

Bis zu 30 Prozent geringere Outputkosten

Die Verschwendung personeller und finanzieller Ressourcen für das Druck- und Dokumentenmanagement gehört zum Alltag in vielen Unternehmen. Mit KYOCERA Managed Document Services (MDS) hat KYOCERA jetzt ein umfangreiches neues Angebot an Professional Services für ein effizientes Dokumentenmanagement für den Mittelstand und Grossunternehmen entwickelt. Durch Standardisierung und Konsolidierung können mit Hilfe der individuell einsetzbaren MDS-Bausteine Budgetentlastungen zwischen 25 und 30 Prozent erreicht werden. KYOCERA MDS bietet als Komplettangebot ein umfassendes Outputmanagement, von der Analyse über die Optimierung bis hin zum kompletten Management.

Die kürzlich von dem Marktforschungsinstitut IDC herausgegebene Studie «Print Management & Document Solutions – Das unterschätzte Potenzial?» kommt zu dem Ergebnis, dass rund drei Viertel der Unternehmen keine Print-Management-Massnahmen durchführen und 84 Prozent keine Document Solutions nutzen. Die Ursache liegt vor allem darin begründet, dass diese Unternehmen die Kosteneinsparungspotenziale durch den Einsatz von Print Management und Document Solutions bisher nicht realisiert haben. Neben dem fehlenden Budget mangelt es an notwendigen Ressourcen, gleichzeitig gibt es keine Unterstützung von Seiten der Geschäftsleitung. Tatsächlich können durch eine sorgfältige Analyse und Optimierung dokumentenintensiver Prozesse bis max. 30 Prozent der Kosten reduziert werden. «Der Bedarf an Konzepten, mit denen sich die oft nicht erkennbaren Belastungen durch das tägliche Drucken und Kopieren ermitteln lassen, steigt zunehmend», erklärt Peter Arnet, Geschäftsführer der KYOCERA MITA Schweiz. «Mit KYOCERA MDS hat KYOCERA eine Gesamtlösung zur vollständigen Integration von Hardware, Software und Service entwickelt. Wir können damit Unternehmen jeder Grössenordnung ganz individuelle Konzepte zur Businessoptimierung aller Dokumentenprozesse anbieten.»

KYOCERA MDS: In drei Schritten zum Erfolg

Die dezentrale Beschaffung und Administration gehört zu den Hauptursachen für zu hohe Kosten im Outputbereich. Genau an dieser Stelle setzt KYOCERA MDS mit seinem dreistufigen Prozess an. Modular aufgebaut funktioniert es herstellerübergreifend. Entsprechende Lösungen können vom einfachen Verbrauchsmaterial- bis hin zum kompletten Flottenmanagement reichen. In der ersten Stufe bietet KYOCERA MDS verschiedene Möglichkeiten zur elektronischen Inventarisierung der Outputlandschaft an. Herstellerunabhängig erfasst MDS alle Zählerstände der Netzwerksysteme. Die Installation einer aufwendigen Software ist dabei nicht nötig. Die Ergebnisse der Analyse werden anschliessend unter den Kriterien Anzahl der Hersteller, Seitenvolumina und der Aufteilung zwischen Schwarzweiss- und Farbausdrucken zusammengefasst. In dieser Phase können bereits Optimierungen durch einfaches Austauschen von Output-Systemen realisiert werden.

Im nächsten Schritt ermöglicht KYOCERA MDS die Entwicklung eines individuellen Massnahmenpakets zur Output-Optimierung. Für kleinere Unternehmen mit überschaubarer Druckerflotte ist dabei in den meisten Fällen ein gezielter 1:1-Austausch durch eine modernisierte Gerätelandschaft die beste Lösung. Weitere Tools von KYOCERA MDS ermöglichen über den SOLL-Vorschlag hinaus durch die Auswertung von Raumplänen oder kompletter kaufmännischer Daten die Erschliessung von zusätzlichem Konsolidierungspotenzial. KYOCERA optimiert mit MDS aber nicht nur die Hardwarelandschaft, sondern gestaltet auch die Verarbeitung, Weiterleitung und Archivierung der Dokumente effektiver. Der auf diese Weise entstehende Massnahmenkatalog garantiert eine transparente Kostenkontrolle und -zuordnung, sorgt für Produktivitätssteigerungen durch einen schlanken Workflow, erhöht die Datensicherheit und erfüllt sämtliche gesetzlichen, umwelttechnischen und unternehmensinternen Vorschriften.

Abschliessender Baustein von KYOCERA MDS ist das Flottenmanagement. Mit KYOfleetmanager können alle Netzwerksysteme herstellerunabhängig per Ferndiagnose zentral verwaltet werden. Reparatur- und Service-Einsätze werden mit KYOfleetmanager genauso effektiv gesteuert wie das Auslesen von Zählerständen und die Bestellung von Verbrauchsmaterialien. KYOCERA MDS wird weltweit vertrieben.

Hintergrundinformationen

KYOCERA MITA Europe B.V., Niederlassung Schweiz.

Kyocera Mita ist eines der weltweit führenden Unternehmen im Bereich Dokumenten-Management. Die Produktpalette umfasst netzwerkfähige ECOLaser-Drucker, digitale Kopier- und Multifunktionssysteme sowie effiziente Lösungen im Output Management. Als global einziger Hersteller setzt Kyocera Mita mit der ECOSYS-Technologie langlebige Komponenten in allen Produkten ein und garantiert damit niedrigste Druckkosten und lange Wartungsintervalle.
Mit Sitz in Zürich-Altstetten steuert die Kyocera Mita ihre Schweizer Vertriebs-, Marketing- und Service-Aktivitäten.

Kyocera Mita ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der japanischen Kyocera Corporation. Der Konzern gehört zu den Fortune 500 und ist ein führender Hersteller von High-Tech-Keramik, elektronischen Komponenten, Solarzellen und Mobiltelefonen.

Christiane Thiévent

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Jede KMU-Rechnung wird SOFORT bezahlt!

***Walter Forthuber** wird von manchen Kommentatoren als das «Urgestein des KMU-FACTORING» bezeichnet und ist der Gründer und Geschäftsleiter eines bereits 1975 gegründeten liechtensteinischen Factoring-Unternehmens*

Wenn die korrekt ausgestellte Rechnung eines KMU den Kunden erreicht, so wird diese SOFORT gemäss Vertrags-Vereinbarung durch AVV-FACTORING® bezahlt. Gleichgültig, ob der Kunde später das eingeräumte Zahlungs-Ziel ausnutzt oder überschreitet.

Es geht doch immer wieder darum, dass ein KMU eine Kunden-Rechnung so sicher – und vor allem so rasch – wie möglich bezahlt erhält. Das ist eben sehr oft nicht der Fall, weil Kunden (verständlicherweise) das eingeräumte Zahlungs-Ziel ausnutzen oder sehr oft sogar – aus welchen Gründen auch immer – überschreiten.

Dieses Kunden-Verhalten bringt das KMU in Liquiditäts-Engpässe und es ist genötigt, einen Kredit aufzunehmen. Wie viel ein solcher Kredit kostet, steht nicht im Vordergrund. Im Vordergrund steht vielmehr die Tatsache, **ob** und **wann** und **unter welchen Umständen** das KMU überhaupt **von welcher Bank** einen Kredit erhält.

AVV-FACTORING® ist ein seit 1975 in Liechtenstein konzessioniertes Factoring-Unternehmen und befasst sich ausschliesslich mit dem Erbringen von Finanz-Dienstleistungen für KMU. Im Laufe der jahrzehntelangen Geschäfts-Tätigkeit konnten viele Erfahrungen gesammelt werden, die laufend an **k**leine und **m**ittlere **U**nternehmen zu deren wirtschaftlichen Nutzen weitergegeben werden. So werden von AVV-FACTORING® ausser den beratenden Aussprachen auch Zukunfts-Berechnungen nach den Enwicklungs-Vorgaben des KMU erstellt. Jedes Unternehmen kann daraus einerseits die neu entstehenden Factoring-Kosten, aber – ganz wesentlich – auch den Nutzen für die nächsten drei Jahre ersehen: **Insbesondere ergibt sich dabei meist eine Gewinn-Maximierung und rasche Eigenkapital-Bildung.** Beides sind die wichtigsten Voraussetzungen für ein existenziell sicheres Zukunfts-Wachstum und die Bestands-Sicherung jedes Unternehmens.

Natürlich sind bei AVV-FACTORING® seit der Gründung im Jahr 1975 all diese Voraus-Dienstleistungen kostenlos. Dies rechnet sich für AVV-FACTORING® deshalb, weil in den meisten Fälle partnerschaftliche Factoring-Verträge abgeschlossen werden, die zwar eine minimale Kündigungsfrist von nur 30 Tagen haben, aber meist aufgrund des gebildeten gegenseitigen Vertrauens langjährig bestehen.

Bei Finanzierungs-Interesse wenden Sie sich bitte direkt an die Kunden-Beratung der AVV-FACTORING AKTIENGESELLSCHAFT unter
Telefon +423 265 10 00
Fax +423 265 10 10 oder
Internet www.avv.li und
www.kmu-factoring.com *Walter Forthuber*

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Anzeigen

Liquidität für immer

..... ist zuverlässig durch eine Finanzierung des Umsatzes erreichbar!

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

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

International registrierte Voraus-Finanzierungen:

AVV-Handwerker-FACTORING®
AVV-Dienstleister-FACTORING®
AVV-Trading-FACTORING®
AVV-Logistik-FACTORING®
AVV-Zeitarbeit-FACTORING®
AVV-Leasing-FACTORING®
AVV-Franchise-FACTORING®
AVV-Praxis-FACTORING® für ALLE Ärzte, Naturärzte und Therapeuten

Zahlungsausfälle: So können Sie vorbeugen

Monika Baumann

Gemäss den Angaben der Gläubigervereinigung Creditreform ist die Zahl der Konkurse infolge Überschuldung markant angestiegen, und zwar um 14,5 Prozent auf 4'658. Mit Ausnahmen der Jahre 2004 und 2005 hat es in der Schweiz nie so viele echte Insolvenzen gegeben wie im vergangenen Jahr. Die Schweizer Unternehmen haben neben Finanzkrise und steigendem Wettbewerbsdruck zunehmend mit Zahlungsausfällen zu kämpfen. Hinzu kommt die stetig schlechtere Zahlungsmoral, die unabhängig von der Wirtschaftslage ist. Das führt sehr bald zu Liquiditätsengpässen und wird für Unternehmen ohne genügende Reserven und Kredite schnell zur Bedrohung.

Der Fokus liegt bei Agieren!

Beschaffen Sie sich Informationen über Ihre Geschäftspartner und Kunden. Kontrollieren Sie die Adressen auf www.local.ch oder anderen offiziellen Publikationen. Bei c/o oder Briefkastenfirmen sollten Sie vorsichtig sein, ebenso wenn überhaupt kein Eintrag besteht. Firmen lassen sich üblicherweise eintragen. Rufen Sie an und prüfen Sie, ob und wie der Anruf entgegengenommen wird. Besteht eine Internetseite? Sind die Einträge aktuell? Wie wirkt der allgemeine Auftritt? Gibt es einen Handelsregistereintrag? Selbst nach diesen Abklärungen haben Sie noch immer keine Garantie, dass der Kunde tatsächlich zahlungsfähig oder zahlungswillig ist. Sie erhalten aber zumindest einen Eindruck. Dies ist wichtig, da Sie ja langfristig mit Ihren Geschäftspartnern und Kunden zusammenarbeiten möchten.

Bei jeder neuen Geschäftsbeziehung, insbesondere bei grösserem Auftragsvolumen, sollte immer eine Bonitätsprüfung gemacht werden!

Sie möchten mehr erfahren weil Ihnen Ihr Kunde wichtig ist, und weil Sie per Rechnung liefern bzw. leisten wollen, ohne dabei ein grosses Risiko einzugehen. Eine Bonitätsprüfung lohnt sich immer! Sehr nützlich sind Informationen aus den Datenbanken von professionellen Bonitätsprüfungsunternehmen. Über diverse Onlinereports erhalten Sie wichtige Zusatzinformationen über Personen und/-oder Firmen. Dies sind im Wesentlichen: Adresse, Mobilität, Firmenbeziehungen, Firmenkontakte, Beziehungen zu Personen und anderen Firmen, und ganz wichtig, die bereits registrierten Betreibungen, Konkursverfahren, Liquidationen und allgemeine Zahlungserfahrungen. Auch wenn das beste Bonitätsprüfungssystem keine abschliessende Sicherheit für Zahlungseingänge geben kann, erhalten Sie zumindest wichtige Auskünfte und allgemeine Erfahrungswerte.

Schon bei der Auftragsabwicklung kann vorgebeugt werden!

Legen Sie die Geschäftsbedingungen bereits bei der Auftragsabwicklung fest. Unterschriebene Dokumente wie Auftragsbestätigungen, Verträge oder Arbeitsrapporte vereinfachen das Durchsetzen der Forderungen wesentlich. Ein konsequentes Mahnwesen gehört zum regulären Ablauf einer Geschäftsbeziehung und stösst auf allgemeine Akzeptanz. Analysieren Sie Ihre Ausstände regelmässig! Indizien wie zunehmend schleppendes Zahlungsverhalten, unbegründete Mängelrügen und Ausbleiben von versprochenen Zahlungen sind ernst zu nehmen. Die Kommunikation kann die Zahlungsmoral durchaus positiv beeinflussen. Suchen Sie das Gespräch und finden Sie heraus, weshalb der Kunde nicht bezahlt. Stellen Sie fest ob seine Einwände begründet sind oder ob es sich um Ausreden oder Vorwände handelt, um die Zahlung hinauszuzögern. Signalisieren Sie, dass Sie es ernst meinen und drohen Sie wenn nötig die Betreibung an.

Instrumente wie Bonitätsprüfungen gehören zum Risikomanagement eines Unternehmens!

Wir richten den Fokus auf das frühzeitige Vorbeugen zur Vermeidung von Zahlungsausfällen, weil es wesentlich effizienter ist als das Eintreiben von Forderungen auf dem Rechtsweg. Forderungen lassen sich eintreiben. Aber dieser Weg kann lange dauern und ist mit viel Aufwand verbunden.

Machen Sie unsere Erfahrungen zu Ihrem Vorteil!

Wir erarbeiten individuelle, auf Ihr Unternehmen zugeschnittene Konzepte von der Auftragsentgegennahme bis zum betreibungsrechtlichen Inkasso. Die Erarbeitung, Einführung und Umsetzung eines solchen Konzeptes ist zwar anfänglich mit Aufwand verbunden, hat aber eine grosse, nachhaltige Wirkung.

Monika Baumann
monere treuhand gmbh
Fachfrau in Finanz- und Rechnungswesen mit eidg. Fachausweis
Immobilienbewirtschafterin mit eidg. Fachausweis
Tel. 044 540 00 41, Fax 044 540 00 42
Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Anzeigen

Wir lassen die Zahlen sprechen!

Das wichtigste Ziel des Rechnungswesens ist die Dokumentation der finanziellen und wirtschaftlichen Lage des gesamten Unternehmens.

Wir betreiben ganzheitliches Inkasso!

Den Fokus im Inkasso legen wir klar auf die vorbeugenden Massnahmen, denn nur wer agiert kann die Risiken frühzeitig erkennen.

Wir bewirtschaften Liegenschaften nach dem Grundsatz der Nachhaltigkeit!

Die Bewirtschaftungsphase ist der längste Lebenszyklus einer Liegenschaft. Dabei stehen der Werterhalt und die Zukunftssicherung an erster Stelle.

m

monere treuhand gmbh

treuhand · inkasso
immobilienbewirtschaftung

monere treuhand gmbh
Im Tobelacher 1 · 5406 Baden-Rütihof

Büro:
Josef Staub-Strasse 1 · 8953 Dietikon
Tel. 044 540 00 41 · Fax 044 540 00 42

info@monere .ch
www.monere.ch

Buchhaltungs- und Treuhanddienstleistungen nach Mass

Urs Burch

KMU sind im Grossen und Ganzen fit in der Buchhaltung. Nur für etwa ein Achtel der Aufgaben wird die Unterstützung eines Treuhänders nötig. Doppelspurigkeiten führen für die Unternehmen zu überhöhten Kosten. Das Gegenmittel ist eine Kombination aus einem software-basierten System und individueller Ergänzung bezüglich fehlenden Ressourcen wie auch Knowhow. Von allem so viel wie nötig, und so wenig wie möglich, denn auch in der Buchhaltung geht es um Kostenoptimierung.

Aufgaben in der Buchhaltung wiederholen sich. Unternehmen haben dafür Ressourcen und optimierte Prozesse. Buchhaltung ist Routine, wäre da nicht die Mehrwertsteuerrechnung, der Jahresabschluss und einige wenige knifflige Ausnahmefälle. KMUs berufen sich für Aufgaben ausserhalb der Routine auf die Unterstützung durch Treuhänder. Durchschnittlich benötigt ein Betrieb für 15 Prozent der buchhalterischen Aufgaben fachliche Unterstützung.

Schluss mit doppelt gemoppelt

Der verflixte Jahresabschluss gehört zu den üblichen Aufgaben, die an einen Treuhänder ausgelagert werden. Für dieses Papier bezahlt ein KMU zwischen 3'000 und 10'000 Franken. Die gleichen Leistungen sind heute bereits für einen Drittel der Kosten zu haben, dank modernen Systemen. Diese Systeme bieten vorprogrammierte auf den Kunden zugeschnittene Prozessautomationen, wie beispielweise eine definierte Buchungslogik. Diese sogenannten Systemparametrisierungen machen es den Anwendern einfach. Mit wenigen Prozessschritten können beispielsweise Kreditorenrechnungen bezahlt und im gleichen Zug in der Buchhaltung erfasst werden. Fachkenntnisse sind dazu nicht erforderlich. Die Bedienung des Systems ist anwenderfreundlich und die Abläufe sind weitgehend selbsterklärend. Des Weiteren dienen solche Systeme dem Management als Führungsinstrument, da auf gleich einfache Weise interne Kontrollberichte erstellt werden können.

Proffix ist ein System, das die oben beschriebenen Funktionen anbietet. Standard-Tools (beispielsweise von Microsoft) machen den externen Zugriff auf Proffix möglich. Das ist der zentrale Punkt für Zeit- und Kostenersparnisse. Hier setzt Abitop an. Aufgaben wie die Erstellung von einem Jahresabschluss werden dank dem Zugriff auf die Proffix-Datenbank, wo meist mehr als 85 Prozent der Belege bereits erfasst sind, mit wenig Aufwand erledigt. Doppelspurigkeiten durch ein zweites Erfassen der Belege durch den Treuhänder werden eliminiert. Abitop bietet zusätzliche punktuelle Unterstützung an, in Form zeitnaher Beratung – vergleichbar mit einer Hotline – für treuhändische und systemtechnische Fragen. Die Dienstleistungen reichen von der Telefonberatung bis zu Gesamtlösungen mit Systemintegration und Treuhandfunktion.

Ressourcen und Knowhow optimal eingesetzt

KMU profitieren in der Zusammenarbeit mit Abitop von Ad-hoc-Unterstützung eines Treuhandprofis etwa als Beratermandat für eine spezifische Aufgabenstellung. Eine markante Steigerung des Mehrwertes für das Unternehmen ergibt sich durch das Outsourcen von speziellen Aufgaben bei gleichzeitiger Nutzung von Proffix. Dieser Service lässt sich bis zur Auslagerung ganzer Prozesse ausweiten. So kann von der Rechnungsstellung über das Mahnwesen bis zum Inkasso die gesamte Administration Abitop anvertraut werden. Möchte sich ein Unternehmen ausschliesslich auf seine Kernkompetenzen konzentrieren, kann die gesamte Buchhaltung ausgelagert werden – ohne dabei die Datenhoheit abzutreten. Abitop beweist sich im Dienste des Kunden flexibel im Leistungsumfang und in der Terminierung.

Was für manches Unternehmen als punktuelle Unterstützung begann, führte zu einer langfristigen Zusammenarbeit. Mit dem Bewusstsein bei den KMU, durch Abitop Personalressourcen variabel zu halten, beginnt eine neue Ära der Kooperation. Je nach Situation ist es möglich, dass zusätzliche Aufgaben out- oder in-gesourct werden. Verschmilzt das KMU mit Abitop zu einem Team, das mittels Proffix auf dem gleichen System Hand in Hand arbeitet, so ist der Nutzen maximal. Der beste Beweis dafür sind tiefe Kosten zur Bewältigung der gesamten Buchhaltung wie auch eine hohe Effizienz unter Einhaltung der buchhalterischen und gesetzlichen Anforderungen.

Urs Burch

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Anzeigen

Steuern – bezahlen Sie zuviel?

Peter Glur

Bald jedes Jahr gibt es neue Vorschriften und komplexe Änderungen im Steuergesetz. Kein Wunder fragt sich manch ein Geschäftsführer im Stillen, ob er wirklich alle gesetzlichen Abzugsmöglichkeiten ausgeschöpft hat.

Peter Glur, Geschäftsführer ADVANTAS Treuhand GmbH, Meierskappel: «Leider muss ich bei Neukunden oft feststellen, dass in den Steuererklärungen der Vorjahre nicht alle Abzüge geltend gemacht wurden. Zudem ist meiner Meinung nach noch zu vielen Geschäftsführern nicht klar, welche neuen Sparpotenziale sich durch die Änderungen für die Steuerjahre 2010 und 2011 ergeben.»

Ein rotes Tuch

Für viele Geschäftsführer sind Buchhaltung, Belege und Zahlen einerseits, Behörden und Steuern andererseits ein rotes Tuch. Durch den Wunsch, damit ja nichts zu tun zu haben, übersehen jedoch viele leider auch ihre Vorteile. Peter Glur: «Hier setzt die Aufgabe des guten Treuhänders ein. Er erläutert dem Kunden die grösseren Zusammenhänge in einer verständlichen Sprache, damit dieser weiss, worauf er besonders achten muss, welche Belege unerlässlich sind und bei welchen Fehlern die Behörden besonders empfindlich reagieren. Zudem setzt er sich bei den entsprechenden Ämtern mit allen Mitteln ein, um sämtliche Abzüge vollumfänglich geltend zu machen. Für die Steuerjahre 2010 und 2011 haben sich neue Abzugsmöglichkeiten unter anderem in den Bereichen Immobilien, Vermögensverwaltung, Familie, Versicherungsprämien und Parteispenden eröffnet.»

Revisionshammer

Dem Steuernsparen direkt gegenüber liegt der Revisionshammer: Der Steuerprüfer kommt ins Haus und einige Wochen später flattern Nachzahlungsforderungen auf den Tisch. Kann man sich hier je sicher sein, dass bei einem alles in Ordnung ist? Peter Glur: «Ja, man kann. Doch auch hier ist die persönliche Beratung im Vorfeld besonders wichtig. Fehler, die üblicherweise im Zuge einer Revision entdeckt worden sind, hätten durch eine korrekte Formulierung oder durch das sorgfältige Ablegen der richtigen Belege meistens vermieden werden können.

Behörden, Ämter und Sozialversicherungen

Der durchschnittliche Geschäftsführer eines KMU arbeitet für sein Geld. Deshalb muss der grösste Anteil seiner Präsenzzeit produktiv sein. Der Umgang mit Behörden ist für ihn oft auch emotional sehr anspruchsvoll. Peter Glur: «Die Aufgabe eines Treuhänders besteht daraus, seinem Kunden die Kontakte zu Behörden, Ämtern, Sozialversicherungen usw. weitgehend abzunehmen und seine Interessen professionell zu vertreten.»

Das Treuhandunternehmen für KMU

Peter Glur: «Unsere Kunden sind Unternehmen aus der Deutschschweiz von 1 bis 20 Mitarbeitern, die den Wert guter Treuhandarbeit erkennen können. Keiner unserer Kunden ist eine Nummer. Jeder wird persönlich von uns betreut. Wir nehmen uns für jedes Mandat die erforderliche Zeit, damit sich unser Kunde beruhigt seiner Arbeit widmen kann und vor unangenehmen Überraschungen verschont bleibt.» *Peter Glur*

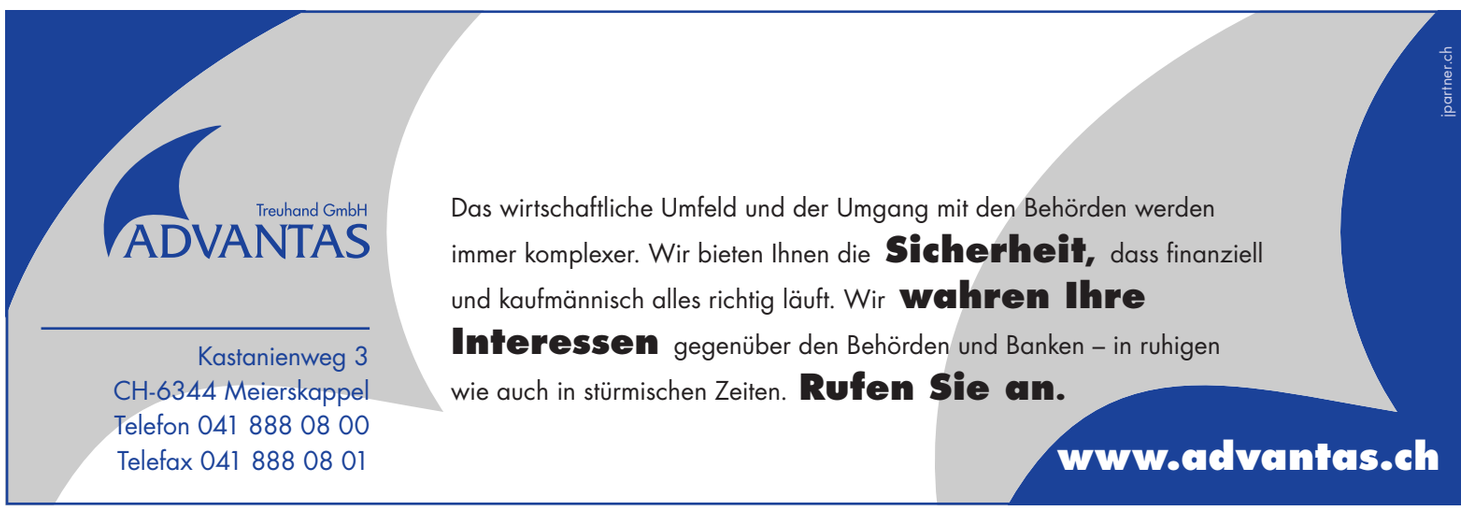
Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Die ADVANTAS Treuhand GmbH hält das finanzielle und kaufmännische Steuerruder Ihres Unternehmens bei ruhigem oder stürmischem Wasser sicher in der Hand. Dabei betrachten sich die Mitarbeiter des Unternehmens als Teil Ihrer Mannschaft, die konsequent den vorgegebenen Kurs verfolgt, wie auf jenem Segelschiff, welches durch das Logo des Unternehmens symbolisiert wird.

Start-up

Einige Hindernisse in der Startphase können leichter überwunden werden, wenn man von Beginn an richtig beraten wird. Deshalb bieten wir für Start-ups Vorzugskonditionen an. Kontaktieren Sie uns am besten schon vor der Gründung Ihres Unternehmens.

Anzeigen



Kulinarische Erlebnisse in den Berggasthäusern auf Schönbüel

Die Panoramawelt Lungern-Schönbüel ist im Herzen der Schweiz gelegen und sehr gut per Bahn & Auto erreichbar. Besuchen Sie uns auf Schönbüel in den Berggasthäusern «zum singenden Kuhstall» und in der «Backstube» und lassen Sie Ihren Gaumen von unseren Spezialitäten verwöhnen! Nach einem grosszügigen Mahl, gönnen Sie sich noch unser Alpenkaffee (Kaffee-Schnaps), in den speziell von uns entworfenen «Chacheli». Informieren Sie sich auch über unsere kulinarischen Hightlights wie den Pfändli-Plausch, das Fondue, das Raclette und den Hüttenzauber! Immer beliebter ist der Outdoor-Whirlpool auf der Sonnenterrasse. Wir servieren Ihnen ein Cüpli und lassen Sie die Aussicht auf die traumhafte Bergwelt geniessen.

Der Wildwest Red Grizzli Saloon auf Schönbüel und die Adlerhorst-Bar auf Turren sind beliebte Treffpunkte für Jung und Alt…

Ob alleine oder in der Gruppe, wir haben Platz…

Die beiden Berggasthäuser «zum singenden Kuhstall» und «zur Backstube» mit über 100 Betten befinden sich auch mitten im Skigebiet auf 2011 m.ü.M. Ab CHF 65.00 haben Sie bereits für Abendessen, Übernachtung und Frühstück gesorgt und für CHF 145.00 ist sogar der 2-Tagesskipass mit dabei…

Für Selbstkocher – Ferienwohnung «Adlerburg» und Lagerhaus «Lagerhütte»

In der Mittelstation Turren befinden sich unsere Ferienwohnung (bis 14 Personen) und unser Lagerhaus (bis 56 Personen).
Die Unterkünfte sind ideal geeignet für Familienfeste, Wander- und Skiurlaub, Geburtstage, Pfadilager, Schulen u.s.w.

NTC Ski- & Geräteverleih – mal etwas anderes…

Trendsportgeräte

Nicht nur noch Ski- oder Snowboardfahren… auf Schönbüel wird auch mal mit den verschiedensten Trendsportgeräten die Piste hinunter geflitzt. Probieren auch Sie eines dieser neusten Sportgeräte aus und besuchen Sie unser NTC Ski- und Geräteverleih auf Turren.
Schneevelo • Fassduggeli • Carving • Skifox • Snowblades • Snow-Flash • Schneeschuhe • Snowscoot • Snowskate • Snowboard

Schneeschuhtrekking – auf Yetis Spuren

Fein und leise dem Schnee den Stempel aufdrücken – 100% natürlich unterwegs sein. Die Symbiose von Stille und Natur geniessen. Eins sein mit der Natur. Eine Rundtour von 2.5h bis 3h führt ab Schönbüel via Üsseri-Alp zum Steinmandli und zurück. Es gibt, so behaupten unsere Gäste immer wieder, eigentlich (fast) nichts, dass schöner sei, als der sanfte Gang durch Neuschnee. In der Panoramawelt führen wir auch geführte Schneeschuh-Touren durch.

1. Swiss Rodelcenter – diverse Modelle stehen zur Verfügung!

Rodeln

Freudenschreie und Fahrtwind, der Haut, Haar und Ohren ins Flattern bringt. Schlittelspass pur auf Schönbüel. Über vier Kilometer misst die Strecke und führt zwischen sanft und rasant von Schönbüel (2011 m.ü.M.) hinunter nach Turren (1562 m.ü.M.). Im 1. Swiss Rodelcenter auf Turren stehen die Rodel schon bereit für Sie!
Sportrodel • Profi-Rennrodel • Original Davoser Schlitten • Hörner Schlitten • Lenkrodel • Klapp-Rodel • Kinderrodel • verschiedenes Zubehör für Schlitten und Rodel

Schauen Sie auch auf unserer Homepage vorbei! Da finden Sie mehr Informationen und Angebote der Panoramawelt Lungern-Schönbüel. Für weitere Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Telefon 041 678 14 85

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Anzeigen

WEIN AUS ZYPERN

NATUREREIGNISSE AUF BESTELLUNG

NUR BEI WWW.PAPHOSWEINE.CH

PAPHOS-WEINE GMBH, STETTBRUNNENWEG 55, CH-4132 MUTTENZ
TEL.: +41 61 461 71 63, INFO@PAPHOSWEINE.CH

PAPHOS-WEINE

SEEHOTEL AM KAISERSTRAND**** ÖSTERREICH

Direkt am Bodensee in einer traumhaften Location, liegt das im Juni 2010 neu eröffnete Hotel. Urlauben wo einst Kaiser Karl die Sommerfrische genoss. Dezente Farben, hochwertige Materialien und viel Licht. So ehrwürdig die Geschichte des Hauses ist, so modern und zeitlos ist sein neues Gesicht. Jedes Zimmer und jede Suite im Seehotel Am Kaiserstrand ist wie eine Hommage an den Bodensee: Frisch, klar und voller Möglichkeiten.

Nach mehrjähriger Revitalisierung ist aus der ehemaligen Kaserne und dem Areal «Am Kaiserstrand» ein Vorzeigeprojekt für Naherholung und Tourismus geworden. Exakt zum 100-jährigen Jubiläum erstrahlte das traditionsreiche Haus wieder in neuem Glanz.

- 102 Zimmer & Suiten
- Restaurant «Wellenstein»
- Gourmetrestaurant «Kaiserin Zita»
- Bankettraum «Kaiser Karl»
- Barista Bar & Lobby
- Kaminbar & Bibliothek
- Raucher Lounge
- Spa & Wellnessbereich
- Seminar- & Tagungsräumlichkeiten

und dem einmaligen Badehaus im Bodensee, bietet das Seehotel Am Kaiserstrand alle Vorzüge eines modernen Geschäfts- und Urlaubhotels.

Schlemmen & geniessen
Zum Dinner zieht es Hotelgäste und Einheimische ins Restaurant «Wellenstein», wo Chefkoch Paul Ivic seine Gäste zum Businesslunch und Abendessen mit täglich wechselnden Gerichten aus der traditionellen österreichischen Küche und saisonalen Schmankerl verwöhnt. Bereits nach 5 Monaten wurde die Küche von Gault Millau mit einer Haube ausgezeichnet. Jeden Sonntag lädt das Restaurant zum Sonntagsbrunch und jeden Sonntag-Abend zum Candlelight Dinner mit musikalischer Untermalung. An Feiertagen und zu besonderen Anlässen lockt es Feinschmecker mit ganz speziellen Menüs in das helle und gemütlich in mediterranen Farben gehaltene Restaurant. Gemütliche Stunden sind auch in der Barista & Kaminbar garantiert.

Tradition und Moderne in perfekter Symbiose
Als Vorzeigeobjekt der Vorarlberger Holzbaukunst gilt das Badehaus. Während im Sommer Sonnenanbeter auf dem Flachdach auf Ihre Kosten kommen, geraten Besucher im Winter beim k.u.k Kuchenbuffet ins Schwärmen.

Entspannen & verwöhnen lassen
Gerade in der heutigen Zeit voller Stress und Hektik suchen immer mehr Menschen Orte der Ruhe, für Entspannung und Erholung. In der über 900m² grossen Wellnessoase können Gäste nicht nur während der kalten Jahreszeit eine «Auszeit geniessen».

Finnische Sauna, Bodenseesauna mit direktem Seeblick, Dampfbad und Infrarotkabine verbreiten im Körper rasch wohlige Wärme, oder tauchen Sie ein in den beheizten Innen-Pool. Die zahlreichen Ruhemöglichkeiten bieten Platz zum Entspannen, oder lassen Sie sich verwöhnen von 6 ausgebildeten Therapeuten, die Ihnen täglich für Massage und Beautyanwendungen zur Verfügung stehen.

Arbeiten & Lernen
In den modernen, lichtdurchfluteten Seminar- und Gruppenräumen mit zuvorkommendem Service und einem abgestimmten, kulinarischen Rahmenprogramm macht schon die Arbeit zum Vergnügen. Zwei kombinierbare Tagungsräume und vier Break-out Räume bieten Platz für Gedankenaustausch, Diskussionen und neue Strategien. Mit modernster Technik ausgestattet bietet das Seehotel Am Kaiserstrand die perfekte Umrahmung für ein Meeting Am See.

Unser Angebot:

- 1 Übernachtung im komfortablen Doppelzimmer (zur Einzelnutzung)
- Reichhaltiges Vital-Frühstücksbuffet
- Nutzung des Spa & Wellness mit beheiztem Innen-Pool, Saunalandschaft und Cardio-Raum
- Raummiete für den ganzen Tag inkl. Standardtechnik
- 2 alkoholfreie Getränke während der Tagung im Konferenzraum
- Kaffeepause am Vormittag inkl. Kaffee, Tee, Gebäck und Obst
- Businesslunch lt. Küchenchef inkl. einem alkoholfreien Getränk
- Kaffeepause am Nachmittag inkl. Kaffee, Tee und Kuchenauswahl

ab Euro **173,00** pro Person

Lernen Sie uns kennen.
Ein Prospekt mit allen Leistungen des Seehotel Am Kaiserstrand, Menü Varianten für Ihre Veranstaltung, Tagungspauschalen für Ihr nächstes Seminar,… kann direkt angefordert werden.

Kontakt:
Seehotel Am Kaiserstrand
Vorarlberg/Österreich
T. 0043 (0)5574 58 111
info@seehotel-kaiserstrand.at

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

PARADIES HOTEL ROTSCHUO

Direkt am See mit Sicht in die Berge die richtige Umgebung für Seminare

Hier verbinden sich Arbeit und Vergnügen

- 13 Konferenzräume mit Tageslicht und technischer Infrastruktur
- 61 komfortable Hotelzimmer, alle zur See- und Sonnenseite gelegen
- 2 Restaurant mit Terrasse und Hotelbar
- Weitläufige Gartenanlage mit 250‘000 m²
- Private Liegewiese am See und Hallenbad
- Vielseitige Rahmenprogramme im Herzen der Schweiz

Ihr Gastgeber am Vierwaldstättersee

Paradies Hotel Rotschuo
Seestrasse 159, 6442 Gersau

Telefon +41 41 828 22 66
Fax +41 41 828 22 70
E-Mail rotschuo@bluewin.ch
www.rotschuo.ch

Seminarpauschalen ab CHF 85.-- pro Person

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

Finden Sie auf www.sparcard.ch heraus, wo Sie sparen können.

A. Frei Clean-System GmbH	Reinigungen, Reinigungsmaschinen
abalon telecom it ag	Telekommunikation
ABZ Suisse GmbH	Lehrgänge, Haus-Gebäudetechnik
Academics 4 Business	Karriereplanung
Ackle Computer Technology	It-Software / Technologie
Advokatur & Rechtsberatung Trias AG	Rechtsberatung
Alpamare Bad Seedamm AG	Wasserpark
AMLine Office Concept AG	Büroeinrichtungen
APO NetCom AG	Telekommunikation
APU KUNTUR ALPACA	Grosshandel, Strickwaren
Atlantic Suisse AG	Sanitär, Heizungen, Lüftungen
Audia & Canali	Audio, Beleuchtungen
B. Peter Gebäudesystemtechnik	Gebäudesysteme- und AV-Technik
Berufsbildungszentrum Dietikon	Bildung
Bitlis Music + Game Shop AG	Music & Games
Brunner Gravuren AG	Gravuren
Bruno Murer Weinspezialitäten	Weine
Business Limousine AG	Limousinenvermietung
BW Mode GmbH	Masskleidung
CKP-Excellence GmbH	Finanzierung
Classei.ch	Büroorganisation
Comfortfloor	Bodenwärme
Creavida Priska Flury	Events im Spielbereich
CWS boco Suisse SA	Dienstleister
DekoPoint	Werbematerial
deltra Software GmbH	It-Software
DEON	Kaffeemaschinen
Desinova	Webdesign, CMS
Digicomp Academy AG	IT-Schulungen, Weiterbildung
dikay 51-swiss	Masshemden
dir-net gmbh	Internet-Security
Don Tabaco GmbH	Cigarren, humidor
DPG Systems-Engineering GmbH	Engineering
Druckerei Ennetsee AG	Druckerei
Educationpool AG	IT-Schulungen
eicom GmbH	Softwarehersteller
EMA Graphics	Grafik, Design, Druck
Energie Treff & Wellness Shop	Gesichtspflege, Massagen
Euro-Lotto Tipp AG	Euromillions, Tippgemeinschaft
Europokal	Pokale, Gravuren
EXECUTIVE Office GmbH	Telefon-Auftragsdienste
Extra Film AG	Fotoprodukte
fam office gmbh	Buchhaltung, Steuern, Marketing
Fanti Soft Heiz	Softwareinstallationen
Fengshui Coaching	FengShui, Farb-Raumberatung
Finca Son Boyvas	Reisen
gamper media	Internetauftritte, Schulungen
Golfodrome AG	Golf-Indoor-Academy
Hächler Martin Services + Beratung	IT-Beratung / Buchhaltung
Hemd-nach-mass.com	Masshemden
Henke GmbH	Brandschutz
Hochsee Team AG	Segelferien

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

Werden Sie Mehrwertpartnerfirma

Im Rahmen eines ganzheitlichen Werbeansatzes nutzen Sie alle uns verfügbaren Medien. Mit über 500'000 Nennungen pro Jahr setzen wir Ihre Unternehmung als Mehrwertpartnerfirma crossmedial, interaktiv und eingebettet in laufenden Werbekampagnen ins Rampenlicht.
Als Gegenleistung gewähren Sie allen BesitzerInnen einer SparCard mit Ihren Produkten und/oder Dienstleistungen einen Direktvorteil.
Informieren Sie sich auf www.kmuverband.ch oder kontaktieren Sie uns

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

Sucht am Arbeitsplatz Früherkennung ist Chefsache

In jedem Schweizer Betrieb sind durchschnittlich 5 bis 10 Prozent Personen süchtig oder suchtgefährdet. Mitarbeitende mit Suchtproblemen stellen für Vorgesetzte eine nicht einfach zu bewältigende Herausforderung dar. Die Suchtprävention Aargau bietet mit «Sucht und Arbeit» Kurse für Personalverantwortliche an.

In der Regel ist es nicht auf Anhieb die dicke Alkoholfahne oder der torkelnde Gang, der verrät, dass ein Mitarbeiter ein Suchtproblem hat. Meist stellen sich die Veränderungen schleichend ein, entwickeln sich über Jahre hinweg. Und je früher ein Suchtproblem erkannt wird, desto grösser ist die Chance, dass man es lösen kann. Auch wenn sich die verschiedenen Formen der Sucht in ihrer Wirkung stark unterscheiden – in jedem Fall verändert eine Sucht das Verhalten eines Menschen.

Die Früherkennung als Teil der Prävention ist eine wichtige Führungsaufgabe. Ein langandauernder unkontrollierter Suchtmittelkonsum führt früher oder später zu gesundheitlichen und sozialen Problemen, die sich nicht nur auf das Privatleben auswirken, sondern auch am Arbeitsplatz Folgen zeigen. Der durchschnittliche Leistungsausfall einer abhängigen Person beläuft sich auf 25 Prozent.

Vorgesetzte, die bei einem Mitarbeiter ein Suchtproblem vermuten, sind oft verunsichert und auch überfordert. Sollen sie das Thema zur Sprache bringen oder würden sie damit zu stark in die Privatsphäre des Mitarbeiters eindringen? Wie und wann unternimmt man den ersten Schritt? Wie soll das Gespräch verlaufen, was darf man fordern, was kann man anbieten? Darf man sich einmischen?

Ja, man soll und darf! Vorgesetzte müssen in einem solchen Fall aktiv werden. Die Suchtprävention Aargau bietet ein spezielles Seminar für Personalverantwortliche an. Dort erfahren Vorgesetzte, wie sie die Anzeichen für Suchtentwicklungen früh erkennen und wirksam darauf reagieren können. Das Seminar «Sucht und Arbeit» bietet die Gelegenheit, nötiges Hintergrundwissen zu erwerben. Ausserdem wird ein praxisnahes Handlungsmodell vorgestellt, das auf die jeweiligen Betriebe angepasst werden kann. Gespräche mit suchtgefährdeten oder suchtkranken Mitarbeitenden sind anspruchsvoll. In der Regel versuchen Suchtkranke, mit Ausreden, Lügen und Versprechungen, bisweilen auch mit aggressivem Verhalten, ihre Abhängigkeit zu vertuschen. Darum müssen Vorgesetzte sehr gut vorbereitet und mit klaren Zielsetzungen ein Gespräch angehen. Es geht darum, die geeignete Mischung aus Verständnis, Unterstützung und Abgrenzung zu finden und klare Vereinbarungen zu treffen.

Das nächste Seminar zum Thema «Sucht und Arbeit» für Personalverantwortliche findet am 05. Mai 2011 statt.
Weitere Informationen zu unseren Angeboten finden Sie auf
www.suchtpraevention-aargau.ch.

Marlies Alder und Mark Bachofen
Tel. 062 832 40 90
Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Suchtprävention geschieht im Alltag Sie können Einfluss nehmen

suchtprävention aargau

Familie, Arbeit, Schule, Gemeinde, Freizeit… in allen Lebensbereichen tragen die Ideen, Grundsätze und Methoden der Suchtprävention zur Lebensqualität bei.

Wir beraten und begleiten Sie in Ihren Projekten und laden Sie gerne zu unseren Veranstaltungen, Seminaren, Kursen und Workshops ein.

In unserer Mediothek finden Sie vor Ort oder im Onlinekatalog Bücher, Lehrmittel, Filme und Themenkoffer rund um Sucht und Gesundheitsförderung.

Die Suchtberatungsstellen im Aargau finden Sie über www.suchthilfe-ags.ch. Für Jugendliche empfehlen wir die Website www.rauschzeit.ch.

Auf unserer Website www.suchtpraevention-aargau.ch finden Sie Detailinformationen zu den aktuellen Angeboten, Kontaktangaben sowie unsere Öffnungszeiten.

Anzeigen

Ganzheitliche Lebensberatung und Gesundheitsförderung

Cosmoline Muggli

• Astrologie > Schulung und Beratung nach API
> Jetzt auch Privatstunden
• Karten legen
• Bachblütenberatung
• Fussreflexzonenmassage
• Reiki
• Körper- und Gesundheitspflegeprodukte
• Persönliche und/oder telefonische Beratung

Anfragen und Terminvereinbarung unter:
Telefon 044 341 10 46
Hi.muggli@bluewin.ch

www.astro-cosmoline.ch

Die Wirtschaft gesundet – und wie steht es mit der arbeitenden Bevölkerung?

Dr. Cornelia Nussle

Mit Freude und Genugtuung sehen KMU dem wirtschaftichen Aufschwung entgegen. Was auch immer die Zukunftsforscher sehen mögen, eines haben sie bislang übersehen: die zunehmende Gesundheitsproblematik unserer Gesellschaft. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) warnt seit Jahren, dass der Anteil an psychischen Erkrankungen weltweit zunimmt (2002). Die Gesundheitsbefragung des Bundesamtes für Gesundheit (BAG 2007) weist 27% der Bevölkerung mit einer dauerhaften Krankheit oder einem dauerhaften gesundheitlichen Problem aus. Wo findet man diese Personengruppen? Zu Hause? Nein, der grösste Teil befindet sich am Arbeitsplatz – also auch bei Ihnen, den KMU!

Chronische Erkrankungen haben mit Sicherheit Auswirkungen auf den Alltag der Betroffenen. Die häufigsten dauerhaften Erkrankungen sind Rücken- oder Kreuzschmerzen, allgemeine Schwäche, Müdigkeit, Energielosigkeit, Kopfschmerzen oder Einschlafstörungen. Weitere Auswirkungen werden durch psychische Probleme hervorgerufen und äussern sich in Motivationsbarrieren, Konzentrationsmangel und undefinierten Ängsten. Laut BAG sprechen rund 46% der Männer und 36% der Frauen von sehr starker psychischer und nervlicher Anspannung am Arbeitsplatz. Diese Zahlen stehen in eigenartigem Kontrast zur Aussage von 87% der untersuchten Bevölkerungsgruppe, dass es ihnen gesundheitlich gut oder sehr gut gehe. Dies steht im Widerspruch zu den stetig steigenden Gesundheitskosten. Aber sie zeigen, dass Schweizer auch unter erschwerten Bedingungen arbeiten.
Also alles paletti? Nicht ganz, denn allgemein wird die Tatsache ausgeblendet, dass Präsentismus (heisst: trotz Krankheit am Arbeitsplatz zu sein) teurer zu stehen kommt, als das Auskurieren der Krankheit. Die Konzentrationsfähigkeit ist bei körperlich oder psychisch belasteten Mitarbeitenden eingeschränkt und führt zu mehr Fehlern. Trotz körperlicher Anwesenheit kann sich die volle Leistung nicht entfalten. Die Produktivität sinkt und die Unfallgefahr bzw. das Risiko von Fehleinschätzungen steigt.

Krank ist nicht krank

Bei dauerhaften Beschwerden nicht den Arzt aufzusuchen, kann sich langfristig als falsche Entscheidung entpuppen. Die Mediziner ihrerseits sind manchmal ratlos, wenn die Patienten den externen Stress nicht vermeiden können bzw. in sich selbst gestresst sind. Auf der anderen Seite werden viele chronische Erkrankungen lange als solche nicht oder falsch diagnostiziert. Das gilt besonders für die generalisierte Angststörung, welche sehr verbreitet ist und nach unserer Studie markant öfters Betroffene in die Arztpraxis führt – meist ohne nennenswerte somatische Diagnose. Aber auch Personen, die unter Panikattacken leiden – und das sind 15-30% der Bevölkerung, welche mitten in ihrer beruflichen Karriere stehen – werden zu lange ineffizient behandelt.

Stress ist oft die Ursache

Der Ausgangspunkt vieler Erkrankungen ist Stress. Stress entsteht nicht allein am Arbeitsplatz sondern auch im Privatleben. Die Art und Weise des individuellen Umgangs mit Stress entscheidet letztlich darüber, ob und in welcher Form Stress zu Erkrankungen führt. 95% der gesamten Kosten von Stresserkrankungen in Unternehmen werden entweder durch Absenzen oder durch Produktivitätseinbussen wegen Präsentismus verursacht. Der privatwirtschaftliche Schaden vergrössert sich zusätzlich durch den mit dem plötzlichen Wegfall eines Mitarbeitenden verbundenen Know-how-Verlust. Die persönlichen Auswirkungen wie Verlust der Stellung im Unternehmen, Selbstwertverlust und soziale Isolation der Betroffenen verschärfen die Gesundheitskrise noch weiter.

Effizientes BGM

Im betrieblichen Gesundheitsmanagement (BGM) ist all diesen Themen besonders Rechnung zu tragen und in einem auf das Unternehmen zugeschnittenen Paket zu integrieren. Dies verlangt nach zusätzlichen Kompetenzen, die Massnahmen müssen über ‹Apfel und Fitnessangebot› hinausgehen. Fachleute schätzen die Effizienz und Effektivität betrieblicher Gesundheitsförderung mit ca. 55% Reduktion von Fehlzeiten und erhöhter Arbeitszufriedenheit ein. Voraussetzung dazu ist, dass die breit gefächerte Beratungskompetenz vorhanden ist.

Spezifische Studie zum individuellen Umgang mit Stress

Psycon gmbh forscht am Thema Stress, Angst und Burnout – dem Kernelement im BGM. Wir stellen uns die Frage nach den persönlichen Voraussetzungen im konstruktiven Umgang mit Stress. Die ersten Resultate dieser unabhängigen, privat finanzierten, empirischen Untersuchung zeigen völlig neue Ansätze für Therapie und Prävention von Stress-Störungen. Unser – noch unveröffentlichtes – Forschungsmodell liefert dazu die Schlüsselthemen. Das Stress-Modell geht über die derzeit gängigen Erklärungsmodelle zur Ursache von Angststörungen und Burnout hinaus. Dazu haben wir einen Online-Fragebogen entwickelt. Darin wurden auch Berufsgruppen eingebaut, die unter Stress sicher ‹funktionieren› müssen und Gruppen, die unter Angst/Panik resp. Burnout leiden. Diese Gegenüberstellungen zeigen wesentliche Faktoren zur Stress-Prävention und zur Therapie auf. Stress, Angst und Burnout haben zudem wesentlichen Einfluss auf die Entscheidungsfindung insbesondere in komplexen Situationen. Daher verdient das Thema auf allen Ebenen eine hohe Beachtung.

Von einer Beratung unabhängig werden weiterhin Personen und Teams zur Teilnahme an der Online-Studie gesucht, welche unter Stress stehen, Panik/Angst oder Burnout erleben. Die Daten bleiben anonym, persönliche Rückfragen der Teilnehmenden sind möglich. Wir beraten Sie als Unternehmen oder als Privatperson gerne weiter.

psycon gmbh
Tel. 041 790 75 45
cornelia.nussle@psycon.ch, www.psycon.ch

Dr. phil. Cornelia Nussle

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Individuallösungen für Industrieelektronik und Medizintechnik

Varitronic feiert 30-jähriges Firmenjubiläum

Vom Hersteller von Störmeldesystemen zum Softwareentwickler – die Erfolgsgeschichte der Varitronic begann 1981 in Laupen.

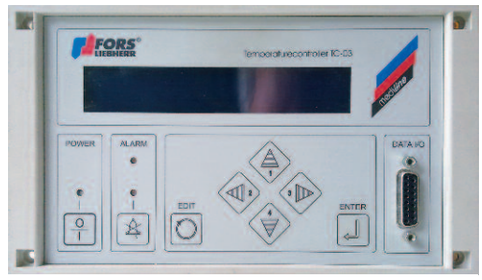
Im Januar 1981 gründete Urs Wismer mit 28 Jahren die Varitronic als Einzelunternehmen. Mit der Entwicklung und Herstellung von Störmeldesystemen – im Speziellen für Dampfkesselanlagen – nahm die Erfolgsgeschichte der Varitronic ihren Anfang. Bereits nach sieben Jahren wurde aus dem Einzelunternehmen eine Aktiengesellschaft. Dank dem steigenden Auftragsvolumen konnten schnell die ersten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Produktion und Ingenieure für die Entwicklung eingestellt werden.

Die Ansprüche an die Funktionalität der Produkte stiegen laufend, was dazu führte, dass Mikroprozessoren anstelle von Transistoren zum Einsatz kamen. Heute gibt es kaum noch Neuentwicklungen ohne Prozessoren und Mikrokontroller.

Unsere Kunden kommen heute aus den unterschiedlichsten Bereichen. Von der Industrieelektronik bis zur Medizintechnik bieten wir unseren Kunden Individuallösungen für Mess-, Steuer- und Regeltechnik sowie für Zahlungssysteme und Münzprüfer. Die uns anvertrauten Projekte begleiten wir von der Idee über das Pflichtenheft bis hin zur Entwicklung der Hard- und Software. Prototypen setzen wir kosteneffizient und termingetreu um, damit die anschliessende Serienfertigung garantiert ein Erfolg wird.

Tagtäglich sind wir mit Leidenschaft, Fachkompetenz und guten Ideen im Einsatz. Unser oberstes Ziel ist dabei stets ein zufriedener Kunde. An dieser Stelle bedanken wir uns herzlich bei unseren Kunden für die Treue und unseren Mitarbeitern für den unermüdlichen grossartigen Einsatz.
Wir freuen uns auf die nächsten 30 Jahre.

Varitronic AG
Tel.: +41 31 747 60 60
www.varitronic.ch, mailbox@varitronic.ch
Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62



TC03

Wassermaus

VB-3000

Ceratherm 600

Vibrameth: Gerät für die Therapie von Bettnässen

Anzeigen

Individuallösungen für Industrieelektronik und Medizinaltechnik

VARITRONIC AG

Scheuermattweg 6 / CH-3177 Laupen / Tel.: +41 31 747 60 60 / Mail: mailbox@varitronic.ch

Von der Idee bis zur fertigen Serie:
Wir entwickeln Hard- und Softwarelösungen für Mess-, Steuer- und Regeltechnik.

IT-Security für KMU – richtig machen oder lieber gar nicht?

Dr. Marcus Holthaus

Es zeichnet KMU aus, dass sie flexibel und innovativ auf neue Herausforderungen reagieren können. Und wie ist das mit der IT-Sicherheit?

Von den KMU, die nicht selbst IT-Dienstleister sind, haben die wenigsten so viele Ressourcen, dass sie sich in der notwendigen Tiefe mit der Komplexität moderner Informatik beschäftigen können. IT-Sicherheit wird deshalb oft vernachlässigt, und es ist müssig, einer KMU die Umsetzung eines komplexen Werks wie z.B. ISO 27000 zuzumuten. Inhaltlich wäre dieser Industriestandard für IT-Sicherheitsmanagement zwar durchaus relevant. Eine einfache Checkliste ist aber in den meisten Fällen viel besser geeignet, um die Grundlagen abzudecken, die da wären:
Dateninventar, Datenbackup (ausgelagert, verschlüsselt und mit beübtem Restore!), Virenschutz, aktivierte Auto-Updates, persönliche Logins für alle Mitarbeiter mit 8-Stellen-Passwort, Bildschirmschoner mit Passwort-Sperre nach 15 Minuten. Das reicht erst einmal, auch wenn klar ist, wie sich die Liste konkret verlängern liesse.

Im Vordergrund der KMU-Anforderungen steht die betriebliche Ausfallsicherheit. Neue Technologien wie zum Beispiel Smartphones, Dropbox oder GoogleDocs werden in KMUs oft schnell eingesetzt werden. Die Sicherheit derartiger Dienste wird aber oft erst in Frage gestellt, wenn sie Daten ungewollt veröffentlichen, verloren haben oder ausfallen – also zu spät! Gerade dann ist es sinnvoll, alle Daten bereits vorher auf einen lokalen Datenträger exportiert zu haben – richten Sie das also ein, bevor Sie davon abhängig werden.

Meist ist es der Chef oder Inhaber einer Firma, der am intensivsten über die Risiken der IT nachdenkt – gefolgt vom IT-Verantwortlichen, der allerdings oft in operativen Tätigkeiten versinkt. Die Grenze zwischen «unserem Netz» und «dem Internet» ist schon lange verschwommen, und aktuelle Trends zeigen deutlich, dass wir immer mehr Daten online bei Providern speichern, mit denen wir kein Vertragsverhältnis haben und oft nicht einmal wissen, wo die Daten sind, und dass wir immer intelligentere, immer spezialisiertere Online-Geräte mit immer mehr persönlichen Daten verwenden (vom iPad bis zum Multifunktionsdrucker), deren Funktionsweisen weitgehend gewollt undurchschaubar sind. Das ist für eine KMU nicht mehr zu beherrschen, denn die sollte sich auf ihr Kerngeschäft fokussieren und diese Trends nutzen, indem sie die damit verbundenen Risiken möglichst vermeidet.

Daher: Reduzieren Sie Ihre IT dramatisch!
Übergeben Sie dem IT-Dienstleister Ihres Vertrauens die Kompetenz und die Verantwortung für den IT-Betrieb, aber auch drei Viertel des IT-Geld- und Zeitbudgets. Dafür soll er Ihnen einen zuverlässigen und sicheren Betrieb organisieren, sei es im eigenen RZ (nur wenn er selbst gross ist!) oder durch Vermittlung und Integration von Standard-Dienstleistungen grösserer Provider aus der Umgebung. Wahrscheinlich findet er sogar eine Standardlösung für Ihre Branche! Das ist v.a. dann interessant, wenn Ihre Grosskunden immer häufiger mit Anforderungen zu IT-Sicherheit auf Sie zukommen, weil deren Branchen das verlangen (Finanz, Pharma etc.). Die Verbindung zwischen den dann bezogenen IT-Services, denjeningen internationaler Anbieter und Ihren Spezialapplikationen braucht zwar etwas Energie, aber langfristig wird es Sie als Nicht-IT-KMU deutlich entlasten.
Ihr IT-Dienstleister kann sich dann auf zunehmende Nutzerzahlen freuen, aber muss sich auch mehr anstrengen. Nicht nur dass Sie Sicherheit konsequent verlangen sollten. Sie können Ihren Provider ja durchaus einmal besuchen, oder ihm eine IT-Revision vorbeischicken, die weiss, wie IT-Sicherheit organisiert werden sollte. Für grössere IT-Provider ist ISO 27000 nämlich durchaus relevant.

Dr. Marcus Holthaus, IMSEC

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Der Autor ist Geschäftsführer der IMSEC GmbH, die Revisionen der Sicherheit von IT-Dienstleistern durchführt. Er ist langjähriges Mitglied der Information Security Society Switzerland (www.isss.ch), welche über 800 Security Professionals in der Schweiz vernetzt. Der Text fasst ein Referat vom 28.1.2011 zusammen, das in YouTube einsehbar ist.
www.youtube.com/watch?v=-GDaLYpwNsU

SOCAL MEDIA

Greenkern Media GmbH	26
DatAnalytics GmbH	27
DIE ADVOKATUR SURY GmbH	28
socialdesign	29
Peter Gaffuri AG	30
scanwork ag	31
videooo	32
EMEX Management GmbH	33
MotionPictures media concepts	34

KOMMUNIKATION

aranea marketing	35
Antares Kommunikationstechnik	36
Werbekonzeptionen & Texte	37
SAWI	38
tradaction	39
KYOCERA MITA EUROPE B.V.	40

Anzeigen

facebook.

Mit einer Facebook Firmenseite viele Neukunden generieren!

- Durch «Fan werden» erhalten Sie tausende von Kontaktdaten
- Verknüpfung mit «gefällt mir» Button auf Website sorgt für virales Marketing
- gezielte Kontakt- und Kommunikationsmöglichkeiten
- Sofortiger Traffic bei News zu Produkten und Dienstleistungen
- Bessere Platzierung bei Suchmaschinen
- Statistik zur Messung des Erfolgs

Daniel Neeser und **Pascal Schildknecht** haben sich auf Facebook Firmenseiten spezialisiert und **bieten exklusive Firmenseiten inklusive Navigation, Sprachübersetzung, Applikationen und vieles mehr.**

Your-Webcoach, Morgenstrasse 136a, 3018 Bern, +41 76 379 00 00

www.facebook.com/firmenseite

Facebook Marketing für KMU

Oliver Lauter

Beispiel für eine Facebook-Applikation: Coca Cola
Quelle: http://origin.coca-cola.com/contentstore/shared/facebook_screenshot_en_US.jpg

Oliver Lauter, Geschäftsführer der Social Media Agentur GREENKERN MEDIA hat einmal exklusiv für den Erfolg die wichtigsten Regeln zum Facebook-Marketing zusammen gestellt.

2,2 Millionen Schweizer treffen sich zu einem gigantischen Meinungsaustausch: Sie teilen mit Ihren Freunden und Bekannten ihre Kommentare zu persönlichen Situationen, über Events, Musik, Marken, Personen, Politik, Produkte, Reisen und Restaurants. Jede grosse Marke wäre sofort bereit, diese Veranstaltung zu sponsern. Dabei findet dieses Megaevent täglich 24 Stunden statt: Und zwar online auf der Kommunikationsplattform Facebook. Fast alle relevanten Brands haben schon eine Markenpräsenz auf Facebook. Die einen mit intelligenten Facebook-Applikationen und Millionen von Mitgliedern, die anderen etwas tollpatschig mit unrelevantem PR-Inhalt und einer Hand voll Mitgliedern, die meisten davon wahrscheinlich nur die Marketingmitarbeiter der eigenen Agentur.

Honda Italien prahlt mit über 1000 Mitgliedern für das Hybridauto Insight, dabei sind viele Member Fakeprofile ohne Gesicht, Freunde, Namen und Geschichten. Eine höchst fragwürdige Kommunikation. Es kommt bei Facebook nicht auf die schiere Zahl von Mitgliedern an, sondern auf die Anzahl der Interaktionen. Wie oft drücken Mitglieder den «Gefällt mir» Button oder posten selbst Links, Kommentare und Fotos. Übrigens: Schon seit Jahren fordern die Mitglieder eine «Dislike»-Funktion. Die wird es aber laut Gründer Mark Zuckerberg niemals geben: Denn, wer Facebook nutzt, soll sich nur den positiven Energien hingeben. Entweder es gefällt, oder man lässt es.

ERFOLG hat einmal die wichtigsten Marketing-Grundregeln für KMU auf Facebook zusammengestellt.

1.) Keine Zensur
Wer schlechte Kommentare bekommt, sollte die nicht löschen, sondern allenfalls von positiven Bemerkungen zum Thema nach unten durch reichen. Meistens muss man aber gar Nichts machen: Denn echte Fans der Marke reagieren oft schon von allein und antworten dem schlecht gelaunten Nutzer. Professionelle Unternehmen sollten Beschwerden auf Facebook zum Anlass nehmen, Produkte oder Serviceleistungen zu überprüfen oder zu optimieren. Denn: Wer sich hier beschwert, meckert auch woanders im Netz.

2.) Authentisch kommunizieren
Pressemitteilungen auf Facebook stellen ist keine gute Idee. Denn auf Facebook wird so kommuniziert wie im echten Leben. Überlegen Sie stets: Würde ich wirklich so mit meinen Kunden reden? Besser: Geschichten und Insides aus dem Unternehmen berichten, die so keiner kennt: Storys, die unterhalten, informieren oder einen bestimmten Mehrwert bieten: Gewinne und exklusive Aktionen, die nur auf Facebook stattfinden. Marketing durch Belohnung funktioniert auf Facebook ganz besonders gut.

3.) Facebook aktiv bewerben
Wer sich für eine Präsenz auf Facebook entscheidet, muss dieses Seite unbedingt bewerben. Von allein passiert gar nix, wenn Sie nicht Ferrari oder Coca Cola heissen und die User aktiv nach Ihnen suchen. Den Facebook-Button unbedingt auf die Homepage packen, auf den Eingang zum Ausstellungsraum, auf allen Visitenkarten und Prospekten, auf die Pressemitteilung und an den Aussendienst geben: Idealerweise mit einem Hinweis auf eine Belohnung: Wer jetzt Facebook-Mitglied wird, bekommt beim nächsten Einkauf 10% Rabatt.

Lesen Sie in der nächsten Ausgabe von Erfolg den zweiten Teil vom Facebook-Marketing:
Alles über Facebook-Fanseiten, Gruppen und Applikationen.

Oliver Lauter, GREENKERN MEDIA GMBH
Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Gut oder schlecht?

Die Marktplätze verlagern sich unverweigerlich auf die sozialen Medien! Facebook, Flickr, YouTube, Twitter und viele andere soziale Medien werden in Europa noch belächelt, obwohl sie in vielen Ländern bereits als etablierte Marktplätze gelten. Wie oft hörten wir früher, dass Internet nur eine Mode Erscheinung sei, oder dass man auch ohne Computer, E-Mail und Handy leben könnte. Geht es Heute wirklich noch ohne?

Robert W. Haas

Manche Leute haben noch nie etwas von Facebook gehört. Unglaublich und doch selbst erlebt! Ältere Betriebsleiter haben Angst, dass ihre jüngeren Mitarbeiter mehr als sie davon verstehen und verteufeln es deshalb. Auch sehe ich viele Unternehmen, wo Mutterhäuser sehr aktiv auf diesen Plattformen sind und ihre Filialen nicht darüber informieren oder denen gar den Zugang technisch blockieren lassen. Aber am meisten begegnen mir Leute die noch nie über eine wirtschaftliche Anwendung dieser sozialen Medien nachgedacht haben.

Und doch müssen wir uns zwei grundsätzliche Fragen zu den sozialen Medien stellen:
1. Können wir diese Evolution wirklich vermeiden?
2. Kommt es wirklich auf die Technik an, oder ist dies nicht eher eine strategische Geschäftsführungsentscheidung?
Die Entscheidung einen zusätzlichen Kommunikationskanal zu nutzen sollte grundsätzlich gut überlegt werden. Es ist eine sehr günstige Möglichkeit um neue Kunden zu gewinnen – also ideal für kleinere, finanz-schwächere Firmen – und doch birgt auch diese neue Welt Tücken und Gefahren.
Fazit: Betrachten – lernen – entscheiden. Aber geschäftlich.

Freundliche Grüsse
Ihr KMU-Lotse
Robert W. Haas
Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Anzeigen

SWISS ONLINE MARKETING
3. SCHWEIZER FACHMESSE FÜR DIGITAL MARKETING
30. - 31. März 2011
Zürich PULS 5/Giessereihalle
www.swiss-online-marketing.ch

KEYNOTE-SPEAKER

MICHAEL NÄF
CEO
Doodle AG

STEPHAN NOLLER
Chairman des
Policy Committee
IAB Europe

Hauptsponsor TradeDoubler
Partner iab Switzerland, SKV, eco, SMC S, SDV Schweizer Direktmarketing Verband
Hauptmedienpartner MARKETING & KOMMUNIKATION
Medienpartner marketing BORSE, werbewoche, pressetext, persönlich

Twitter, Facebook, Xing & Co. – Social Media am Arbeitsplatz Rechtliche Aspekte und Guidelines für Arbeitgeber

Dr. Reto Fanger

Nicht nur Promis tun ‹es›: Social Media-Communities wie Twitter, Facebook, Xing, YouTube, LinkedIn, Flickr etc. bestimmen den Alltag der Generation Y (ab Jahrgang 1980) und sind selbst für Internetuser der vorangehenden Generation X oder der Babyboomer immer wichtiger.

4 Stunden tägliche Nutzungsdauer in der Schweiz

Empirische Untersuchungen haben ergeben, dass Schweizer User beinahe 4 Stunden täglich in Online-Communities verbringen. Es ist daher fraglich, ob sie sich dort nur während der Freizeit tummeln. Mit dem Siegeszug des Web 2.0 verschwimmen die Grenzen zwischen Beruf und Freizeit zunehmend. Die interaktive Charakteristik dieser Netzwerke und deren Nutzung am Arbeitsplatz stellt für Unternehmen sowohl Risiko wie auch Chance dar.

Drohende Risiken

Social Media-Plattformen bergen für den Arbeitgeber zunächst eine Reihe von Risiken:

- *Kommunikationsrisiken:* Die Gefahr besteht, dass im Rahmen einer Onlinediskussion oder mittels Statusmeldung unternehmens- oder personenbezogene Informationen an die Öffentlichkeit gelangen, die schwerwiegende Nachteile für das Unternehmen bewirken können.
- *rechtliche Risiken:* Eine weitere Gefahr von Netzgemeinschaften liegt in Gesetzesverstössen durch den Arbeitnehmer, indem er in diesen Netzwerken ehr-, persönlichkeits-, urheberrechtsverletzende oder andere rechtswidrige Inhalte veröffentlicht.
- *Reputationsrisiken:* Nicht unterschätzt werden darf überdies die Gefahr, dass die Präsenz des Arbeitnehmers in diesen Netzwerken unter Umständen ein negatives Bild in der Öffentlichkeit abgeben kann, sowohl für sich als Repräsentant des Unternehmens wie auch für das Unternehmen selber.
- *Risiko der übermässigen privaten Internetnutzung:* Last but not least verstärkt die wachsende Popularität der verschiedenen Social Media-Communities auch die private Internetnutzung am Arbeitsplatz, so dass für die Erledigung der im Unternehmen anstehenden Arbeiten weniger Zeit zur Verfügung steht.

Chancen für die Unternehmung

Gleichzeitig wäre es zu kurz gedacht, die Nutzung von Social Media-Plattformen am Arbeitsplatz nicht erlauben zu wollen und den Zugang mittels technischer Massnahmen zu sperren, bieten diese Communities den Unternehmen und deren Arbeitnehmern auch vielfältige Chancen! So können diese Netzwerke mittels Social Media Marketing zur Absatzförderung von Dienstleistungen sowie Produkten eingesetzt werden oder wichtige Dialogfunktionen mit Geschäftspartnern, Kunden oder wichtigen Referenzgrössen übernehmen und so Werbung, Direktvertrieb, Direktmarketing, Public Relations und Verkaufsförderung in idealer Weise verknüpfen. Zusätzlich bieten diese Plattformen wichtige Informationsquellen für die tägliche Arbeit der Mitarbeiter, beispielsweise für die Beschaffung von Fachinformationen. Um diese Chancen wahrnehmen zu können, ohne an den drohenden Risiken zu scheitern, müssen Arbeitgeber daher rechtzeitig vorsorgen.

Spezielle Weisungen für die Nutzung am Arbeitsplatz

Der Arbeitnehmer besitzt grundsätzlich kein Recht zur privaten Nutzung von Social Media-Plattformen am Arbeitsplatz. Aufgrund seines Weisungsrechts nach Art. 321d OR hat der Arbeitgeber die Befugnis, die Nutzung des geschäftlichen und privaten Mail- und Internetverkehrs am Arbeitsplatz zu regeln. Oft bestehen in Unternehmen bereits Weisungen zum privaten und geschäftlichen Gebrauch des Internets am Arbeitsplatz, teilweise im Rahmen der Betriebsreglemente oder als separate (E-Mail- und) Internetweisungen. Allerdings empfiehlt es sich, aufgrund der Besonderheiten und vielfältigen Möglichkeiten der sozialen Netzwerke, den Umgang mit diesen Plattformen speziell und detailliert zu regeln. Fehlen entsprechende umfassende Weisungen im Unternehmen, besteht für den Arbeitgeber dringender Handlungsbedarf.

Dr. iur. Reto Fanger,
Rechtsanwalt mit Schwerpunkt IT-Recht,
Die Advokatur Sury GmbH
Luzern, Lehrbeauftragter Privatrecht an der Universität Luzern sowie Rechtsdozent an der Hochschule Luzern.
Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Anzeigen

KMU Agency.com

Grafik | Druck | Internet

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

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

Social Media nachhaltig und gezielt nutzen

Über Facebook, Blogs, xing oder LinkedIn lässt sich kurz und trendig kommunizieren. Die Informationen erreichen sofort die Adressaten und Adressatinnen. Ein optimaler Kommunikations-Mix ist entscheidend.

Die socialdesign ag als *Spezialistin für gesellschaftliche Fragestellungen und soziales Management* unterstützt KMU, Nonprofit-Organisationen, Politik und Verwaltung in den Themenbereichen der Strategie und Zielfestlegung sowie der Organisation und der Kommunikation / Information. Die Firma verfügt zudem über grosse Erfahrung im Coaching von Führungspersonen und in der Gestaltung von Prozessabläufen.
Auch wenn die über Social Media verbreiteten Informationen und die damit angezielte Kommunikation trendig wirken, so ist es wichtig, eine konkrete Vorstellung zu haben, wie diese neuen Mittel gewinnbringend und nutzenstiftend für die Unternehmung und deren Ziele eingesetzt werden können.

Die Konkurrenz der Medien

Die neuen und stetig weiterentwickelten Medien erstrecken sich über immer weitere Lebensbereiche. Galt vor wenigen Jahren das elektronische Einreichen der Stellenbewerbungsunterlagen noch als exotisches Vorgehen, wird heute in vielen Branchen die postalische Bewerbung belächelt und deren Absender/in als «veraltet» eingeschätzt. Der Einsatz der sozialen Medien beeinflusst damit nicht nur das Kommunikationsverhalten an sich, sondern auch die Bewertung der erfolgten Kommunikation: Wer nicht partizipiert, riskiert abgewertet und aus dem öffentlichen Blickfeld gedrängt zu werden.
Informationen werden in den Social Media in knapper Form und mit Unterstützung von optischen Mitteln vermittelt. Hierbei kann es sich sowohl um fixe, aber auch um bewegliche Inhalte und Bilder handeln. Damit passiert die Informationsverbreitung über verschiedene Sinne. Gleichzeitig wird nicht mehr nur vom Unternehmen in Richtung Kundschaft informiert, sondern die Kund/innen können und sollen ihrerseits auf die Information reagieren. Dies zwingt die Menschen jedoch dazu, ihre Zeit für den Konsum von Informationen noch selektiver einzusetzen. Damit stehen nicht nur die verschiedenen Informationen, sondern auch die Kommunikationsmittel verstärkt in gegenseitiger Konkurrenz. Daher ist es wesentlich, als KMU die Informationsinhalte und –aufbereitung auf die jeweiligen Übertragungsmedien abzustimmen.

Strategien zum Kommunikations-Mix

Damit Unternehmen die Social Media zielorientiert zum Networking und zur Kommunikation nützen und optimal auf ihre aktuelle und künftige Kundschaft oder andere Stakeholder ausrichten können, benötigen sie eine aussagekräftige und ganzheitliche Unternehmensstrategie. Dabei legen wir Wert darauf, dass diese deutlich macht, welche Resultate und Wirkungen das Unternehmen erreichen will. Dies stellt eine wertvolle und nicht zu vernachlässigende Basis für das Entwickeln der Kommunikations- und Marketingstrategie dar.

Medien-Risiken analysieren

Durch die Nutzung von Social Media ergeben sich für die Unternehmen nicht nur neue Chancen, sondern auch neue Risiken. So zum Beispiel durch die Möglichkeit, dass Informations-Empfänger auf das Kommunizierte reagieren und dass die Reichweite der Information nicht kontrollierbar ist. Daher ist es unserer Meinung nach wichtig, frühzeitig zu analysieren, welche Risiken bestehen, wie sich diese ankündigen können und wie bei deren Eintritt gehandelt werden soll. Für die Voraussicht und zur Prävention sind die Instrumente des Risk-Managements von grossem Vorteil und können vor Schaden bewahren.

Social Media - socialdesign

Mit dem Einsatz von sozialen Medien steht ein Unternehmen im interaktiven und direkten Austausch mit seinen Kunden und weiteren interessierten Gruppen. Es ergeben sich daraus neue Ansprüche an die Art der Kommunikation und der Kundenbeziehungen. Daher ergänzen wir die Strategiebestimmung sowie die Planung um eine soziale Komponente.
Die socialdesign ag ist eine KMU, die ebenfalls über ausgewählte soziale Medien kommuniziert. Wir verfügen über lange Erfahrungen in der Strategieplanung und Kommunikation sowie im Gestalten von Austauschprozessen zwischen Gruppen und Individuen. Gerne unterstützen wir auch Sie. *Andreas Dvorak*

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Anzeigen

socialdesign

Strategie- & Organisationsberatung | Coaching | Leitungsmandate
Qualitätsmanagement | Forschung & Evaluation | Schulung & Lehre

Wir unterstützen Sie gerne beim Entwickeln von Lösungen und bei der Umsetzung Ihrer Vorhaben, zum Beispiel indem wir mit Ihnen:

- ✓ **Ihre Unternehmensstrategie definieren**
- ✓ **Ihr Risikomanagement optimieren**
- ✓ **Ihre soziale Unternehmensführung planen**

socialdesign ag ist eine gesamtschweizerisch tätige Unternehmensberatung mit Sitz in der Berner Altstadt. Mit unseren Dienstleistungen beraten wir Unternehmen, Politik und Verwaltung sowie Nonprofit-Organisationen.

www.socialdesign.ch | info@socialdesign.ch

socialdesign ag | Kornhausplatz 12 | 3011 Bern | 031 310 24 80

Das grafische Zentrum im Herzen der Stadt Bern

Peter Gaffuri AG

Drei Punkte machen die Peter Gaffuri AG zum führenden grafischen Dienstleistungszentrum: Persönliche Fachberatung, Kompromisslosigkeit bezüglich Leistung und Service und die modernsten technischen Standards. Das Familienunternehmen im Herzen der Altstadt von Bern feiert im Jahr 2011 das 40. Jubiläum.

Peter Gaffuri AG
Grafisches Zentrum Bern
Kornhausplatz 7
3011 Bern
www.gaffuri.ch
Tel. 031 313 83 13
info@gaffuri.ch

Öffnungszeiten:
Montag bis Freitag
7.30 bis 18.30 Uhr

Kundinnen und Kunden der Peter Gaffuri AG werden vom jeweiligen Operator am Computer bedient und können so direkten Einfluss auf das Gewünschte nehmen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind Allrounder und begleiten Aufträge von der Preiskalkulation, der Arbeitsvorbereitung bis zur Ausführung und der Endkontrolle. Das Ziel dieser Philosophie ist es, dass Kunden ihren Auftrag da abholen, wo sie ihn auch abgegeben haben. Das fördert Vertrauen und den persönlichen Kontakt.

Dienstleistungen

Die Räumlichkeiten der Peter Gaffuri AG befinden sich an zentraler Lage in der Nähe des Berner Zytglogge und sind auf drei Stockwerke verteilt. Papeterie und CopyShop befinden sich im Erdgeschoss, die grafischen Abteilungen im 1. und 2. Untergeschoss.

Die modernen Digitaldrucksysteme der Peter Gaffuri AG sind der schnellste Weg, um Computerdaten auf Papier zu bringen. Egal ob farbig oder schwarzweiss, für Flyer, Broschüren, Prospekte, Visitenkarten oder Bewerbungsunterlagen. Im Grossformatbereich ist der Druck auf verschiedenste Materialien – wie z.B. Fotopapier, Leinwand oder Klebefolie – möglich. Abgerundet wird das Angebot durch einen Aufzieh- und Rahmenservice.

Auch in der Druckvorstufe ist die Peter Gaffuri AG ein gute Partnerwahl. Angeboten wird die ganze Palette von der Texterfassung, Farbkorrektur, Datenoptimierung bis zum komplexen Layout.

Für die Natur

Weltweit verbraucht der Mensch im Schnitt 56 Kilogramm Papier. Damit tragen nicht nur die

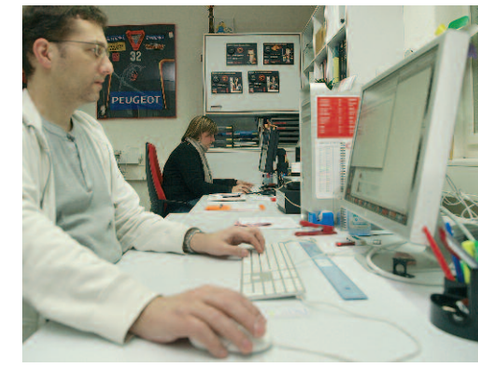
Papierindustrie, sondern auch die Verbraucher eine besondere Verantwortung beim Umgang mit Papier. Entsprechend werden bei der Peter Gaffuri AG hochwertige Frischfaserpapiere mit

dem FSC-Label verarbeitet. Die Regeln des international anerkannten Forest Stewardship Council sichern eine umwelt- und sozialverträgliche Waldwirtschaft. Die Zertifizierung erlaubt es zudem, das Papier vom Endprodukt bis zur Rohstoffgewinnung zurückzuverfolgen.

Als KMU bezieht die Peter Gaffuri AG zudem Strom aus erneuerbarer Energie. Sie leistet auch da einen aktiven Beitrag am Umweltschutz.

Daniel Frey

Weitere Informationen auf Seite 62



Werbung mit Biss!

Wir setzen kreative Akzente.

Fullservice für Ihre gesamte Print-, Display, Aussen- und Innenwerbung.

scanwork.ch

scanwork AG

IHR PARTNER FÜR PREPRESS, DIGITALDRUCK, BESCHRIFTUNGEN UND PRODUKTIONSSERVICE

BADENERSTRASSE 338 CH-8040 ZÜRICH TELEFON +41 44 404 22 00 FAX +41 44 404 22 00
INFO@SCANWORK.CH WWW.SCANWORK.CH

5 Jahre Videooo.COM – feiern Sie mit… und gewinnen Sie ein Firmenvideo im Wert von Fr. 5'555.–!

Zum fünfjährigen Geburtstag verschenkt Videooo.COM fünf Monate lang jeden Monat ein Firmenvideo für Ihre Homepage im Wert von Fr. 5'555.–. Machen Sie mit bei unserer Exklusiv-Verlosung für die LeserInnen der Zeitung Erfolg!

Die Videooo GmbH wurde 2006 gegründet und produziert seither professionelle Videos und Filme zu zahlbaren Preisen.
Dazu braucht es Leidenschaft, Freude an neuen Herausforderungen, modernste technische Ausrüstung und Verständnis für die Kundenwünsche.
Bernhard Seiffert, Inhaber der Videooo GmbH und eidgen. dipl. Betriebsökonom KMU/SIU kennt die Stärken und Strukturen von KMUs aus eigener Erfahrung. Er war viele Jahre im Import und Detailhandel (Sportartikel, Mode) und in der Gastronomie tätig, sammelte Erfahrung im Event-Marketing und Printwesen. Deshalb weiss er, wie wichtig ein attraktiver und individueller erster Eindruck ist. Bernhard Seiffert ist überzeugt: «Dienstleistungen und Produkte sind häufig austauschbar, Preise oft ähnlich. Umso wichtiger ist der erste Eindruck des Anbieters auf seine Kunden. Was ist das für eine Firma, was sind das für Menschen? Kann ich denen vertrauen, verstehen die mich?»
Jeder, der in der Stadt an Schaufenstern vorbeischlendert, an einer Messe von Stand zu Stand geht oder mal ein neues Restaurant ausprobieren möchte, entscheidet aus dem Bauch in Sekunden, was er vom Angebot halten soll. Gefällt dem potentiellen Kunden auf den ersten Blick, was er sieht, macht er den entscheidenden ersten Schritt nach vorne.
Diese Entscheidung ist meistens nicht rational, sondern sinnlich. Das heisst, jeder Verkäufer muss erstmal seine Kunden über die Sinne ansprechen. Und mit einem Film erreichen wir unsere potentiellen Kunden am Besten. Mit Bild und Ton, mit bewegten Bildern, mit Musik und Sprache bewegen wir unsere Kunden. Ein Film auf der Homepage, im Schaufenster, am Empfang oder an einer Messe ist nicht nur sinnlich und persönlich, er informiert auch rasch, bequem und verständlich. Kein Wunder, steigt die Nachfrage nach gut gemachten und packenden Firmenvideos stetig.

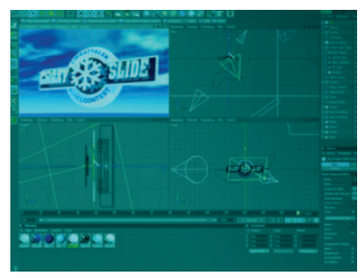
Wettbewerb:

Machen Sie mit und gewinnen Sie eines von 5 Firmenvideos im Wert von **Fr. 5'555.–**.

Ganz einfach: Gehen Sie auf **www.videooo.com** (die mit den drei O's) und klicken Sie auf **«Wettbewerb»**, geben Sie den Code **«Erfolg»** ein und füllen Sie die nötigen Angaben aus. Und mit etwas Glück sind Sie einer der fünf Gewinner!

Es gibt bereits mehrere Anbieter von Firmenvideos auf dem Markt. Häufig aber bieten sie standardisierte Lösungen: «Aussenaufnahme vom Haus, Firmenschild, Eingang, Schreibtisch von vorn, Schreibtisch von hinten, Schwenk über die Werkstatt – fertig». Solche Videos sind jedoch keine individuellen Visitenkarten und heben Sie nicht von den Mitbewerbern ab!
Ein gutes Video zeigt Ihre Stärken mit dem richtigen Bild, der speziellen Stimmung und dem passenden Ton. Wollen Sie Ihre Kunden informativ erreichen oder eher emotional? Ist Ihr Auftritt eher klassisch oder trendig, ernsthaft oder humorvoll, technisch oder menschlich?
Das sind Fragen, die wir unseren Kunden vor dem Drehbeginn stellen. Und darauf aufbauend planen wir mit unseren Kunden gemeinsam die Idee und die Umsetzung.
Mit der Ablieferung des fertigen Films auf einer DVD ist es dann aber noch nicht getan. Werbung muss unter die Leute, sonst bringt sie nichts. Also kümmern wir uns auf Wunsch auch um die Verbreitung im Internet, verlinken und betten den Film auf der Homepage des Kunden ein. Oft möchte der Kunde dann auch seine Homepage überarbeiten oder sogar neu gestalten lassen. Auch da können wir helfen. Unsere Partnerfirma, die Comsulting GmbH, hat u.a. auch die Hompage von Videooo.COM aufgebaut und ist spezialisiert auf individuelle und kundenspezifische Lösungen im Web.
Unsere Kunden kommen aus allen Bereichen, seien es die Grossveranstalter von Caliente, Zürich, für die wir die TV-Spots produzieren und Reportagen über den Event drehen. Oder die Boutique Allenbach in Davos, deren exklusive Modeschau wir für die Bildschirme in den Schaufenstern filmten. TopCC, die eine Reportage über die Eröffnungsfeiern mit ihren Kunden möchten, ein Fahrlehrer, der einen Imagefilm für seine Homepage braucht. Eine Finanzlaesing-Firma, die nur telefonischen Kontakt mit ihren Kunden hat und deshalb mal die Gesichter zu den Stimmen zeigen will.
Die Videooo GmbH hat sich in den letzten fünf Jahren erfolgreich auf drei Einsatzbereiche spezialisiert und bietet ihren Kunden den vollen Service, von der Filmidee über den fertigen Film bis zur Verbreitung und Verlinkung im Internet:
Die WerbeFilmer – für Firmenportraits, Imagefilme, TV-Spots, Kinowerbung, Trailer, InhouseTV (z.B. für Messen oder Schaufenster).
Die EventFilmer – für Firmenevents, Kundenanlässe, Messeauftritte, Shows, Produktepräsentationen oder Schulungsvideos.
Die MotionDesigner – für Animationen, grafische Darstellungen, bewegte 3D-Logos, Prozessabläufe, Produktedesign. *Bernhard Seiffert*

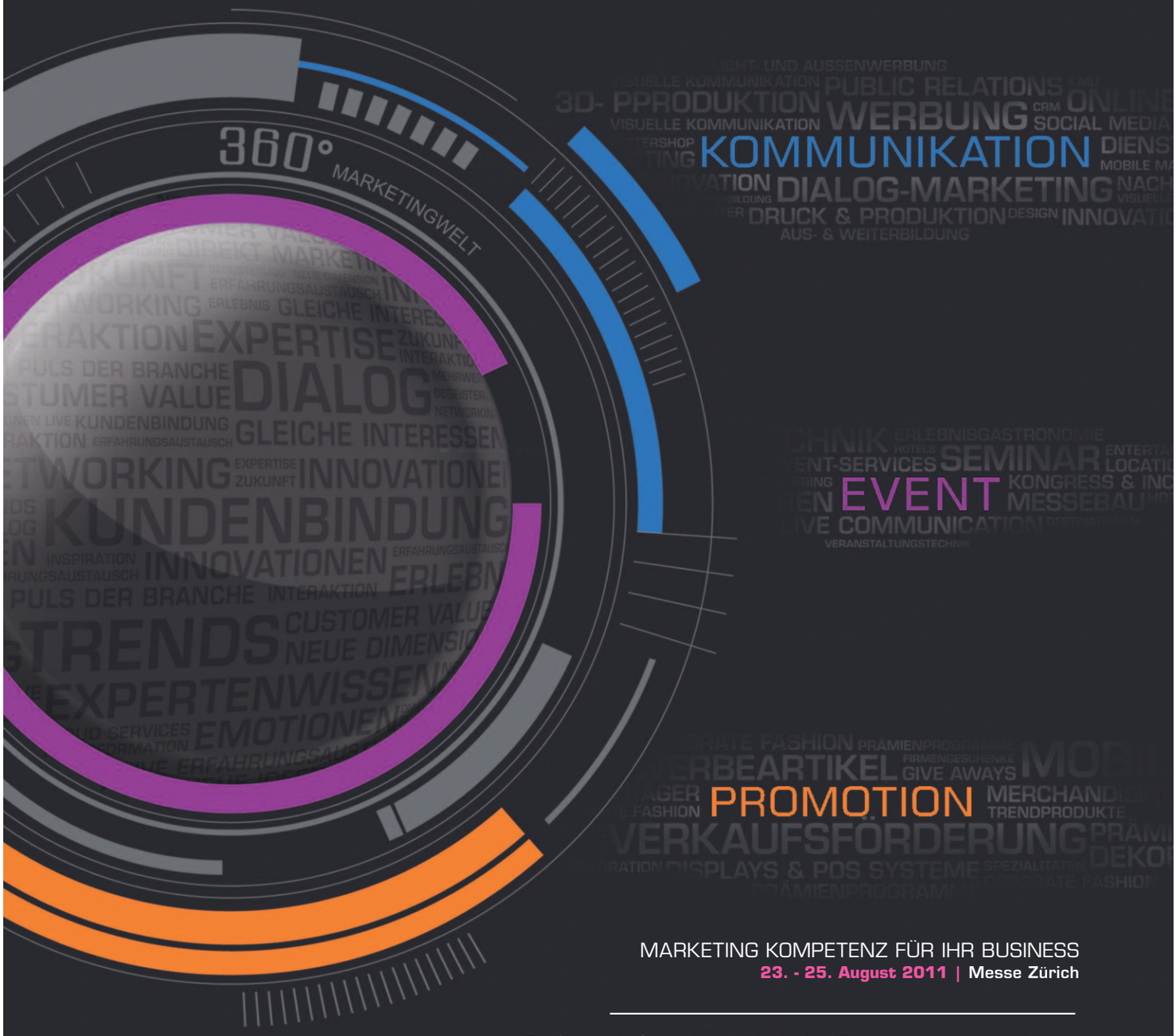
Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62



suisse emex '11

360° MARKETINGWELT

FACHMESSE & KONGRESS



MARKETING KOMPETENZ FÜR IHR BUSINESS

23. - 25. August 2011 | Messe Zürich

Die führende Schweizer „all-inclusive" Fachmesse mit integriertem Kongress präsentiert Businesslösungen und Branchen-Trends. Über 12'000 Fachbesucher, 350 Aussteller und 50 Referenten vernetzen sich.

EMEX Management GmbH
Lindenbachstrasse 56 | CH-8006 Zürich | www.suisse-emex.ch | info@suisse-emex.ch

Hand aufs Herz: wie gerne lesen Sie noch umfangreiche Artikel im Internet?

Die Video-Revolution verändert nicht nur die Wirtschaft, sondern auch die Alltagskultur, ist (Österreichs) Regisseur Harald Sicheritz überzeugt: «Video schauen löst im Internet das Lesen ab - es ist auch bequemer. Die Inhalte werden damit emotionaler, denn Video ist ein emotionales Medium».

Ebenso ortet Sicheritz Umwälzungen bei der Produktion: «Früher wurden TV-Beiträge und Videos von einem Team aus Redakteur, Kameramann, Tontechniker, Beleuchter und Cutter produziert. Heute macht das ein einzelner Videojournalist. Das verändert die Ausbildung und das Berufsbild.» (Und natürlich auch die Kosten. Anm. der Red.)

Genau, daraus entstand die Geschäftsstrategie von Felix Reinhard, MotionPictures: schlanke Organisationsstruktur und dadurch schlanke Kosten, welche es auch für jeden KMU möglich machen, Videotechnik für sein Unternehmen einzusetzen und zwar qualitativ hochwertige Technik, der Zeit entsprechend in HD Qualität.

Firmen-Videos, Image-Filme, Website-Trailer und wie sie sonst noch genannt werden, sie alle haben nur den einen Zweck: eine Message möglichst 1:1 zum Kunden zu bringen.

Wenn man es genau betrachtet, ist Text nichts anderes als ein Code um Bild und Ton zu kommunizieren. Das bedeutet, dass der Angesprochene diesen Code in seinem Mind wieder in Bilder und Ton zurücktransferieren muss. In Ermangelung von etwas Besserem war geschriebene Kommunikation bisher in vielen Bereichen ein notwendiges Übel das heute von der technischen Entwicklung überholt wird.

Die Einsatzmöglichkeiten sind tausendfältig: Firmen-Image, Geschäfts-Präsentation, Produkte-Präsentation, Produkte-Gebrauchsanleitungen, Immobilienhandel, Kurz-Vorträge, Events aller Art wie Tage der offenen Tür, Jubiläumsfeiern, Apéros, Seminare, Familienanlässe wie Hochzeiten, Geburtstagsfeiern, kulturelle, historische und politische Anlässe, Podiumsgespräche u.s.w.

Zur Verwendung im Internet auf den Websites und Smartphones, auf Info-Bildschirmen im Geschäft, auf öffentlichen Plätzen und Räumen, an Messeständen und in Warteräumen sowie zur Information von z.B. Gemeinden, öffentlichem Verkehr, und vieles mehr.

Damit aber nun genug geschrieben. Gehen Sie auf die Website **www.motionPictures.ch** und lassen sie sich von den Bespielen inspirieren. Da Felix Reinhard Grafik-Designer, Web-Designer und Fotograf ist, ist es sein Ehrgeiz und sein Stolz, Ihnen jegliche Unterstützung quer durch anzubieten und Sie haben somit gewähr, dass Ihr Video kein 08/15 Video wird, sondern Ihren ganz individuellen Stempel trägt.

Präsentieren Sie MotionPictures Ihre Video-Idee und es wird Ihnen unverbindlich eine Offerte erstellt.

Felix Reinhard

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Anzeigen

Erfolgsfaktor Corporate Language – Mit Sprache verführen

Gabriela Gees

Erst ein unverwechselbarer Sprachauftritt verleiht einer Marke den individuellen Charakter.

Die Corporate Language ist Bestandteil der Corporate Identity und damit die sprachliche Identität eines Unternehmens. Von den meisten Unternehmen wird sie allerdings stiefmütterlich behandelt oder gänzlich vernachlässigt. Während man in den visuellen Auftritt viel Zeit, Herzblut und Geld steckt, wird die Sprache wenig beachtet. Dabei ist es doch gerade die Wahl der richtigen Worte, die letztlich Emotionen weckt und einer Marke ihren unverwechselbaren, individuellen Charakter verleiht.

Jede sprachliche Kommunikation – ob mit Kunden, Lieferanten oder unter Mitarbeitern – vermittelt ein Stück des Unternehmensbildes. Besonders im Zeitalter von E-Mail und Social Media droht die Sprachkultur zu zerfallen. Das Image eines Unternehmens kann dadurch durchaus negativ beeinflusst werden. E-Mails ohne Betreff und korrekte Anrede des Empfängers; Abkürzungen und Anglizismen, welche die Kernbotschaft wie Unkraut überwuchern: Dies alles sind praxisbekannte Beispiele, in denen Corporate Language beste Dienste im Sinne einer einheitlichen Sprachregelung leisten würde.

Denn: Ohne Anleitung kommunizieren Mitarbeiter so, wie sie es gewohnt sind. Oft ist sich der Schreiber der Wirkung der gewählten Sprachform nicht bewusst oder glaubt, durch eine geschwollene Wortwahl die eigene Kompetenz zu betonen. Eine klar verständliche Sprache ist dabei selten das Ergebnis.

Nehmen wir beispielsweise Kundenmailings: Oft passiert es hier, dass der Produktentwickler einen völlig anderen Text verfasst, als ihn ein Verkäufer oder gar die Geschäftsführerin geschrieben hätten. Während nämlich der Entwickler von technischen Produktraffinessen schwärmt, betont der Verkäufer seiner Aufgabe entsprechend den attraktiven Preis. Die Geschäftsführerin ihrerseits lobt gern die traditionellen Werte der Unternehmung und hebt diese im Mailing hervor. Der Leser mit seinen Bedürfnissen geht dabei vergessen. Dabei soll doch eigentlich gerade er von einer charakteristischen Sprache, die den Nutzen des Produkts betont, verführt werden.

Wie schafft es ein Unternehmen, seine Marke und seine Identität dem gewünschten Image mittels Sprache näher zu bringen? Indem es sich eine eigene Sprachwelt schafft, die bei Kunden, Geschäftspartnern und dem gesamten Umfeld für Wiedererkennung sorgt. Die Corporate Language wird anhand der Unternehmensphilosophie und der Unternehmensstrategie entwickelt und in die Unternehmensidentität integriert. Durch die unverwechselbare Sprache des Unternehmens werden Produkte und Marken geformt und ihnen der unverwechselbare Charakter eingehaucht. Sprache hat die Macht, den Konsumenten zu verführen, ihn zu begeistern und ihn letztendlich zum Kauf zu bewegen.

Ein Regelwerk für die Corporate Language ist der Anfang eines unverwechselbaren Sprachauftritts. Da Handbücher und Anleitungen aber gerne auf Nimmerwiedersehen in den Pultschubladen verschwinden, ist es erfolgsentscheidend, die Mitarbeiter hinsichtlich der Wirkung der Sprache immer wieder aufs Neue zu sensibilisieren. Die definierte Sprachkultur soll gefördert, in jeder Facette und in jedem Bereich angewendet und natürlich auch zelebriert werden.

aranea marketing
www.aranea-marketing.ch *Gabriela Gees*

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Anzeigen

andere sichtweisen andere haltungen andere ergebnisse
andere sichtweisen andere haltungen andere ergebnisse
andere sichtweisen andere haltungen andere ergebnisse
andere sichtweisen andere haltungen andere ergebnisse
andere sichtweisen andere haltungen andere ergebnisse

CALEB VISION

Wir machen Unternehmer fit!

Informieren Sie sich auf www.caleb-vision.ch

Die Firma Antares bietet das gleiche Angebot wie Cablecom oder Swisscom. Doch die Firmenzentrale liegt nicht im Prestige-Hochhaus, sondern im Einfamilienhauskeller. Und übertragen wird via Funk.

Im Untergeschoss eines Hinwiler Einfamilienhauses überwachen Ernst Lüber (57) und sein Sohn Mathias (28) ihr eigenes Datennetz, mit dem ihre Kunden im Internet surfen oder telefonieren können. Im Unterschied zu anderen Telekom-Anbietern übermittelt die Firma Antares Kommunikationstechnik die Daten jedoch nicht durch kilometerlange Kabelnetze in der Erde, sondern mittels Richtfunk durch die Luft. Getauft haben sie ihr eigenes Netz auf den Namen antanet.ch. «Die Technologie wird bereits seit über fünfzig Jahren eingesetzt, jedoch wissen viele Leute nicht, dass die Datenübertragung durch die Luft überhaupt funktioniert», sagt CEO Ernst Lüber. Überhaupt sei es eine der grossen Schwierigkeiten, potenziellen Kunden verständlich zu machen, was das Unternehmen denn überhaupt anbiete, sagt Lüber.

Das Netz wächst mit den Kunden

Will ein Kunde die Dienste des Familienbetriebs nutzen, wird auf dem Dach des Abonnenten ein Sender/Empfänger installiert, der die Daten über verschiedene Knotenpunkte ins nächstgelegene Datencenter versendet.
Bis zu dreissig Kilometer legen die Datenpakete dann mit Lichtgeschwindigkeit bis zur nächsten Station zurück. Im Datencenter werden diese schliesslich mit dem globalen Netzwerk verbunden. Voraussetzung für den erfolgreichen Lufttransport ist eine Sichtverbindung der Stationen. Kann keine direkte Verbindung zum Kunden hergestellt werden, werden die Daten über verschiedene Stationen an den gewünschten Zielort transportiert. «Der Aufbau eines eigenen Netzes ist nicht billig, wir wachsen deshalb auf Anfrage», beschreibt Ernst Lüber die Firmenphilosophie.
Das Netz wird somit nur erweitert, wenn neue Kunden ans Netz angeschlossen werden.

Vom Bodensee bis nach Zug

Derzeit deckt das Netz den Kanton Zürich und verschiedene Gebiete in der Ost- sowie in der Zentralschweiz ab. Dadurch können Kunden zwischen Bodensee, Zug und Glarus das Antares Funknetz in Anspruch nehmen. Vor zehn Jahren wäre der Aufbau eines eigenen Netzes aufgrund der teuren Geräte unvorstellbar gewesen. «Wir hätten einem Kunden 50 000 Franken für die Aufschaltung unserer Dienste verrechnen müssen», sagt Mathias Lüber. Heute seien die Kosten der Geräte deutlich geringer.

Antares Kommunikationstechnik ist ein dreiköpfiges Familienunternehmen. Angefangen hat die Firmengeschichte 1989 mit Ernst Lübers Leidenschaft für Funkgeräte. Neben seiner Tätigkeit in einem Klub für Amateurfunker reparierte er Funkgeräte für verschiedene Feuerwehren. Aufgrund der stetig wachsenden Nachfrage gab er seinen Job beim Schweizer Fernsehen auf und konzentrierte sich auf den Verkauf und Reparaturarbeiten von Funkgeräten. Mathias Lüber stieg nach der Schulzeit in die Firma ein und absolvierte eine Informatikerlehre. Durch die Verbindung des Computerwissens des Sohns und der Kenntnisse des Vaters über Funkgeräte entstand die Idee zum eigenen Funknetz, an das vor sechs Jahren der erste Kunde angeschlossen wurde. Tochter Kerstin erledigt im Teilzeitpensum das Büro.

Grosse sind keine Konkurrenz

Durch den Aufbau eines unabhängigen Funknetzes nimmt das Hinwiler Unternehmen einen Nischenplatz im Telekom-Markt ein. Dies bedeutet wirtschaftliche Sicherheit. Konkrete Anzeichen, dass die grossen Anbieter wie die Swisscom in den Richtfunkmarkt einsteigen, sind laut Ernst Lüber im Moment keine vorhanden. Preislich positioniert sich das Unternehmen im mittleren Preissegment.
Attraktiv ist das Angebot vor allem für Kunden in wenig erschlossenen Gebieten. Längst nicht jede Gemeinde ist nämlich ans Glasfasernetz angeschlossen, «auch wenn das gerne behauptet wird», wie Ernst Lüber sagt. Eine Richtfunkantenne zu erstellen, ist deutlich billiger, als ein Glasfaserkabel zu verlegen. Zu den Kunden des Familienunternehmens zählen auch Institutionen, die sich den Ausfall der Kommunikation nicht leisten können. So nutzt das Spital in Wetzikon das unabhängige Datennetz als Notversorgung, wenn das Kabelnetz ausfallen sollte.

Wenn der Bagger mit dem Kabel

«Das Glasfasernetz ist anfällig auf Naturkatastrophen», sagt Mathias Lüber. Aber auch durch die zahlreichen Bauvorhaben bestehe die Gefahr, dass die Kabelnetze in der Erde beschädigt werden. «Als ich diese Problematik einem potenziellen Kunden erklären wollte, wurde ich belächelt», erinnert er sich an ein Verkaufsgespräch. Kurze Zeit später habe der Kunde aber seine Dienste in Anspruch genommen, weil bei Baggerarbeiten in der Nachbarschaft, das Kabelnetz gekappt wurde. Trotz der kabellosen Übertragung ist auch das Richtfunknetz nicht vollständig vor Naturgewalten sicher. «Der Blitz ist eine Gefahrenquelle», bestätigt Mathias Lüber. Vor allem auf hohen Sendetürmen besteht die Gefahr, dass die Anlagen von Blitzen getroffen werden. Glücklicherweise hat der Blitz bis heute noch in keine der Antares-Anlagen eingeschlagen. Schlechtes Wetter sei für die Datenübertragung hingegen kein Hindernis.

Ernst Lüber

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

An alle KMU:

Suchen Sie kreative Ideen und Texte, die alles auf den Punkt bringen?

Wenn ja, klicken Sie doch bitte auf

www.hugoaebersold.ch oder www.werbetexter-bern.ch

und sehen Sie

☐ was ich mit Macherlaune alles kreiere, formuliere, adaptiere oder redigiere

☐ in welche Branchen und Bereiche ich mich eingearbeitet habe

☐ oder welche Schlagzeilen wirklich eingeschlagen haben

Es freut mich, wenn Sie mit mir Kontakt aufnehmen

Hugo Aebersold
Werbekonzeptionen & Texte
Höheweg 11
3037 Herrenschwanden
Tel. 031 302 24 41
hugo.aebersold@swissonline.ch
www.hugoaebersold.ch

Hugo Aebersold

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Das SAWI

Das SAWI wurde 1968 als Verein mit der Idee gegründet, dass sich die Ausbildung und Weiterbildung durch die Kommunikationsbranche selbst organisiert. Alle führenden Verbände und Vereinigungen der Schweizer Kommunikationsbranche – Berufsorganisationen, Unternehmen, Werbeagenturen, Zeitungsverleger – gehören der Trägerschaft SAWI an oder sind Sponsoren bzw. Kooperationspartner. Heute umfasst der Verein über 200 Mitglieder.

Heute gehört das SAWI dank über 40-jähriger Erfahrung zu den führenden Schweizer Ausbildungsinstituten im Bereich Marketing, Kommunikation und Verkauf.

Was spricht für eine Weiterbildung am SAWI:

- über 40 Jahre Erfahrung im Weiterbildungsbereich in den Branchen Marketing, Werbung und Verkauf
- über 20'000 Studenten seit der Gründung
- begrenzte Klassengrössen und dadurch hoher Interaktionsgrad zwischen Dozenten und Studenten
- hochkarätige Dozenten von Universitäten und Fachhochschulen sowie praxiserprobte Profis von führenden Unternehmen
- individuelle und persönliche Betreuung der Klassen
- grosse und helle Schulräume mit leistungsfähigem WLAN-Zugang
- 18 PC-Workstations mit Gratis-Internetzugang
- diverse Räume für Gruppen- oder Einzelarbeiten
- Lounge mit Automatenverpflegung, Kühlschrank und Kochmöglichkeit
- Die Schulungszentren in Zürich-Stettbach und Bern sind ab Bahnhof innert weniger Minuten zu Fuss erreichbar

Der topaktuelle Lehrgang Social Media Marketing

Social-Media ist mittlerweile nicht nur für Privatpersonen ein bestimmendes Alltagsthema geworden, sondern das zielgerichtete Management von Social-Media-Aspekten ist für jedes Unternehmen von entscheidender Bedeutung. Sich mit dem Thema Social-Media auseinander zu setzen heisst letztlich den Kommunikationsmix zu ergänzen und zu optimieren. Die Social-Media-Plattformen haben die klassischen Kommunikationsinstrumente ergänzt und teilweise auch verändert.

Das SAWI als Kommunikationsfachschule biete aus diesen Gründen ab Oktober 2011 einen Diplom-Lehrgang zum Thema Social Media Marketing an.

Welches sind die Ziele des Lehrgangs?

Die Absolventen des Lehrgangs lernen die wichtigen und relevanten Social-Media-Plattformen kennen und den Nutzen für die Zielgruppen des Unternehmens abzuleiten. Zudem können die Absolventen auf Basis der vorgegebenen Unternehmensstrategie eine Social-Mediastrategie im Sinne der integrierten Kommunikation entwickeln. Die Studenten lernen das Grundwissen bezüglich rechtlicher Aspekte zum Thema sowie die Tools und Hardware, welche einen zielgerichteten und erfolgreichen Einsatz von Social-Media-Instrumenten ermöglicht.

Welche Zielgruppe spricht der Lehrgang an?

Der Lehrgang richtet sich an Mitarbeitende in Unternehmen mit direktem oder indirektem Bezug zum Thema Social-Media-Management. Darin sind alle Mitarbeiter in Grossunternehmen, KMU's, Dienstleistungsfirmen in der Kommunikationsbranche, öffentlichen Betrieben sowie auch Nonprofit-Organisationen zu verstehen.

Es sind vor allem auch Kommunikationsprofis angesprochen, die den Kommunikationsmix als sich verändernden, immer neu auszurichtenden Management-Prozess verstehen und diesen auch gezielt steuern.
Der Lehrgang richtet sich an Personen, die idealerweise schon Basiswissen und Erfahrungen im Einsatz mit Social-Media-Instrumenten mitbringen.

Was beinhaltet der Lehrgang?

Modul I):
Paradigmawechsel in der Marketingkommunikation durch Social Media

Modul II):
Erscheinungsformen von Social Media und den Umgang damit

Modul III):
Einflüsse von Social Media auf die Unternehmenskommunikation und Markenpositionierung mit Hilfe von Social Media Marketing

Modul IV):
Aufbau eines Netzwerks mit Hilfe von Social Media Marketing und die Auswirkungen auf das Dialogmarketing

Modul V):
Social Media im Innovationsmanagement

Lehrgangsdauer und Unterrichtszeiten

Der Unterricht findet modulartig statt. Die Module werden jeweils von Donnerstag bis Samstag ganztägig einmal pro Monat durchgeführt.
Der Lehrgang wird mit einer Diplomarbeit zu einem Thema aus dem Bereich Social Media abgeschlossen.

Lehrgangsleitung und Kontakt

Lehrgangsleitung:
Michael Broglin, Fachbereichsleiter Marketing & Verkauf, Mitglied der Geschäftsleitung SAWI
m.broglin@sawi.com; 044 / 802 25 02

Informationen und Beratung:
Karin Beeler, Beratung & Verkauf, SAWI
k.beeler@sawi.com; 044 / 802 25 05

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Schweizerisches Ausbildungszentrum für Marketing, Werbung und Kommunikation

sawi
WO PRAXIS SCHULE MACHT.

Telefon +41 44 802 25 00, Fax +41 44 802 25 25, www.sawi.com

Übersetzung - Redaktion - Adaption
Ihr Übersetzungsbüro TRADACTION

Das Übersetzungsbüro TRADACTION arbeitet im Dienste Ihrer Kommunikation. Unser Stichwort «Qualität» wird durch Effizienz, Schnelligkeit und Vertraulichkeit verstärkt. Wir liefern Texte, die mit Ihrer Botschaft übereinstimmen. Seit Jahren schenken uns unterschiedlichste Kunden der Privatwirtschaft (CH-Grosshändler, Bahnbetriebe, usw.) sowie der öffentlichen Hand (Bund, Spitäler, usw.) ihr Vertrauen. Dank fortlaufender Weiterbildung und spannenden Projekten werden Service und Kundenorientierung täglich neu erlebt!

Porträt

Laure Rondez gründete TRADACTION im Jahr 2003. Im Oktober 2002 schloss sie ihr Studium der Geisteswissenschaften an der Universität Neuenburg (Französisch, Deutsch und Psychologie) mit einem Lizenziat ab. Aufgrund ihrer Ausbildung und ihres beruflichen Werdegangs (Übersetzerin des Eidgenössischen Departements für Verteidigung, Übersetzerin Kommunikation / Werbung bei Privatagentur) ist sie für die Übersetzungen vom Deutschen ins Französische zuständig. Sie verfügt auch über ausgezeichnete Kenntnisse in Englisch und Italienisch sowie gute Spanischkenntnisse.

Unsere Leistungen

Dank einem Netzwerk qualifizierter Übersetzerinnen und Übersetzer mit spezifischen Sprachen und Fachgebieten übersetzen wir Ihre Texte in verschiedene Kombinationen (Deutsch – Französisch – Englisch – Italienisch– Spanisch). Unsere Schwerpunktsthemen sind u. a. Marketingtexte, Werbetexte, Personalschulung, Berichte, Konzepte, Jahresberichte, Powerpoint-Präsentationen, Prospekte, usw.

Bei Aufträgen mit anderen Sprachkombinationen dienen wir als Vermittler und sorgen für alle erforderlichen Schritte, damit Sie Ihre gewünschten Texte innert der vereinbarten Fristen erhalten. Wir übernehmen auch gerne das Korrekturlesen und die Adaptation Ihrer Texte. Unser Versprechen: die terminologische Kohärenz Ihrer Texte.

Neue Homepage TRADACTION.CH

Seit Dezember 2010 ist unsere neue Homepage online. Ein Besuch lohnt sich auf jeden Fall: Sie erfahren alles über unser Geschäft. Haben Sie eine Frage oder wünschen Sie einen unverbindlichen Kostenvoranschlag? Dann füllen Sie einfach das Kontaktformular aus – wir antworten immer innert kürzester Frist.

Unternehmertreffen in Zug am 24. März 2011

TRADACTION wird dabei sein! Zögern Sie nicht, uns zu besuchen. Wir stellen Ihnen unsere Arbeitsweise und unsere Dienstleistungen gerne vor - auch mit aktuellen Endprodukten wie Prospekten, Büchern und Websites. Wir freuen uns auf Sie! *Laure Rondez*

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

tradaction
BUREAU DE TRADUCTION

MEHR ALS SIE ERWARTEN.
DIE NEUEN ECOSYS MFPs VON KYOCERA.

Gäbe es eine intelligentere, zuverlässigere und effizientere Art Ihre Dokumente zu verwalten – Sie würden es gerne wissen, oder? Dann nehmen Sie sich Zeit, die neuen SMART MFPs von KYOCERA kennen zu lernen. Sie sind platzsparend, liefern professionelle Ausdrucke und Kopien in A4 und A3, Schwarzweiss und Farbe. Zusätzlich verfügen sie standardmässig über Scan- und Fax-Funktionalität. Zählen Sie noch die ECOSYS-Technologie von KYOCERA, mit ihren bewährten langlebigen Komponenten und der ausserordentlichen Wirtschaftlichkeit dazu und schon haben Sie die perfekte Antwort auf alle Document Management-Anforderungen, die in Ihrem Unternehmen vorkommen können.

- Einfach zu installieren
- Einfach zu benutzen, dank grossem Touch-Panel
- Einfach in jedes Büro zu integrieren durch 360° Allround-Design
- Einfach im Service und einfaches Wechseln des Toners

Erfahren Sie mehr über die neuen SMART-Multifunktionssysteme von KYOCERA. Ab März im Fachhandel erhältlich. Für mehr Informationen rufen Sie uns an: 044 908 49 49

KYOCERA. WIRTSCHAFTLICHER DRUCKEN UND KOPIEREN.

KYOCERA MITA Europe B.V., Niederlassung Schweiz – Tel: 044 908 49 49 – www.kyoceramita.ch
KYOCERA MITA Corporation – www.kyoceramita.com

THE NEW VALUE FRONTIER

KYOCERA

SWICA und DKV Globality – Ihre Partner für weltweiten Krankenversicherungsschutz und zuverlässigen Service. SWICA, Ihr starker Partner bei Prävention, Krankheit und Unfall, und DKV Globality, einer der international führenden Experten für Expatriates, bieten international operierenden Unternehmen und ihren weltweit tätigen Mitarbeitenden massgeschneiderte, innovative Lösungen. Mit **Globality CoGenio®** ist die Gesundheit Ihrer Mitarbeitenden immer in guten Händen, wohin sie auch gehen – mit umfassendem ambulanten, stationären und zahnärztlichen Versicherungsschutz sowie mit unkompliziertem Zugang zu professioneller Betreuung und medizinischen Dienstleistungen überall auf der Welt. Bei ihrer Rückkehr in die Schweiz nutzen sie ohne Gesundheitsprüfung die SWICA-Privatpatientenversicherung. Vertrauen Sie unserer Erfahrung.

Rufen Sie uns an unter: +352 270 444 2202 oder besuchen Sie uns im Internet: www.dkv-globality.com.

SWICA
GESUNDHEITSORGANISATION

DKV GLOBALITY

DKV Globality. Globally yours.

KMU brauchen Coaching für ihre nachhaltige Entwicklung

Arnold Gredig

Heinz Nater

Kleinen und mittleren Unternehmen fehlt es oft an Zeit und Ressourcen für die Unternehmensentwicklung. Insbesondere wenn es darum geht, Betriebe finanzierungs- und nachfolgefähig zu machen. Gefragt ist ein Coaching, das weit mehr als eine klassische Beratung umfasst. Es braucht einen verlässlichen, vertrauenswürdigen Partner als Projektleiter, der die Koordinierung der notwendigen Fachexperten wahrnimmt. KMU-Finanzexperten leisten wertvolle Dienste auf dem Weg zur nachhaltigen Zukunftssicherung und bei Transaktionen.

Arnold Gredig, Treuhänder in Thusis, stellte sich den Fragen von Heinz Nater.

Heinz Nater: Warum sind Sie der Ansicht, dass gerade in kleineren Unternehmen Handlungsbedarf angesagt ist?

Arnold Gredig: Bekanntlich umfasst der KMU-Bereich mehr als 95 Prozent aller Unternehmungen in der Schweiz. Die meisten dieser KMU beschäftigen weniger als 25 Mitarbeitende. Fehlende betriebswirtschaftliche Kenntnisse und mangelnde Unternehmungsführungsqualität bei den Gewerblerinnen und Gewerblern wirken sich negativ auf die Wertschöpfung dieser Gewerbebetriebe aus. Als langjähriger Steuerberater und Treuhänder im KMU-Bereich musste ich feststellen, dass die reine Beratung in diesem Bereich, allein bezogen auf die fachliche Unterstützung, sicher mehr oder weniger stimmt, die echte Kundenbetreuung damit aber nicht erfüllt ist. Auch im KMU-Bereich mit bis zu 20 Mitarbeitenden genügt alleinige Fachberatung nicht mehr. Hier ist ein persönliches Coaching angesagt.

Welche Ziele hat diese Gesamtberatung bei KMU-Unternehmen und deren Patrons zu erfüllen?

Das Ziel der Gesamtberatung liegt darin, mittels ganzheitlichem Denken und Handeln, sämtliche betriebswirtschaftlichen, finanziellen, versicherungsbezogenen, rechtlichen und steuerlichen Bedürfnisse des Unternehmers und der Unternehmung zu befriedigen.

Dafür braucht es enormes Fachwissen und grosse praktische Erfahrung. Der KMU-Finanzexperte entspricht diesem zunehmenden Bedürfnis nach umfassender Beratung und Betreuung.

Warum braucht es KMU-Finanzexperten und was unterscheidet diese von herkömmlichen Beratern?

Der KMU-Finanzexperte ist ein Generalist und Coach. Im Unterschied zur herkömmlichen Beratertätigkeit befasst sich der Coach mit Projektrealisationen. Er erteilt nicht nur Ratschläge, sondern setzt diese praktisch bis zur Zielerreichung um. Gefragt ist daher neben Fachwissen vor allem auch unternehmerisches Denken und persönliches Engagement. Von eminenter Wichtigkeit sind zudem die Sozialkompetenz und das psychologische Flair.

Gerade bei der Umsetzung von sensiblen Geschäften, wie Nachfolgeregelungen von Unternehmen, sind es oft die sogenannten weichen Faktoren, wie beispielsweise einfühlsames psychologisches Verhandeln, die letztlich zum Durchbruch bei Verhandlungen und Entscheidungen und damit zum Erfolg führen.

Die Finanzierungs- und Nachfolgefähigkeit aktiv zu gestalten; dies macht sich für KMU-Unternehmen und deren Patrons mehr als bezahlt.

KMU-Finanzexperten übernehmen die Aufgaben, die bei der Vorbereitung einer Finanzierung oder Nachfolgeregelung zu erledigen sind; von der aktiven Gestaltung des individuellen Nachfolgeprozesses bis hin zur Koordinierung der notwendigen Fachexperten in der Umsetzung. KMU-Unternehmer gewinnen damit Zeit und profitieren vom Wissen und der Erfahrung ihres KMU-Finanzexperten. Damit kann eine professionelle Durchführung, als Voraussetzung für den Erfolg einer strategischen Transaktion, sichergestellt werden. Die Resultate frühzeitig etablierter Prozesse können so direkt in eine Geschäfts- und Verkaufsdokumentation einfliessen. Die frühzeitige Vorbereitung erhöht zudem die Chancen, ein Unternehmen zum richtigen Zeitpunkt anzubieten und einen guten Verkaufspreis zu erzielen. Nur gut geführte und vorbereitete Unternehmen mit Zukunftspotenzial erzielen am Markt den besten Preis und lassen sich jederzeit verkaufen. Effektivität und Wirksamkeit dieses ganzheitlichen Coachings sind messbar und die Kosten-/Nutzen-Ratio für KMU-Unternehmen und KMU-Unternehmer stimmt.

Durch Beizug eines erfahrenen, gut ausgebildeten, neutralen und überregional ausgerichteten Projektleiters – dem KMU-Finanzexperten – spart der Unternehmer Kosten und vermeidet unnötige Risiken.

Öffnen sich Steuerberatern und Treuhändern mit der Zusatzausbildung zum eidg. dipl. KMU-Finanzexperten neue Geschäftsmöglichkeiten?

Das Schöne in unserer Branche ist, dass wir Treuhänder die Möglichkeit haben, uns entsprechend unseren Fähigkeiten am Markt zu positionieren und, allenfalls im Team, Zusatzdienstleistungen anzubieten, die uns bei unseren Kunden attraktiv und wertvoll machen. Mit einer verbesserten KMU-Betreuung leisten wir nicht zuletzt einen Beitrag zur Stabilisierung der schweizerischen Volkswirtschaft.

Arnold Gredig ist Partner, Verwaltungsrat und Geschäftsleitungsmitglied in einer KMU-Treuhandgesellschaft im Kanton Graubünden. Als langjähriger Treuhänder, Finanzexperte und Steuerberater kennt er die Sorgen und Nöte der Unternehmerinnen und Unternehmer und der Unternehmungen.
Gredig + Partner AG, www.gredig-partner.ch

Heinz Nater ist Partner der Advaris GmbH in Zürich. Seine langjährige Erfahrung in der Führung und im Coaching von Unternehmungen bringt er als Hauptdozent in den Lehrgang zum eidg. dipl. KMU-Finanzexperten ein.
Advaris GmbH, www.advaris.ch

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

KMU-Finanzexperte mit eidg. Diplom – mehr Finanzkompetenz für KMU!

Das IfFP Institut für Finanzplanung in Zürich führt jährlich Kurse zum KMU-Finanzexperten durch. Der Kurs dauert rund 16 Monate und umfasst 50 Ausbildungstage in 11 Fachmodulen. Die Kursgebühr beträgt CHF 15'000 (ohne Prüfungsgebühren). Der Kurs führt zur eidgenössischen Abschlussprüfung (Diplomarbeit und mündliche Prüfung). Der nächste Kurs startet am 13. Mai 2011.
Information und Anmeldung beim IfFP Institut für Finanzplanung, www.iffp.ch.
Interessenten ist eine persönliche Studienberatung zu empfehlen:
info@iffp.ch oder Tel. 058 800 56 00.

Der Nachhaltigkeitsbericht – mehr als nur ein Kommunikationsinstrument

Die Kommunikation über die gesellschaftlichen und ökologischen Auswirkungen von Unternehmen gewinnt an Bedeutung. Neben einem Geschäftsbericht veröffentlichen immer mehr Unternehmen auch Informationen über ihre Nachhaltigkeitsleistung. Die Qualität dieser CSR- oder Nachhaltigkeitsberichte ist allerdings sehr unterschiedlich: Im schlechtesten Fall erschöpfen sie sich in leeren PR-Floskeln, im besten Fall setzen sie eine kontinuierliche Verbesserungsspirale in Gang und unterstützen Unternehmen auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Leistungserbringung.

Der Nachhaltigkeitsberichterstattung wird immer grössere Bedeutung zugemessen, und in Ländern wie Frankreich und Schweden ist sie bereits vorgeschrieben. Auch in der Schweiz ist das Thema aktuell: Gegenwärtig ist eine Motion im Nationalrat hängig, die die Berichterstattung über Umwelt-, Sozial- und Governance-Aspekte ins Schweizer Börsenreglement integrieren will. Auch wenn sich die Berichterstattungspflicht auf gesetzlicher Ebene momentan kaum durchsetzen wird, so erwarten viele Stakeholder dennoch, dass Unternehmen ein ganzheitliches Bild ihrer Tätigkeit vermitteln und zeigen, welche Auswirkungen ihr Handeln auf Umwelt, Umfeld und Lieferkette hat.

Die Forderung nach mehr Transparenz über die Folgen der unternehmerischen Tätigkeit hat verschiedene Gründe. Zum einen haben sich viele Unternehmen in den letzten Jahrzehnten zu global tätigen, mächtigen und stark vernetzten Akteuren entwickelt, deren Handeln im Falle von Misswirtschaft oder Unfällen potenziell enorme ökologische und gesellschaftliche Auswirkungen haben kann. Die Explosion von BPs «Deepwater Horizon» oder Ereignisse wie der Beinahe-Kollaps der UBS verdeutlichen dies. Zum anderen unterhalten heute die meisten Unternehmen Geschäftsbeziehungen mit Lieferanten in unterschiedlichsten Ländern. Die Produktionsbedingungen in diesen weltumspannenden Wertschöpfungsketten sind jedoch oft nicht mit den hiesigen Standards vergleichbar, und Unternehmen können sich mit Themen wie Kinder- oder Zwangsarbeit konfrontiert sehen. NGOs wie z.B. die Erklärung von Bern sowie sensibilisierte Konsumenten wollen vermehrt wissen, unter welchen Bedingungen der unternehmerische Gewinn erwirtschaftet wird.

Dem zunehmenden Legitimationsdruck begegnen immer mehr Unternehmen mit der Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichts. Der Wert dieser Berichte muss allerdings kritisch hinterfragt werden. Oft sind die Berichte zwar gut gemeint, erschöpfen sich aber in anekdotischen Schilderungen von Einzelinitiativen, wohingegen ein systematischer Zugang zu den sozialen und ökologischen Auswirkungen und eine strategische Einbettung des Themas fehlen. Der Wert solcher Berichte für die verschiedenen Stakeholder ist eher gering, Transparenz wird nur bedingt hergestellt, und der Vorwurf des «Greenwashing» liegt nahe.

Qualität und Wert solcher Berichte können jedoch erheblich gesteigert werden, wenn sie in einem strukturierten Prozess erarbeitet werden, wie ihn z.B. die Global Reporting Initiative (GRI) entwickelt hat. Zudem wissen wir aus unserer täglichen Beratungspraxis, dass ein solch systematisch durchgeführter Berichterstattungsprozess in Unternehmen auf unterschiedlichen Ebenen Mehrwert schafft und oft eine Verbesserungsspirale in Gang setzt: Die regelmässige Zusammenstellung von Informationen und Indikatoren zu sozialen und ökologischen Themen initiiert im Unternehmen eine Diskussion darüber, was Nachhaltigkeit für das Unternehmen überhaupt bedeutet.

- Welche Themen sind wichtig für ein Unternehmen und seine Stakeholder?
- Gibt es übereinstimmende oder unterschiedliche Erwartungen?
- Wie sind die verschiedenen Erwartungen zu gewichten?

Die Auseinandersetzung mit solchen Fragen führt dazu, dass ein Bewusstsein für Nachhaltigkeitsthemen entwickelt wird und diese systematischer gemanagt werden.

Mit einem systematischen Berichtsprozess erhält ein Unternehmen ein Instrument, mit dem die eigenen Stärken und Schwächen im Nachhaltigkeitsbereich herausgearbeitet werden können. Weiter hilft der Prozess, zu identifizieren, welche Themen überhaupt relevant sind, und unterstützt bei der Frage, wie die entsprechende Leistung anhand von klaren Kennzahlen abgebildet und gemessen werden kann. Ein guter Nachhaltigkeitsbericht dient zwar auch der Dokumentation der vergangenen Leistungen, noch wichtiger aber ist, dass er dazu anregt, Ziele zu setzen, Massnahmen zu definieren und die soziale und ökologische Leistung zu verbessern. Der Berichterstattungsprozess ist folglich nicht losgelöst, sondern als Teil des Strategieprozesses zu verstehen.

Ein sorgfältig aufgesetzter, durchdachter und auf die relevanten Themen fokussierter Nachhaltigkeitsbericht ist somit weit mehr als ein reines Kommunikationsinstrument. Viel eher kann er als de-facto-Managementsystem verstanden werden. Dieses hilft dabei, das auf den ersten Blick wenig greifbare Thema «Nachhaltigkeit» zu analysieren und konkretisieren, entsprechende Ziele zu setzen, Prozesse zu implementieren und die Leistung auszuweisen, und trägt so letztlich zu einer nachhaltigeren Unternehmensführung bei.

Dr. Irène Perrin und Peter Teuscher

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Autoren

Dr. Irène Perrin ist Senior Consultant bei BSD Consulting; Peter Teuscher ist Geschäftsführer bei BSD Consulting. BSD Consulting ist eine international tätige, auf Nachhaltigkeitsthemen spezialisierte Unternehmensberatung. Sie unterstützt Organisationen aller Art bei der Entwicklung und Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien und der Kommunikation darüber. BSD Consulting ist zudem zertifizierter Trainingspartner der Global Reporting Initiative (GRI) sowie GRI-Datenpartner für die Schweiz.

Termine

Zusammen mit sanu | bildung für nachhaltige entwicklung bietet BSD Consulting ein von der Global Reporting Initiative (GRI) zertifiziertes Training an, in dem das nötige Wissen vermittelt wird, um einen an GRI orientierten Nachhaltigkeitsbericht zu erstellen. **Die nächsten Kurstermine** sind der **1./2. März 2011** und der **7./8. April 2011**.

Zudem bieten BSD Consulting und sanu einen Kurs an, in dem Unternehmen erfahren, wie sie soziale und ökologische Kriterien in ihre Beschaffungsaktivitäten und -entscheidungen integrieren können. **Der nächste Kurstermin** ist der **16. März 2011**.

Weitere Informationen unter www.sanu.ch

Erfolgsfaktor Risiko Management in KMU «Wer nichts wagt, gewinnt nichts…»

Bettina Hübscher, *Juristin MLaw, Korporationsschreiberin Korporation Kerns und Geschäftsführerin Sportcamp Melchtal*
Absolventin des Lehrganges Master of Advanced Studies in Risk Management an der Hochschule Luzern – Wirtschaft, in Luzern

Markus Heer, *Teamleiter Lieferanten Management Qualität in der Pilatus Aircraft Ltd*
Absolvent des Lehrganges Master of Advanced Studies in Risk Management an der Hochschule Luzern – Wirtschaft, in Luzern

Sicher haben Sie schon schlaflose Nächte erlebt, weil Sie vor einer wichtigen Entscheidung gestanden sind. Sie lesen Zeitung und stellen fest, dass sich die Welt schneller verändert als Sie wahrnehmen können.

Ein Unternehmer wird wo immer möglich seine Chancen nutzen um erfolgreich zu sein. Unternehmer sein, heisst nicht nur gute Arbeit zu leisten und die Kunden zufriedenzustellen, sondern auch rentabel zu sein. Viele nehmen die Herausforderung an und müssen mit ihren Entscheidungen immer wieder ans unternehmerische Limit gehen. Als angehende Risiko Manager attestieren wir, dass ein Unternehmer bereit sein muss, bewusst Risiken einzugehen. Heutzutage ändern sich die Rahmenbedingungen wie gesetzliche Anforderungen, technische Innovationen, Globalisierung, Umweltverständnis und Lebensweise ständig. Dies sind die Herausforderungen jedes Unternehmers. All diese Umstände bieten Chancen, beinhalten aber auch Risiken. Ist es möglich für einen KMU-Betrieb diese Risiken zu managen wie es in der Schweiz das Gesetz zur Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems (OR Art. 728) und einer Risikobeurteilung (OR Art. 663b Ziffer 12) vorschreibt? Es gilt zu bedenken, dass auch Firmen, die rechtlich nicht verpflichtet sind ein Risiko Management einzuführen, Risiken ausgesetzt sind. Die Verantwortung sich mit diesem Thema auseinanderzusetzen liegt bei der Unternehmensführung und dem Verwaltungsrat.

Es ist bekannt, dass die Risikokategorien nicht nur finanzielle Risiken abdecken. Dazu kommen Risiken, welche aus Katastrophen resultieren, strategischen Charakter haben sowie die operationellen Risiken, die ein vergleichbares Gewicht erhalten. In der Praxis sieht es häufig so aus, dass angebotene Tools und Methoden um solche Risiken zu managen, sich vor allem für grosse Einzelfirmen oder Konzerne eignen. Für einen KMU-Betrieb ist dann der Aufwand schlicht nicht machbar. Somit ist klar, dass das System einfach und nur mit den notwenigsten Funktionen ausgestattet sein muss, um ein Erfolg versprechendes Managen der Risiken zu ermöglichen. Es gibt auch Möglichkeiten die komplexe Thematik auf eine einfache und verständliche Weise auf das betreffende Unternehmen zuzuschneiden. Hierfür genügen Excel- und Word-Dokumente. Dadurch ist ein Risiko Management auch in kleinsten Betrieben einsetzbar. Es ist sogar möglich einen «Ein-Mann»Betrieb mit einem angepassten Risiko-Management auszustatten. Ein erster wichtiger Punkt, dass das Risiko Management im Unternehmen funktioniert, ist die Organisation. Denn das Risiko Management soll nicht als «Insellösung» funktionieren, sondern in den vorhandenen Abläufen integriert werden. Diese können beispielsweise in die Unternehmensprozesse eingebaut werden. Zentral dabei sind nachfolgende Phasen.

1. Phase Risiko-Identifikation – Kennzahlenübersicht

Die ersten zwei Phasen, die Identifikation und Analyse der Risiken, erfolgt nach Einrichtung einer Risikoorganisation. Die Identifikation ist in der Regel nicht ganz so einfach, wie man es sich vielleicht vorstellt. Aus unserer Sicht kann es nicht schaden, das eine oder andere Risiko zu viel in den Katalog aufzunehmen, welche die ganze Unternehmung abbilden. Dabei ist es wichtig, systematisch vorzugehen, wobei sich die Einteilung in Risikofelder als zwingend notwendig erweist.

Externe Risikofelder

- Kapital- und Kreditgeber
- Kunden
- Lieferanten und Kooperationspartner
- Konkurrenten
- Politik und Gesellschaft
- Wirtschaft und Technologie
- Natur

Anzeigen

Interne Risikofelder
- Führung
- Personal
- Prozesse
- Strategie, Strukturen und Kultur
- Optimierung und Erneuerung
- Infrastruktur und Betriebsmittel

In diesen Feldern sind Risiken zu suchen und am besten in einem kurzen prägnanten Satz zu beschreiben. Bspw. «Risiko eines Produktions-unterbruchs weil das bestellte Material nicht zum vereinbarten Termin x eintrifft.» Nachdem die Risikofelder systematisch nach möglichen Risiken durchsucht wurden, verfügt man über einen Risikokatalog.

2. Phase: Risiko-Analyse – mögliche Schadensausmasse

Bei der anschliessenden Risikoanalyse ist es geboten, in Szenarien zu denken. Hierbei zentral sind die mögliche Ursache und die mögliche Auswirkung. Diese Prüfung bildet die Basis für einen optimalen Steuerungsprozess. Je besser die Analyse der identifizierten Risiken durchgeführt wird, desto aussagefähiger sind die Ergebnisse der Bewertung der einzelnen Risiken. Hierfür können genaue Sachverhalte herangezogen werden. Sind bereits Ereignisse eingetreten, sollen diese auch in die Untersuchung mit einbezogen werden.

Mit der abschliessenden Bewertung der Risiken wird eruiert, welche Schäden für die Unternehmung tragbar sind und welche an die Substanz gehen. Für Letztere sind dringend Massnahmen zu erarbeiten, die anderen können bewusst eingegangen werden. Wichtig bei der Bewertung sind der Impact und die Häufigkeit eines Schadenseintritts. Es gibt Risiken, welche einen kleinen Impact, dafür häufig eintreten können oder Risiken, welche einen grossen Impact und eine seltene Eintretenswahrscheinlichkeit haben.

3. Phase: Risiko-Steuerung – periodischer Bericht Soll/Ist-Vergleich und Massnahmen

Die Steuerungsprozesse sollen zu einem risikoreduzierten Zustand hinwirken. Diese basieren auf den Analyseresultaten. Dabei zentral sind die Abweichung des Ist-Zustands vom angestrebten Ziel und die beabsichtigte Massnahme, die zum Soll-Zustand führen soll. Die wichtigsten Risiken sind hierbei mit Massnahmen zu steuern. Beim vorher genannten Beispiel muss mit einer Massnahme die Situation entschärft werden. Mögliche Massnahmen könnten wie folgt aussehen:
- Es sind Alternativ-Lieferanten zu suchen und zu etablieren
- Es sind höhere Vorräte anzulegen
- Der Einsatz von Alternativ-Materialien ist zu prüfen

4. Phase: Risiko-Kontrolle – funktionierendes Controlling

Mit der Überwachung und Kontrolle schliesst sich der Regelkreis. Diese bilden mit den Steuerungsprozessen einen dynamischen und parallel dazu verlaufenden Prozess, welcher immer wieder zu durchlaufen ist. Der Risikomanagment-Zyklus wird dadurch permanent aufrechterhalten. Die Kontrolle erfolgt auf der Basis von Risikoberichten an die verantwortlichen Personen. Deren Erkenntnisse und Entscheide werden in den Regelkreis entsprechend eingespeist. Dabei ist zentral, dass diese Grundprozesse und die vorhandenen Daten immer periodisch überprüft und bei Bedarf angepasst werden.

Eingliederung in die Organisation

Es zeigt sich, dass es von Vorteil ist, Personen einzusetzen, welche mit Motivation und dadurch aktiv im Risikomanagement-Prozess mitarbeiten. Wichtig ist auch hier, dass alle Verantwortungsträger im Unternehmen die Bedeutung des Risikomanagements kennen, das angewandte System verstehen und entsprechend mittragen. Gleichermassen ist es essentiell, dass ein Überwachungsorgan definiert wird, das dafür sorgt, dass die Ablaufschemen und Reportings sach- und ordnungsgemäss durchgeführt werden.

Fazit

Eine grosse Gefahr wird darin gesehen, dass die Einführung und die Umsetzung eines Risiko Managements nicht dem Unternehmen (Branche, Kultur, Grösse, Besonderheiten usw.) angepasst ist. Dadurch wird oft ein theoretisches System aufgebaut, das weder akzeptiert noch real gelebt werden kann. Der Einsatz von externen Beratern ist sinnvoll im Bezug der Unabhängigkeit, für die Fragestellungen und die Hilfeleistung der Aufarbeitung der Resultate. Die Geschäftsleitung muss hier aber klar die Führung und Verantwortung übernehmen und ihre Anliegen auch kommunizieren. Die Risikobereitschaft von Verantwortlichen kann sehr unterschiedlich ausgeprägt sein und trotzdem agieren beide erfolgreich. Das Risiko Management soll Ihnen als Unternehmer helfen, bewusst Risiken einzugehen, um die Chancen nicht ungenutzt vorbeiziehen zu lassen.

Festgehalten wird, dass es keine fertigen Lösungen eines Risiko Managements zu kaufen gibt, die Ihr Unternehmen anspruchsgerecht abbildet. Das Risiko Management muss erarbeitet werden, dies hilft die Mitarbeiter der Unternehmung zu sensibilisieren und das Verständnis dafür wecken. Entscheidungen müssen Sie als Unternehmer treffen und verantworten. Das Risiko Management unterstützt Sie dabei, indem Risiken formalisiert und dokumentiert werden. Das ermöglicht dem Betrieb Wissen und Erfahrungen von betriebsinternen Spezialisten für das Unternehmen zu sichern. **Es reicht nicht aus, nur seine Risiken zu kennen – man muss wissen, mit ihnen umzugehen und sie entsprechend zu managen.**

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Anzeigen

ofwi Orell Füssli Wirtschaftsinformationen

Verschaffen Sie sich eine 360-Grad-Sicht auf Ihre Kunden

Ob im B2B- oder B2C-Bereich, OFWI liefert Ihnen erstklassige und zuverlässige Informationen als Entscheidungsgrundlage für Ihre Geschäftsprozesse. Dank fundierter Bonitätsauskunfte und aussagekräftiger Risikobewertungen minimieren Sie Ihr Debitorenausfallrisiko und steigern gleichzeitig Ihre Effizienz. www.ofwi.ch

Kundengewinnung – Identifikation – Risikoprüfung – Umfeldrecherche – Monitoring

Orell Füssli Wirtschaftsinformationen AG, Hagenholzstrasse 81, CH-8050 Zürich, Tel. +41 44 305 12 12, Fax +41 44 305 12 14

Die vollstreckbare öffentliche Urkunde – eine starke Neuheit

Mit der neuen eidgenössischen Zivilprozessordnung (ZPO) wurde die vollstreckbare öffentliche Urkunde erstmals in die Schweizerische Rechtsordnung eingeführt. Im europäischen Rechtsraum ist diese seit längerem verbreitet und diese ausländischen Urkunden wurden in der Schweiz auch anerkannt und vollstreckt. Nur selber kannte die Schweiz dieses Institut bislang nicht.

Vorteil

Wesentlich für die vollstreckbare öffentliche Urkunde ist, dass der Gläubiger seinen in der Urkunde definierten Anspruch einfacher vollstrecken kann. Zwar handelt es sich bei der vollstreckbaren öffentlichen Urkunde nicht um ein Gerichtsurteil und die verpflichtete Person hat auch während laufender Vollstreckung die Möglichkeit das Gericht anzurufen; jedoch sind die Abwehrmöglichkeiten des Schuldners im Vollstreckungsverfahren beschränkt. Insbesondere reicht es nicht aus, wenn er seine Einwendungen bloss glaubhaft macht. Es muss ihm der Urkundenbeweis gelingen, ansonsten die Vollstreckung ihre Fortsetzung nimmt.

Inhalt

Sowohl Geldforderungen wie auch beliebige andere Leistungen können gesichert werden. In Frage kommen damit auch Sachleistungen (z.B. Lieferung von Ware, Bauleistungen), die Abgabe von Willenserklärungen (z.B. Grundbuchanmeldung), aber auch ein Dulden und Unterlassen (z.B. Verzicht auf eine Baueinsprache). Nur im Bereich des Konsumentenrechts wie auch im Miet- und Arbeitsrechts dürfen Ansprüche nicht direkt vollstreckbar gemacht werden.

Errichtung

Die öffentliche vollstreckbare Urkunde wird von einer Urkundsperson errichtet und muss insbesondere folgende Elemente enthalten:

- explizite Erklärung des Schuldners, dass er sich der direkten Vollstreckung unterwirft;
- Rechtsgrund der geschuldeten Leistung;
- Genügende Bestimmtheit der geschuldeten Leistung und Anerkennung durch den Schuldner.

Bei Errichtung der Urkunde muss die Leistung noch nicht fällig sein. Erst bei Einleitung des Vollstreckungsverfahrens muss der Gläubiger mit Urkunden die Fälligkeit beweisen können.

Direkte Vollstreckung

Hat die Urkunde eine Geldleistung zum Gegenstand, richtet sich die Vollstreckung nach dem SchKG. Allerdings hat der Schuldner seine Einwendungen nicht bloss glaubhaft zu machen, sondern mit Urkunden sofort und vollständig zu beweisen. Ausserdem gilt die Urkunde als definitiver Rechtsöffnungstitel.

Hat sich z.B. der Erwerber eines noch zu erstellenden Hauses für den Kaufpreis der sofortigen Vollstreckung unterworfen, so wird er allfällige Mängeleinreden kaum sofort mit Urkunden beweisen können. Der Erwerber wird in aller Regel den vereinbarten Kaufpreis vollständig bezahlen müssen. Sodann muss er seine Minderungsansprüche in einem separaten, ordentlichen Gerichtsverfahren geltend machen und trägt darin die ungeliebte Klägerrolle. Ohne Vollstreckungsunterwerfung hätte der Käufer ganz einfach einen Teil des Kaufpreises zurückbehalten können und es wäre Sache des Gläubigers gewesen, den Gerichtsprozess einzuleiten. Und erst danach wäre es dann eventuell zur Vollstreckung des Anspruchs gekommen.

Lautet die öffentliche Urkunde nicht auf die Leistung einer Geldsumme (sondern z.B. auf die Abgabe einer Willenserklärung), so stellt die Urkundsperson auf Antrag des Gläubigers hin dem Schuldner eine beglaubigte Abschrift der Urkunde zu und setzt gleichzeitig eine Frist von 20 Tagen zur Erfüllung. Lässt der Schuldner diese Frist verstreichen, kann der Gläubiger sofort beim zuständigen Gericht ein Vollstreckungsgesuch stellen. Auch dies vereinfacht und beschleunigt die Interessenwahrung des Gläubigers.

In Kürze

Die vollstreckbare öffentliche Urkunde ist ein sehr wirksames Instrument des Gläubigers zur schnelleren Vollstreckung seiner Forderung. Eine gerichtliche Überprüfung der Forderung bleibt zwar jederzeit möglich, hindert aber die Fortführung des Vollstreckungsverfahrens wohl nur im Ausnahmefall.

Überall dort, wo der Gläubiger schon im Voraus die besten Voraussetzungen zur vollstreckungsrechtlichen Durchsetzung seines Anspruchs schaffen, bzw. überall dort, wo die Verteidigungsmöglichkeiten des Schuldners maximal eingeschränkt werden sollen, stellt die vollstreckbare öffentliche Urkunde die Lösung dar.

Aufgrund der Kosten der Beurkundung ist allerdings damit zu rechnen, dass dieses Instrument nur dann Anwendung finden wird, wenn die Höhe der in ihrer Vollstreckung zu sichernden Forderung dies auch rechtfertigt.

Dabei dürfte die vollstreckbare öffentliche Urkunde nicht nur bei Aufnahme einer Vertragsbeziehung, sondern auch bei deren Beendigung, beispielsweise durch aussergerichtlichen Vergleich, zum Einsatz gelangen. *Marius Brem*

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Anzeigen

Zehntausende Schweizer KMU vertrauen uns

Michael Kunz ist einer von mehr als zweihundert Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die hinter Sage stehen. Dem Schweizer Softwareunternehmen, das sich auf die Entwicklung von betriebswirtschaftlichen Gesamtlösungen spezialisiert hat. Wir bieten jedem Schweizer KMU die passende Business-Software – unabhängig der Branche und Unternehmensgrösse. Mehr als 60'000 Kunden in der ganzen Schweiz vertrauen uns.

KMU Business-Software.
Damit Ideen Erfolg haben.
www.sageschweiz.ch

sage

Verfahren wegen Steuerhinterziehung – Recht des Steuerpflichtigen

Bei einem Verfahren wegen Steuerhinterziehung handelt es sich nicht um ein klassisches Strafverfahren, sondern um ein «Verwaltungsverfahren mit Sanktionen mit strafrechtlichen Charakter». Das Verfahren wird nicht von der Staatsanwaltschaft, sondern von der Steuerbehörde geführt, welches ebenfalls für die Durchführung des ordentlichen Veranlagungsverfahren sowie des Nachsteuerverfahrens zuständig ist (erst bei Verdacht auf einen Steuerbetrug wird die Staatsanwaltschaft aktiv). Im Hinterziehungsverfahren sind aber dennoch die Mindestgarantien für die Durchführung von Strafverfahren gemäss Art. 6 der Europäischen Menschenrechtskonvention anwendbar. Dabei sind vor allem die Unschuldsvermutung und das Aussageverweigerungsrecht von Bedeutung. Auf Grund des Aussageverweigerungsrechts ist ein Beschuldigter berechtigt, zu schweigen, ohne dass ihm daraus Nachteile erwachsen dürfen.

Bei hinreichendem Verdacht auf eine Steuerhinterziehung eröffnet die Steuerbehörde ein Hinterziehungsverfahren gegen den Betroffenen. Das muss schriftlich und unter Angabe des Anfangsverdachts geschehen. Der beschuldigten Person muss Gelegenheit gegeben werden, sich zu den Vorwürfen zu äussern. Zudem hat dieses Schreiben ein Hinweis auf das Aussage- und Mitwirkungsverweigerungsrecht zu beinhalten. Gegen die Einleitung eines Steuerhinterziehungsverfahrens kann sich der Betroffene nicht zur Wehr setzen. Ein Verfahren wegen Steuerhinterziehung kann auch gegen eine juristische Person (GmbH, AG) eröffnet werden. In der Regel wird parallel zum Steuerhinterziehungsverfahren ein Nachsteuerverfahren durchgeführt. Da der Steuerpflichtige im Nachsteuerverfahren die selben (umfassenden) Mitwirkungspflichten hat wie im ordentlichen Veranlagungsverfahren, besteht die Gefahr, dass ohne Einhaltung der Verfahrensrechte von Art. 6 EMRK Beweise gesammelt werden, die im Hinterziehungsverfahren gegen den Steuerpflichtigen verwendet werden. Um dies zu verhindern, sieht das Gesetz ein Beweisverwertungsverbot vor. Demnach dürfen Beweismittel aus einem Nachsteuerverfahren in einem Strafverfahren nur unter bestimmten Voraussetzungen verwendet werden.

Nach der schriftlichen Verfahrenseröffnung führt die Steuerbehörde das Untersuchungsverfahren durch. Dabei ist es verpflichtet die materielle Wahrheit zu erforschen. Es hat belastende aber auch entlastende Tatsachen abzuklären. Es kann insbesondere den Angeschuldigten befragen und Zeugen einvernehmen. Das Bankgeheimnis bleibt vorbehalten. Der Steuerpflichtige ist nicht verpflichtet, Unterlagen, die ihn belasten könnten, herauszugeben. Das Steueramt hat keine Möglichkeit solche Unterlagen zu beschlagnahmen. Es stehen auch keine anderen Zwangsmittel wie Hausdurchsuchung oder Untersuchungshaft zur Verfügung. Gemäss Bundesgericht muss der Steuerpflichtige von der Steuerbehörde nicht zwingend persönlich angehört werden, sofern Zugang zu einem ordentlichen Gericht besteht. Diese Praxis ist unter dem Aspekt des rechtlichen Gehörs problematisch, weshalb einige Kantone das Recht des Beschuldigten auf eine persönliche Anhörung anerkennen. Weiter hat der Steuerpflichtige das Recht auf Beizug eines Rechtsvertreters und eines Dolmetschers. In Fällen, in denen die Sach- oder Rechtslage erhebliche Schwierigkeiten bietet, wird dem Angeschuldigten auf sein Begehren hin ein amtlicher Verteidiger bestellt, wenn er nicht über die Mittel zur Bezahlung eines Verteidigers verfügt. Weiter hat er das Recht auf Akteneinsicht sowie das Recht auf Mitwirkung bei der Beweiserhebung (z.B. Teilnahme an einer Zeugeneinvernahme, Stellung von Ergänzungsfragen).

Nach Abschluss der Untersuchung muss das Verfahren formell abgeschlossen werden. Die Steuerbehörde hat entweder eine schriftliche Eintstellungsverfügung oder einen Strafbescheid zu erlassen. Vor Erlass eines Strafbescheids ist dem Angeschuldigten Gelegenheit zur Stellungnahme einzuräumen. Der Strafbescheid ist zu begründen. Der Steuerpflichtige kann diesen bei einem unabhängigen Gericht anfechten.

Bei Küng Rechtsanwälte wissen wir sehr gut um die Steuersituation der KMU in der Schweiz. Wir beraten Sie gerne und stehen Ihnen für Ihre Fragen zur Verfügung.

lic.iur. Michael Rutz
Rechtsanwalt & öffentlicher Notar
Küng Rechtsanwälte, Gossau
Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Anzeigen

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

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

Als SKV-Mitglied sparen Sie beim Büromaterial-Einkauf

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

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

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

«Intellectual Property Rights»

– wie erlange ich Schutz für meine Produkte mit möglichst geringen Kosten

Die Bedeutung von «Intellectual Property Rights»

Für die heutigen KMU aus den hochentwickelten Industrieländern sind die sog. «Intellectual Property Rights» ein zentrales Thema, um ihre Produkte und Dienstleistungen vor Kopien und Plagiaten aus Billiglohnländen zu schützen. Unter «Intellectual Property Rights» versteht man die sog. Rechte an Geistigem Eigentum, wie Patente, Designschutzrechte, Gebrauchsmuster und Marken. Dies sind Assets in der Unternehmung, die helfen, die Marktpositionierung zu verteidigen und sich auch gegenüber der Konkurrenz abzuheben. Vielfach haben Unternehmer Berührungsängste mit diesem Thema aufgrund des fehlenden Fachwissens und aus Sorge vor hohen Kosten.

Anhand eines praktischen Beispiels aus dem eigenen Hause wird ein gangbarer und dabei kostengünstiger Weg aufgezeigt, aber auch vor ein paar Fallstricken gewarnt.

1. Schritt: Markt- und Patentrecherche

Auf Basis einer genauen Produktbeschreibung und - spezifikation wurde zunächst eine Marktrecherche angestellt, ob Produkte mit ähnlichen Features und Technik auf dem Markt bereits erhältlich sind. Dabei wurde auf allen für das Produkt massgeblichen Märkten recherchiert, um einen möglichst guten Überblick zu erhalten. Zudem wurden Absatzmittler und Kunden interviewt, ob dieses Produkt im geplanten Marktsegment einen Markt findet. Dabei ist aber darauf zu achten, dass keine technischen Details, Zeichnungen, Designs oder ähnliches über das neue Produkt kommuniziert werden, da diese Informationen auf dem Markt zum Stand der Technik zählen würden und damit einer späteren Patentanmeldung neuheitsschädlich entgegen stehen würden.

Nach einem negativen – und damit für das Produkt positivem – Rechercheergebnis und positiven Markterwartungen wurde als nächster Schritt eine Patent- und Designrecherche angestellt, um in Erfahrung zu bringen, ob die technischen Features bzw. das beabsichtigte Design bereits früher angemeldet wurden.

2. Schritt: Technische Umsetzung und Bau des Prototypen

Nachdem alle Recherchen «grünes Licht» für den Fortgang des Projektes gegeben haben, wurde mit der technischen Umsetzung der Ideen und des Pflichtenheftes begonnen. Bei allen externen Partnern ist auf eine Absicherung durch eine Geheimhaltungsvereinbarung zu achten.

Nach Fertigstellung des Prototyps wurde dieser ausgiebig und zwar ohne, dass Dritte dies beobachten konnten, getestet.

3. Schritt: Schutzrechtskonzept und erste Anmeldungen

Zum Schutz vor Kopien wurde ein Schutzrechtskonzept ausgearbeitet, d.h. es wurden die technischen Aspekte und innovative Designaspekte heraus gearbeitet um einen umfassenderen Schutz zu erhalten, und es wurde die Überlegung angestellt, welche regionalen Märke mit einem Schutz versehen werden sollen. Bei solchen Überlegungen müssen sowohl Zielmärkte des Produktes in Betracht gezogen werden als auch der Sitz möglicher Mitbewerber und Kopieraspiranten.

Die sich daraus ergebenden Anmeldungen wurden dann so spät als möglich eingereicht, erst unmittelbar vor der ersten Präsentation des Produktes, um die nun davon abhängenden Fristen und auch die Kosten so weit als möglich nach hinten zu strecken.

4. Schritt: Produktion von Kleinserien und Markttests

Anschliessend wurde mit der Produktion von Kleinserien begonnen und damit Markttests in verschiedenen regionalen Märkten und Kundengruppen durchgeführt. Das sich hieraus ergebende Feedback wurde mit zusätzlichem Kundennutzen in das Produkt integriert.

5. Schritt: Letzte Umsetzung des Schutzrechtskonzeptes

Vor Ablauf der sog. Prioritätsfrist von 12 Monaten nach der Erstanmeldung erfolgte die regionale Umsetzung des Schutzrechtskonzeptes. Nach Erteilung z.B. des Europäischen Patentes zerfällt dieses «Bündelpatent» in Patente, die in den jeweiligen europäischen Ländern die gleiche Wirkung haben, wie dort national erteilte Patente. Der Patentinhaber kann es sich raussuchen, wo überall er ein solches Patent haben möchte oder haben muss. Dabei gilt es Kosten und möglichen Ertrag abzuwägen. Kostensparend wirkt sich dabei eine Änderung aus, die seit dem 1. Mai 2008 in Kraft ist, und Übersetzungen des Patents in die jeweilige Landessprachen der betreffenden Länder in vielen Fällen nicht mehr notwendig macht.

Resümee

Bei der beispielhaft dargestellten Vorgehensweise zum Thema «Intellectual Property Rights» lässt sich der Schutz des Produktes optimieren und durch Strecken der juristischen Fristen auf die maximale Zeit auch letztendlich die dabei auflaufenden Kosten auf der Zeitachse nach hinten verschieben, sodass möglicherweise erste Umsätze zur Kostendeckung bereits realisiert werden können. Zusätzliche Umsätze lassen sich durch Lizenzvergaben an den Schutzrechten z.B. für andere Applikationen oder Märkte erzielen.

Letztendlich ist aber jedes Projekt einzeln zu betrachten, zu analysieren und die Vorgehensweise zu definieren.

InvenComm bietet hier externe Unterstützung auf dem Wege von der Idee bis zum fertigen Produkt bei allen dazu notwendigen Dienstleistungen an.

Thomas Dibke, InvenComm GmbH

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 62

Anzeigen

InvenComm
Erfindungs- und Patentverwertung

InvenComm GmbH
Neuwis 34
CH-8700 Küsnacht
www.invencomm.com

Dienstleistungen:
- Marktorientiertes Schutzrechtskonzept in Verbindung mit dem Patentanwalt
- Anfertigen von Prototypen
- Konstruktion und Entwicklung
- Marktrecherchen
- Produktion von Kleinserien
- Markttests
- Werkzeugbau
- Serienproduktion
- Vermarktungskonzept
- Aufbau der Vertriebsstruktur
- Managementberatung
- Businessplangestaltung
- Unterstützung bei der Finanzierungssuche

Viele erfolgreiche Unternehmen profitieren von Feng Shui

Nicole Brandes

Nicole Brandes baute den ersten weltbekannten VIP-Circle der Schweizer Fluggesellschaft auf, leitete das Care Team beim Flugzeug Unglück in Halifax und erschuf das VIP Desk für die besten Kunden von UBS. Danach besetzte sie diverse Senior-Positionen bei renommierten Finanzdienstleistern und leitete eine Stiftung von Königin Silvia von Schweden. Heute ist sie Inhaberin von Brandes Management und berät Unternehmen nicht nur nach den üblichen Methoden aus der praktischen Management- und Kommunikationserfahrung, sondern auch mit ausgewählten Instrumenten aus der fernöstlichen Lehre. Was steckt hinter dieser Unternehmerpersönlichkeit? Lesen Sie ihr Portrait!

Der erste Schritt ins Büro im zürcherischen Uetikon – man fühlt sich sofort wohl. Lichtdurchflutete Räume, warmer Boden, eine Pflanze dort, Bilder hier und da. Es ist stimmig. Genau diese Erfahrung habe sie vor ein paar Jahren gemacht – «und das ausgerechnet in der Schweiz!», sagt die 48jährige Nicole Brandes lächelnd und setzt sich bequem aufs hellbeige Sofa.

Als Kommunikationschefin eines internationalen Finanzdienstleisters besuchte sie damals eine Eventagentur in Zürich: «Ich kam gestresst von meinem Büro. Als ich eintrat war diese vereinnahmende Atmosphäre. Mein Stresslevel kam sofort herunter und es fiel leicht, unsere Arbeit rasch und effizient durchzuführen». Welches Geheimnis steckte dahinter? Auf die Frage, antwortete der Chef einfach: «Feng Shui.» Das war für Nicole Brandes der Beginn einer grossen Leidenschaft. Als Tochter einer Asiatin reist sie bereits seit jungen Jahren oft in den Fernen Osten. Auch beruflich pendelt sie regelmässig zwischen Südostasien und der Schweiz. «Dort kommt man weder in der Wirtschaft noch privat an Feng Shui vorbei, weil es das Wohlergehen und den Umsatz massgeblich steigert.»

In den letzten acht Jahren liess sich Nicole Brandes von zwei weltbesten Meistern in klassischem Feng Shui und BaZi ausbilden. Und sie bildet sich laufend weiter. «Im April gehe ich zwei Wochen nach Kuala Lumpur. In dieser umfassenden Disziplin hört man nie auf zu lernen.»

Dabei betont sie den wissenschaftlichen Ansatz sehr: «Ich rede bewusst von professionellem Feng Shui. Es ist wie bei einem Medizinstudium: es gibt einfache und komplexe Regeln. Jeder weiss, dass Wasser gesünder ist als Coca Cola. Aber mit diesem Wissen allein wird man noch nicht zum Arzt. Für eine professionelle Analyse braucht es einiges mehr.»

Die vielen Ordner im Büro – einige liegen aufgeschlagen auf dem Boden – mit Tabellen um Tabellen, ein flaches Instrument aus Bronze, das aussieht wie ein grosser Kompass, all das deutet auf die komplexe Wissenschaft hin. Was tut Nicole Brandes denn genau, wenn sie damit arbeitet?

«Man kann sich einen Feng Shui Profi wie ein Arzt für ein Gebäude vorstellen. Dabei berechne ich zahlreiche Daten und setze sie miteinander in Beziehung. Entscheidend ist zum Beispiel: In welcher Landschaft steht das Gebäude, welche Einflüsse gibt es, wo ist der Eingang, etc. Daraus resultiert eine einzigartige, mehr-dimensionale Energie-Landkarte. Diese zeigt Stärken und Schwächen des Unternehmens auf. Wir können dann die schädlichen Energien neutralisieren und die positiven aktivieren.» Konkret heisst es auch, dass Nicole Brandes aufzeigt, wo zum Beispiel die «Kommandozentrale» eines Geschäftes ist. Dort sollte die Geschäftsleitung sein, weil sie dort am besten unterstützt wird. Die Feng Shui Expertin stellt auch fest, ob die Wohlstandsenergie fliesst oder blockiert ist. Dabei kann sie auch spezifische Geschäftsprobleme identifizieren und allfällige gesundheitliche Störungen darlegen.

Man spürt förmlich, dass ihr diese Aufgabe Spass macht. Die Unternehmerin mit den dunklen Mandelaugen sprüht vor Energie. Das war nicht immer der Fall. Sie gibt zu, dass sie sich in den letzten Jahren – also vor dem Schritt in die Selbständigkeit - verausgabt fühlte. Ob es auch eine Art Sinnkrise war, darauf erwidert sie offen: «Vielleicht. Irgendwann muss man sich selber nichts mehr beweisen. Trotzdem habe ich so viel gearbeitet, dass ich jeweils nicht einmal mitbekam, welche Jahreszeit draussen war.»

Die Jahreszeiten geniesst sie jetzt umso mehr. Auch wenn sie mit ihrem Start-up und mit diversen Lehraufträgen an Managementschulen wiederum intensiv arbeitet, ihre Tätigkeit macht für sie nicht nur Spass sondern auch Sinn. Sie spürt eine tiefe Zufriedenheit, wenn sie das maximale Potential aus einem Unternehmen oder aus einem Unternehmer herausholen kann. «Gutes Feng Shui ist nicht sichtbar» sagt sie mit ruhiger Stimme, «aber spürbar. Eine Umsatzsteigerung von 20 bis 30 Prozent ist keine Seltenheit.»

Für Nicole Brandes ist klar: die Kombination von gutem Management und fernöstlicher Lehre, die bestehendes Potential ausschöpft, machen den Erfolg eines Unternehmens aus. «Warum Potential verschenken, wenn es vorhanden ist? Es muss nur aktiviert werden. Das ist dann mein Job.» Dafür hat sie die besten Voraussetzungen: Ihr internationaler Wirtschaftsbackground, ihre ausgewiesene Kommunikationskompetenz kombiniert mit ihrer fundierten Expertise in klassischen chinesischen Wissenschaften machen sie einzigartig.

Leichtfüssig springt die Grossgewachsene von ihrem Sofa auf. Tee und Süssigkeiten, die auf dem Tisch bereit standen, gingen im intensiven Gespräch vergessen. Ihr Büro und ihr Zuhause sind auf jeden Fall nach der hohen Kunst von Feng Shui auf Erfolg eingestellt.

Susanne Giger

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 63

Alles ist Energie ergo ist alles messbar ergo ist alles wandelbar ergo können auch Sie erfolgreich, zufrieden und gesund sein! Wandeln Sie Stress in Erfolgsenergie um!

Max Witschi, Dipl. Kfm. HKG, Certified Pranic Healer

Eine Firma besteht aus Energie, nämlich die des Inhabers, Geschäftsführers, der Geschäftsleitung, der Aktionäre. Die Firma wird auch beeinflusst von der Lage, der Einrichtung, der Ausrichtung und dem Mass aller Einflussfaktoren, psychisch und physisch. Alle diese Faktoren werden beim Business Pranic Healing berücksichtigt.

Erfolg

Möchten Sie erfolgreich sein, gesund sein, zufrieden sein?
Wünschen Sie das auch allen Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern?
Dann sind Sie bei uns richtig.

Messbarkeit, Analyse

Diese Energie ist messbar (Business Pranic Healing nach Choa Kok Sui®) und sagt aus, wo der Schuh drückt, z.B. welche Mitarbeiterinnen, welche Mitarbeiter noch nicht optimal kooperieren.
Eine energetische Analyse zeigt die Schwachstellen auf. Die daraus resultierenden gezielten Gespräche decken ungeahntes und vernachlässigtes Potenzial jedes Einzelnen auf.
Begrenzungen jedes Verantwortungsträgers bremsen das ganze Unternehmen.

Das Preis/Leistungsverhältnis ist phänomenal. Innert kurzer Zeit haben Sie die Bestätigung, was Sie vermutet haben und die Erklärung der noch bestehenden Lücken in der Erkenntnis. Die optimale Voraussetzung für eine zielorientierte Lösung.

Lösung Ihrer Probleme, Auflösung von Hindernissen

Die Lösung liegt in unserer energetischen Arbeit und der individuellen lösungsorientierten Beratung.

Fragen deren Lösung zum Ziel einer erfolgreichen Unternehmung führen:

- Fühle ich mich wohl in der Firma und zu Hause?
- Freue ich mich am Morgen zur Arbeit zu gehen, freue ich mich nach der Arbeit nach Hause zu gehen?
- Bin ich mir meiner Potenziale bewusst?
- Bin ich mir der Potenziale meiner Mitarbeiter bewusst?
- Habe ich klare Zielvorstellungen?
- Komme ich immer wieder in Stress?
- Setze ich meine Mitarbeiter unter Stress?
- Sind alle Ressourcen richtig erkannt und genutzt.
- Ist das Arbeitsverhältnis partnerschaftlich oder lässt man die Arbeitspartner schaffen?

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf

Analyse – Beratung – Lösung
Max Witschi + Partner GmbH
Tel. 079 300 33 39
Fax 033 223 89 89
Email maxwitschi@datacomm.ch

Max Witschi

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 63

Anzeigen

Success & Business Consulting

Analyse - Beratung - Lösung
Max Witschi + Partner GmbH
Obere Hauptgasse 89
3600 Thun

Mail: maxwitschi@datacomm.ch
www.hsv.ch

Mobile 079 300 33 39
Tel 033 223 88 88
Fax 033 223 89 89

Alles ist Energie - Energetische Unternehmensberatung

Organ-Haftpflichtversicherung (D&O)

für Verwaltungsräte, CEOs, Manager und andere Führungspersonen

Die persönliche Haftung von Führungs- und Unternehmensorganen für Schäden, die aus Fehlverhalten herrühren, war bis vor wenigen Jahren ein wenig beachtetes Thema. Eine optimale Absicherung für sog. Firmenorgane gegen allfällige Schadenersatzansprüche ist auch bei Klein- und Mittelunternehmen von enormer Bedeutung. Die umfassende Verantwortung des Managements hinsichtlich ihrer Entscheide, der Organisation und Überwachung eines Unternehmens kann heute jedoch sehr schnell zum Vorwurf eines Pflichtverstosses mit der Folge persönlicher Haftung führen. Da die daraus entstehende Haftpflicht persönlich ist, kann durchaus das Privatvermögen dieser Personen zum Ziel möglicher Klagen werden. Diesem Risiko sind je länger je mehr auch KMU's ausgesetzt. Der weitaus häufigste Haftungsfall betrifft dabei den Konkurs (Konkursverschleppung).

Der Begriff «Organ» ist je nach anwendbarer Rechtsordnung unterschiedlich definiert. Allgemein üben diejenigen Personen innerhalb einer Unternehmung eine Organfunktion aus, welche der aktienrechtlichen Verantwortlichkeit unterstehen. Dies trifft in erster Linie auf die Verwaltungsratsmitglieder sowie auf alle sich mit der Geschäftsführung befassenden Personen zu. In der Schweiz wird der Organbegriff auch auf Personen ausgeweitet, die in einem wesentlichen Aufgabenbereich selbstständige Entscheidungsbefugnisse haben, ohne ausdrücklich als Organ ernannt worden zu sein (sog. materielle Organfunktion oder De Facto Organe). Viele Grossunternehmen versichern ihr Management schon seit längerem mit einer kollektiven Organ-Haftpflichtversicherung gegen allfällige Verantwortlichkeitsklagen und damit verbundene Vermögensschäden aber auch gegen ungerechtfertigte Schadenersatzforderungen. Mit einer D&O können sich jedoch nicht nur Organe von Aktiengesellschaften absichern lassen, sondern auch Stiftungsräte, Gesellschafter einer GmbH oder Verwaltungsräte einer Genossenschaft. Solche Personen werden vor allem dann haftpflichtig, wenn sie gegen Pflichten des Gesellschaftsrechts verstossen.

Welche Leistungen sind u.a. versichert:

Umfassender Schutz des Privat- und Firmenvermögens durch attraktive Deckungskapazitäten;

- Schutz für alle ehemaligen, gegenwärtigen und zukünftigen Organe, deren Mitglieder sowie leitende Angestellte;
- Versicherung von Ansprüchen, die während der Vertragslaufzeit erhoben werden, unabhängig davon, wann das Fehlverhalten erfolgte;
- Übernahme der gerichtlichen und aussergerichtlichen Kosten (Abwehr) sowie die Zahlung begründeter Schadenersatzansprüche;

Sprechen Sie mit unseren Spezialisten. Wir beraten Sie gerne. *Stefan M. Wyss, FCII CIB*

Checkliste: Wann ist der Abschluss einer D&O-Versicherung zu empfehlen?

Ja	Nein	
❑	❑	Aktien oder Obligationen des Unternehmens sind an einer Börse kotiert; oder ein Börsengang ist geplant;
❑	❑	Es handelt sich um eine Bank oder Finanzinstitut;
❑	❑	Die Unternehmensgruppe hat eine oder mehrere Tochtergesellschaften im Ausland;
❑	❑	Es gibt viele Aktionäre, darunter viele anonyme oder verschiedene Interessengruppen (inklusive Familiengesellschaften);
❑	❑	Ein oder mehrere Aktionäre sind Private Equity Gesellschaften oder ähnliche Investoren;
❑	❑	Das Unternehmen befindet sich einer schwierigen Finanzlage;
❑	❑	Das Unternehmen plant grössere Umstrukturierungen, Desinvestitionen oder Firmenakquisitionen;
❑	❑	Die betriebliche Tätigkeit oder die Produkte enthalten Risiken für bedeutende Personen- oder Sachschäden (für die neben dem Unternehmen oder auf dem Regressweg auch der Verwaltungsrat haftbar gemacht werden kann);
❑	❑	Es handelt sich um einen ehemaligen Betrieb der öffentlichen Hand, der in eine Aktiengesellschaft umgewandelt wird bzw. worden ist;
❑	❑	Verwaltungsräte rechnen zwar nicht damit, Schadenersatz zahlen zu müssen, aber sie wollen Rechtsschutz, denn Klagen sind nie ganz auszuschliessen;

Ergebnis: Sobald eine Frage mit «Ja» beantwortet wird, sollte das D&O-Risiko näher untersucht und der Abschluss einer D&O-Versicherung geprüft werden.

Anzeigen

AKTIV Versicherungsbroker

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

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

trust sympany

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

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

Arbeiten nach der Pensionierung? Aber sicher!

Fabio Babey *Christian Wittmer*

ARBEITGEBER

Die Liftbett Swiss AG

Die Liftbett Swiss AG bietet hochwertige höhenverstellbare Senioren- und Pflegebetten mit einzigartigen Vorteilen, sowohl im Privat- wie auch im Pflegebereich und hat einen Senior von Emeritus-Work eingestellt. Herr Sauter, warum haben Sie einen Senior eingestellt?
Sauter: Wir brauchten eine Person mit viel Erfahrung und hoher Flexibilität.

Und wie sind Sie bis jetzt mit der Zusammenarbeit zufrieden?
Sauter: Die Zusammenarbeit funktioniert perfekt und wir sind vollkommen zufrieden. Wir würden es jederzeit wieder tun.

Die demografische Alterung der Bevölkerung setzt sich weiter fort. Immer mehr Menschen werden immer älter. Das Junge Start-up Unternehmen Emeritus-Work hat diesen Trend erkannt und die erste Arbeitsvermittlung für aktive Menschen im Ruhestand gegründet. Ein halbes Jahr nach der Gründung erzählen die Gründer über Erfahrungswerte und die erste Erfolgsgeschichte.

Eine Erfolgsgeschichte

Herr Weidmann aus dem Kanton Aargau ist 63 Jahre alt und hatte bereits ein Jahr nach der Pensionierung Lust auf eine neue Herausforderung. Am Anfang hätte man viel Zeit und könne diese auch geniessen, erzählt Herr Weidmann, aber irgendwann wollte er wieder einer anspruchsvollen Arbeit nachgehen. Herr Weidmann war vor seiner Pensionierung als Geschäftsleitungsmitglied einer KMU angestellt und verfügt somit über ein breites Management Know-how. Er hat also kurzerhand das Formular auf der Homepage von Emeritus-Work ausgefüllt und abgewartet. Wenige Wochen später habe er bereits das erste Mandatsangebot erhalten.

Erstes Treffen

Das erste Informationsgespräch zwischen Herrn Weidmann und Herrn Babey von Emeritus-Work verlief angenehm und unkompliziert. «Ich war schon neugierig und etwas überrascht», sagt Herr Weidmann. Als ehemaliges Geschäftsleitungsmitglied eines KMU sei er es gewohnt, selbst Bewerbungsgespräche zu führen und nicht als Stellensu-

Anzeigen

Lenovo empfiehlt Windows® 7 Professional.

ERFOLGSZIELE SICHER ERREICHEN

ThinkPad T510 Notebook: Top-Leistung und Zuverlässigkeit für Profis

swisscom

- Intel® Core™ i7-620M Prozessor
- Original Windows® 7 Professional 64 Bit
- Integriertes 3G Wireless WAN-Modul inkl. gratis 90 Tage mobiles Probe-Surfen mit Swisscom
- 4 GB DDR3-RAM/320 GB HDD (7'200 U/min)
- 512 MB NVIDIA® Optimus NVS 3100m Grafikkarte
- 15.6"-LED-Display mit HD+-Auflösung (1'600 x 900)
- Ultrabay DVD-Brenner / 2-Megapixel-Kamera

Best.-Nr.: NTIGFMZ

intel CORE i7 vPro inside

Alles im Griff

Statt CHF ~~2'659.-~~ nur CHF 1'999.-*
inkl. MwSt. und SWICO

lenovo

Vom 01.-28.02.2011 erhältlich bei Ihrem PC Händler mit Angabe «KMU Verbandsangebot».

© Lenovo 2010. Alle Rechte vorbehalten. Alle Angaben ohne Gewähr. Lenovo und ThinkPad sind eingetragene Marken von Lenovo. Intel, das Intel Logo, Intel Inside, Intel Core und Core Inside sind Marken der Intel Corporation in den USA und anderen Ländern. Microsoft und Windows sind eingetragene Marken der Microsoft Corporation in den Vereinigten Staaten und/oder anderen Ländern. * Empfohlener Verkaufspreis und gültig vom 01.-28.02.2011. Lenovo Schweiz GmbH, Zürcherstrasse 39, 8952 Schlieren.

chender aufzutreten. Die frische und junge Art von Emeritus-Work habe ihn positiv überrascht, erklärt Weidmann. Und Babey fügt hinzu, dass das Informationsgespräch dazu diene, die Kandidaten ein bisschen besser kennenzulernen und deshalb in einem lockeren Rahmen stattfinde.

Begeisterung beim KMU

Nach diesem Informationsgespräch wurden die Unterlagen von Herrn Weidmann an die Liftbett Swiss AG in Dübendorf weitergeleitet, das Unternehmen suchte über Emeritus-Work nach einem Stellvertreter für den Geschäftsführer. «Das Dossier von Herrn Weidmann hat uns von Anfang an überzeugt», sagt Herr Sauter, Geschäftsführer der Liftbett Swiss AG. Die grosse Erfahrung, die hohe Flexibilität und die motivierte Persönlichkeit von Herrn Weidmann haben ihn von Anfang an angesprochen, erzählt Herr Sauter. Zuvor habe er zusammen mit Herrn Babey von Emeritus-Work über die Anforderungen der Stelle gesprochen. «Emeritus-Work hat uns den perfekten Kandidaten präsentiert», sagt Herr Sauter, und erklärt: «Die Zusammenarbeit mit Emeritus-Work hat perfekt funktioniert». Gleich nach dem ersten Bewerbungsgespräch habe man sich mit Herrn Weidmann auf ein 30%-Pensum geeinigt. Seither sind über 3 Monate vergangen und die Zusammenarbeit funktioniert bestens. Schmunzelnd fügt Herr Sauter hinzu, dass demnächst eine neue Stelle bei der Liftbett Swiss AG frei wird. «Natürlich werden wir wieder mit Emeritus-Work zusammenarbeiten und einen Senior einstellen».

Über Emeritus-Work

Fabio Babey ist promovierter Jurist und arbeitet derzeit als Assistent an der Juristischen Fakultät der Universität Zürich. Zusammen mit dem Herrliberger Christian Wittmer, Unternehmensberater nach HSG-Schule und Sohn des amtierenden Gemeindepräsidenten, gründeten die beiden im vergangenen Frühling die Emeritus-Work GmbH. Ziel der Firma: die Vermittlung von rüstigen Rentnern an KMU. Die beiden Akademiker haben sich gefragt, ob man mit sozialem Engagement auch in neuen Bereichen etablieren kann und stiessen bei ihrer Suche auf die demografische Entwicklung in der Schweiz: Immer mehr Leute werden älter, bleiben dabei gesund und rüstig und wollen weiterhin etwas Sinnvolles tun. Schnell war die Idee eines Vermittlungsbüros für Pensionierte geboren. Bereits im Juli ging das junge Unternehmen online. Seit September hat es angezogen, sagt Babey. Dank Medienberichten und einer Projektpartnerschaft mit der Terz Stiftung und dem ZRV. Anmelden kann man sich kostenlos über die Homepage www.emeritus-work.com.

Es bleibt viel zu tun

Nach einem Gespräch mit den Geschäftsführern wird schnell klar, dass sich die Anfragen von Senioren jede Woche häufen und eine rege Nachfrage besteht. Offenbar ist bei Senioren das Bedürfnis vorhanden, weiterhin auf Teilzeitbasis einer Arbeit nachzugehen und das erlernte Know-how einzusetzen. Man habe Seniorenheime und Organisationen angeschrieben sowie Flyer verteilt und verschickt; harte Knochenarbeit eben. Im Gegensatz dazu sind die Geschäftsidee und die dahinter stehende gesellschaftliche Notwendigkeit noch nicht bei den Unternehmen angekommen. Stellenangebote für aktive Menschen im Ruhestand sind Mangelware und werden von Unternehmen oftmals gar nicht in Betracht gezogen «In der nächsten Zeit wollen wir uns vor allem auf **k**leine und **m**ittlere **U**nternehmen konzentrieren», sagen Babey und Wittmer, sie hoffen dabei auf den baldigen Durchbruch auch auf Unternehmensseite. «Das Beispiel von Herrn Weidmann und der Liftbett Swiss AG zeigt das Potenzial von Emeritus-Work auf», meinen Babey und Wittmer; durch eine Vorabklärung von Emeritus-Work wird sichergestellt, dass eine optimale Vermittlung zwischen Unternehmen und Senior stattfindet. Für Unternehmen ergeben sich damit die Vorteile einer schnellen, effizienten und kostengünstigen Vermittlung qualifizierter Arbeitskräfte.

ARBEITNEHMER

Kurzinterview mit Herrn Weidmann

Sehr geehrter Herr Weidmann, Sie sind mittlerweile seit über drei Monaten bei der Liftbett Swiss AG in Dübendorf angestellt, wie gefällt Ihnen die Arbeit?

Weidmann: Ich schätze die seit Beginn offene und gute Zusammenarbeit mit Verwaltungsrat und Geschäftsleitung der Firma Liftbett SWISS AG. Mit meinem Mandat kann ich meine langjährige berufliche Erfahrung in diese junge Firma zielgerichtet einbringen.

Wie haben Sie von Emeritus-Work erfahren?

Weidmann: Durch das Terz Servicecenter. Dort wurde ich direkt an Emeritus-Work weitergeleitet. Gleich darauf habe ich mir die Homepage im Internet angesehen und das Formular online ausgefüllt.

Wie haben Sie Emeritus-Work erlebt?

Weidmann: Sehr unkompliziert, spontan und sympathisch. Endlich einmal ein junges und frisches Unternehmen, das sich für ältere Leute einsetzt.

Würden Sie Emeritus-Work weiterempfehlen?

Weidmann: Ja klar. Gerade für aktive Seniorinnen und Senioren ist das Angebot einzigartig… und es kostet nichts.

Unternehmer gesucht

Zurzeit sind die beiden Unternehmer intensiv auf der Suche nach Unterstützung für die Aktivierung von Unternehmern. «Wir brauchen mehr Jobs von Unternehmen und sind für jede Unterstützung dankbar», lautet das Fazit von Babey und Wittmer. Drücken wir also die Daumen und hoffen, dass es klappt. Emeritus-Work führt eine Informationsveranstaltung durch und bietet interessierten Unternehmen die Möglichkeit Emeritus-Work näher kennen zu lernen. Interessenten werden gebeten sich bei Emeritus-Work per Mail oder Telefon zu melden. Termin und Ort werden dann später bekannt gegeben.

Fabio Babey und Christian Wittmer

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 63

Anzeigen

Ihr Ergonomie-Fachgeschäft Ergo Point www.sitz.ch

ASGA – wenn es um die berufliche Vorsorge geht

Die ASGA in St. Gallen ist mit mehr als 9 000 Mitgliedfirmen und einem verwalteten Vorsorgevermögen von über sieben Milliarden Franken eine der grössten unabhängigen Pensionskassen der Schweiz. Als Kompetenzzentrum für berufliche Vorsorge bietet die ASGA alle Personenversicherungen im Unternehmen aus einer Hand an. Die Vorsorgelösungen werden individuell nach den Bedürfnissen der Firma ausgearbeitet. Die administrative Bearbeitung läuft einfach, flexibel und kompetent. Die Anliegen der Kunden werden schnell und richtig beantwortet. Ziel ist es, den Aufwand der Firmen für die Abwicklung der Pensionskasse möglichst tief zu halten, damit sie sich voll auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können. Unsere Kunden profitieren von tiefsten Verwaltungskosten und langfristig hohen Leistungen. Von den erwirtschafteten Gewinnen der Genossenschaft profitieren einzig die Versicherten.

Überobligatorische Vorsorge

Die ASGA Vorsorgestiftung bietet im überobligatorischen Bereich der Personalvorsorge individuelle Vorsorgelösungen – ausserhalb BVG und losgelöst von der Pensionskasse – beispielsweise für den überobligatorischen Lohnteil. Der maximale gemäss BVG zu versichernde Jahreslohn beträgt 83 520 Franken. Für die darüberliegenden Lohnteile wählen die Kunden in der ASGA Vorsorgestiftung ihre Vorsorgelösung selber. Sie bestimmen über die Produktekombination von Alters- und Risikovorsorge den bedarfsgerechten Versicherungsschutz ihrer Mitarbeitenden und deren Angehörigen. Sie entscheiden aus verschiedenen Anlagemöglichkeiten, mit welcher die ASGA die ihr anvertrauten Vorsorgegelder anlegen soll. Die firmeneigene Vorsorgekommission bestimmt den Risikograd und entscheidet dann über den Anlagemix. Flexibilität ist in der überobligatorischen Vorsorge wichtig. Deshalb kann die Lösung jährlich den aktuellen Gegebenheiten und Bedürfnissen angepasst werden. Wie alle Aufwendungen für die obligatorische Vorsorge sind auch die Beiträge für die überobligatorische Vorsorge von den Steuern abziehbar.

Attraktiver Arbeitgeber

Das wertvollste Kapital eines Unternehmens sind seine Mitarbeitenden. Attraktive Arbeitgeber zeichnen sich heute auch dadurch aus, dass sie ihre Mitarbeitenden in allen Bereichen optimal absichern. Die ASGA Vorsorgestiftung bietet mehr Möglichkeiten für die bestmögliche und sichere Ergänzung der Altersvorsorge.

Stiftungsverwaltungen

Der durch die 1. BVG-Revision verursachte administrative Mehraufwand in der Pensionskassenverwaltung ist für kleinere autonome Vorsorgestiftungen kaum mehr zu bewältigen. Sei dies aufgrund fehlender personeller Ressourcen oder ungenügender und/oder zu teurer Infrastruktur.

Wir entlasten Sie

Die ASGA Dienstleistungen AG entlastet Sie gerne. Mit unserer langjährigen Erfahrung wissen wir, wovon wir sprechen und was für Sie wichtig ist. Sie werden von den Profis der ASGA beraten und betreut. Dabei können Sie auf das grosse Fachwissen und die bewährte Infrastruktur der Pensionskasse zurückgreifen. Durch ein Outsourcing der Pensionskassenverwaltung müssen Sie nicht auf die Eigenständigkeit Ihrer Vorsorgestiftung verzichten und Ihr Stiftungsrat kann weiterhin unabhängig entscheiden. Die Auslagerung der Verwaltung garantiert Ihnen auch bei Ferien- und Krankheitsabwesenheiten immer aktuelle Daten und Verarbeitungssicherheit. Zusätzlich sparen Sie Kosten und Führungsaufwand für die Personalvorsorge. Wählen Sie aus unserem Angebot jene Dienstleistungen, die für Sie optimal sind. Sie sparen Zeit und Geld und können sich ganz auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren.

www.asga.ch

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 63

Davon profitieren Sie als ASGA-Kunde

- sämtliche Personenversicherungen für Ihr Unternehmen aus einer Hand
- tiefste Verwaltungskosten zu Ihrem Gewinn
- überdurchschnittliche Verzinsung Ihrer Vorsorgegelder im langjährigen Vergleich
- unabhängige Genossenschaft – gewinnorientiert nur zu Ihren Gunsten
- flexible Wahl der Vermögensanlage nach Risikobereitschaft im überobligatorischen Bereich
- auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittene, individuelle Vorsorgelösungen
- kostengünstige, vorteilhafte und zusätzliche Vorsorge im Alter
- umfassende kompetente Beratung für Ihre sichere Zukunft
- langfristige Sicherheit Ihrer Vorsorgegelder durch professionelles Kapitalanlage-Management
- nachschüssige Quartalszahlung erhöht Ihre Liquidität

Anzeigen

Ob individuelle Vorsorgelösungen für Sie und Ihre Mitarbeitenden, zusätzliches Vorsorgen im überobligatorischen Bereich oder die Pensionskassenverwaltung Ihrer Vorsorgestiftung – planen Sie mit uns langfristig und sicher, für Ihre sorgenfreie Zukunft.
Verlangen Sie weitere Informationen!

ASGA
Rosenbergstrasse 16 | 9001 St.Gallen
T 071 228 52 52 | www.asga.ch

ASGA

Diese 8 Schritte lösen 9 von 10 Problemen in jedem Betrieb

Marketingleute sind Geschichtenerzähler und Problemlöser. Warum ich das weiss? Blenden wir zurück – zum wunderbar langen und heissen Sommer 2003…

Chantal – oder so ähnlich…
Sie hiess Chantal. Sie war die Geschäftsführerin eines Online-Brokers (Aktienhandel via Internet). Und sie war überzeugt von sich: «Wir sind Marktführer in Froonkreisch». Sie wollte den Schweizer Markt erobern. Sie brauchte dazu PR und einen Mann wie mich, der ihr dabei helfen sollte, die Mär zu verkünden. Ich war dazu bereit. Doch es kam anders...

…hatte keine Story und sagte…
Das Gespräch verlief in etwa so: Ich: «Was macht Ihr Online-Brokerage anders als andere?». Sie: «Wie meinen Sie das?». Ich: «Nun, warum sollte man sich für Ihre Plattform entscheiden und nicht für die der Konkurrenz?». Sie (erneut): «Ich verstehe die Frage nicht…?» Ich: «Die Sache ist die – wir brauchen eine Story, etwas, was das Publikum interessiert. Etwas von Relevanz und Bedeutung. Etwas Fleisch am Knochen…»

…«Sie sind doch der PR-Mann…»
Chantal konterte mit einem Satz, der mein professionelles Leben fundamental verändern sollte. Sie sagte: «Sie sind doch der PR-Mann. Unser Produkt ist wie alle anderen. Weil dies so ist, dichten Sie halt etwas. Irgend etwas, was die Leute bewegt!»

Was hat dies mit Ihrem Markterfolg zu tun?
Chantal hatte mich herausgefordert. Sie bat mich etwas zu finden, was die Leute bewegt. Ich musste mich also voll in die Lage ihrer Zielgruppe versetzen. Ich hatte den Auftrag, eine Story zu finden, die für die Zielgruppe («jedermann mit Computer und Geld») spannend war. Ich fand zwar keine konkreten Antworten (niemand interessierte sich vor 10 Jahren ernsthaft für Online Brokerage), aber…

«Aus 'sein' Problem mach 'dein' Problem…»
Ich hatte aber erlickt, dass der Kern des erfolgreichen Marketings wohl darin bestehen würde, das Problem des anderen zu erkennen, «es» wie kein zweiter zum eigenen Problem zu machen und «es» mit einem Lächeln auf den Lippen zu lösen – und zwar so, dass der Kunde immer wieder zurück kommt und davon erzählt. Das klingt zwar kompliziert, ist es aber nicht. Lesen Sie weiter…

Zurück zur Gegenwart…
In der letzten Ausgabe habe ich versprochen Ihnen zu zeigen, wie Sie die 40 gängigsten Schwachstellen in Ihrem Betrieb mühelos meistern können. Zugegeben es gibt kein Allerheilmittel. Aber es gibt einen Weg, der, wenn er konsequent verfolgt wird, jedes Problem übersteuert. Wenn Sie also Ihre eigenen Probleme mit denen Ihrer Kunden ersetzen, werden Sie wachsen und den Erfolg haben, den Sie verdienen. Versuchen Sie es.

8 Schritte zum Markterfolg
1. Finden Sie heraus, wo bei Ihrem Kunden der Schuh am meisten drückt (das braucht Zeit, viel Zeit – aber rufen Sie heute noch einen Kunden an und fragen Sie ihn… Sie werden staunen!)

2. Spezialisieren Sie sich auf diese eine Druckstelle (verzetteln Sie sich nicht, tun Sie etwas, dafür richtig)

3. Posaunen Sie heraus, dass nur Sie dieses Problem lösen können (Vergessen Sie nie: Wer nicht auffällt, fällt durch!)

4. Gehen Sie gezielt auf Ihren potenziellen Kunden los und erzählen Sie über den Nutzen Ihrer Einzigartigkeit (kein Kunde sagt zu Ihnen nein, wenn Ihr Produkt Geld, Zeit und Nerven sparen hilft oder sonst wie zur Vermeidung eines negativen Gemütszustands führt)

5. Suchen Sie den Dialog und pflegen Sie diesen in dem Sie Gutes tun, und kostenlose Vorleistungen erbringen (das Gesetz der Gegenseitigkeit)

6. Beraten Sie Ihren Kunden mit dem Fokus auf den Nutzen für ihn und bieten Sie ihm Alternativen (jeder Kunde hat gerne die Wahl)

7. Leisten Sie mit Begeisterung eine exzellente Arbeit (und geben Sie wann immer möglich einen drauf)

8. Verbessern Sie sich konstant und steigern Sie den Nutzen immer wieder (Fragen Sie Ihre Kunden hierzu…)

Das ist das Erfolgsrezept vieler erfolgreicher Firmen – von Apple bis Zappos, von Appenzeller bis Zeller Balsam. Ersetzen Sie heute noch Ihre Probleme mit den Problemen Ihrer Kunden. Sie werden staunen, wie schnell Sie vorankommen.

Auf Ihren Spitzenruf! www.spitzenruf.ch

Steven Loepfe
Weitere Informationen und Adresse auf Seite 63

Anzeigen

Die Risiken und Folgen nicht unterschätzen Die Herausforderung Schadensfall

Vor allem in KMU werden die Risiken bzw. die Folgen eines Brandes unterschätzt. Dies zeigt unter anderem eine Erhebung, die ergeben hat, dass 30 Prozent aller Unternehmen, die einen Brand hatten, innert drei Monaten Konkurs angemeldet haben. Die Zahlen für Brände im EDV-Bereich sind sogar noch höher.

Man könnte sich fragen, wieso so viele Firmen nach einem Brand Konkurs anmelden müssen. Die Problematik liegt in einer falschen Risikobeurteilung. Die meisten Unternehmungen meinen, dass sie für Brandfälle ausreichend versichert sind und ihnen dementsprechend nichts passieren kann.

Wegen der vermeintlichen Sicherheit wird vor allem im KMU-Bereich sehr oft auf eine Löschanlage verzichtet und der Schutz höchstens auf eine Brandmeldeanlage beschränkt. Ein zusätzlicher Faktor ist, dass eine effektive Löschanlage oft mit sehr hohen Investitionen verbunden ist. Eine häufige Aussage ist demzufolge: «Wir sind gegen Brand versichert.»

Tatsache ist, dass es lebenswichtige Faktoren für ein KMU gibt, die jedoch nicht versicherbar sind. Der Kunde ist davon der wichtigste. Der Kunde bzw. der Kundenverlust ist nicht versicherbar. Ohne den Kunden gibt es aber kein Geschäft und keine Existenz des KMU. Genau hier liegt die Begründung der am Anfang dieses Textes erwähnten Zahl.

Schnell wieder funktionsfähig

Mit der zunehmenden Modernisierung steigen die Kundenerwartungen bezüglich Schnelligkeit und Verfügbarkeit. Entsprechend nimmt die Bedeutung einer einwandfrei funktionierenden Infrastruktur zu und ist meistens matchentscheidend.

Die kundenkritischen Teile der Infrastruktur sollten somit im Brandfall möglichst wenig Schaden erfahren und nachher möglichst schnell wieder funktionsfähig sein. Dies bedeutet, dass der Brand erstens möglichst schnell erkannt werden muss und zweitens schnell, effektiv und ohne zusätzlichen Schaden zu verursachen gelöscht werden muss. Dazu sollte die Lösung möglichst modular, kompakt und kostengünstig sein.

Neue Entwicklungen im Brandschutzbereich wie zum Beispiel die Aerosol-Löschsysteme erfüllen diese erhöhten Anforderungen. Die wirtschaftliche Bilanz solcher innovativen Systeme fällt positiv aus, sind doch die Initial- und Investitionskosten im Vergleich zu herkömmlichen Systemen geringer, der Wartungsaufwand minimal und durch das Ausbleiben von Folgeschäden ist die betroffene Infrastruktur wieder schneller in Betrieb.

Keine Folgeschäden

Die Aerosol-Löschsysteme sind einfach zu bedienen und wirtschaftlich. Die wichtigste Eigenschaft ist jedoch, dass sie für Menschen, Tiere und Umwelt unschädlich sind und keine Folgeschäden verursachen. Die kompakte und modulare Bauweise erlaubt die schnelle und problemlose Installation ohne lange und kostspielige Unterbrechungen des laufenden Betriebes. Diese moderne Löschtechnologie ist vor allem für den Raum- und Objektschutz geeignet.

In verschiedenen Infrastrukturschränken und -räumen sowie in Räumen, in denen sich Menschen aufhalten, sind die Vorzüge der Aerosol-Löschsysteme besonders nützlich. Schnelle Brandbekämpfung, keine Folgeschäden und kein Ersticken von Lebewesen zeichnen den Löschvorgang aus.

Mit den innovativen, modularen Löschsystemen, zum Beispiel auf Basis von umweltfreundlichen und unschädlichen Aerosolen, wird der Brandschutz für alle Infrastrukturanwendungen aus Gewerbe, Industrie, Dienstleistungssektor und öffentlichen Diensten erschwinglich. Brände werden innert kürzester Zeit gelöscht und die sonst üblichen Folgeschäden vermieden.

Mit den innovativen, wirkungsvollen, zweckmässigen und umweltfreundlichen Aerosol-Löschsystemen sichert ein KMU das Unversicherbare und somit seine Zukunft.

Kontakt

Aero-X AG
Telefon +41 (0) 43 521 25 50
Telefax +41 (0) 43 521 25 59
info@aero-x.ch
www.aero-x.ch

Paul van Trigt

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 63

Der Fachmann für Ihr Fest

Markus Grab

Seine Produkte kennt jeder. Aber niemand macht sich Gedanken, woher die praktischen Helfer jedes grösseren Anlasses kommen: von tombotto, dem Spezialisten für Fest-, Event- & Promotionsartikel.

Lieben Sie Schlager, Volksmusik oder mögen Sie es lieber rockiger? Egal, welchen Stil Sie bevorzugen, das Eintrittsbillett für Ihr letztes Konzert stammte wahrscheinlich aus dem kleinen Aarwangen im Oberaargau. tombotto, der Spezialist für Fest-, Event- und Promotionsartikel beliefert sie alle: die Veranstalter der Mega-Events wie Street-Parade, Ski-WM oder Greenfield-Openair bis zu den Organisatoren des Vereinsfestes um die Ecke. Was immer es braucht, um eine richtige Party steigen zu lassen oder einen unvergesslichen Event durchzuführen, Markus Grab, tombotto-Geschäftsführer, liefert: Eintrittskontroller in verschiedenen Materialien, Tickets, Bons, Gutscheine, Tombolalose und Einweggeschirr. Alles aus einer Hand und zu Preisen, die Festlaune machen.

«Ich liebe die tägliche Herausforderung, für jeden Kunden und jede Kundin die beste Lösung zu finden», sagt der ehemalige Software-Spezialist und erzählt nicht ohne Stolz von Glücksrädern in Tierform, die er für einen Kunden produzieren konnte, oder den blau-weissen Konfetti-Regen, den er für die Meisterfeier des FC Zürich organisieren durfte.
Vor siebzehn Jahren gründete der dreifache Familienvater sein Unternehmen, damals spezialisiert auf Tombola-Preise und Lose. Das Unternehmen wuchs rasant, die Palette der angebotenen Produkte verbreiterte sich rasch. «Jeder Kunde, der etwas bei mir bestellte, fragte: Hast du auch Werbeballone, Tischsets oder Member-Cards?», erinnert sich Grab. Er hatte. Und was er nicht hatte, besorgte er. «Der Kunde ist König», sagt Grab weiter und: «Für mich ist es die grösste Befriedigung, jedem Veranstalter genau das zu liefern, was er für seinen Anlass braucht.» Auch Sonderwünsche sind ihm willkommen. So bieten tombotto und die dazugehörigen Online-Shops tombotto.ch und magiceffects.ch eine grosse Auswahl an Materialien und Ausführungen für fast jedes angebotene Produkt. Von den Eintrittskontrollern über die Rubbellose und Lanyards bis zu Tischsets und Glücksrädern kann alles personalisiert und bedruckt werden.
Auch mit Bühnen- und Showeffekten kennt sich Markus Grab aus. So berät er Konzertveranstalter genauso wie das Schweizer Fernsehen. Denn wer weiss besser als der tombotto-Geschäftsführer, wie man die frisch gekürte Miss Earth am besten in funkelnden Goldregen versetzt oder welche Nebelmaschine die Hitparadenstürmer sicher begeistern wird?
Wenn's eilt, legt Markus Grab auch einmal selber Hand an und bedruckt auf der firmeneigenen Druckmaschine Armbänder und Membercards. Auch am Wochenende, wenn es sein muss. «Diese Flexibilität und die persönliche Beratung schätzen meine Kundinnen und Kunden», weiss Markus Grab. Er selber schätzt, dass er jederzeit auf die Toleranz und Mithilfe seiner Familie zählen kann: «Ohne sie wäre der Betrieb heute nicht, was er ist», sagt Markus Grab und wendet sich der nächsten kniffligen Aufgabe zu: Ein Theaterproduzent aus Zürich möchte eine Konfettikanone auf seine Bühne stellen und fragt nach schwarzen Konfetti…

Tanja Polli

tombotto
Telefon 062 963 10 25
Fax 062 963 04 25
E-Mail info@tombotto.ch

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 63

Anzeigen

www.tombotto.ch
www.magiceffects.ch

tombotto
Fest-, Event- & Promotionsartikel

MACHEN SIE AUS IHREM ANLASS EIN FEST!

Überlassen Sie Ihren Event nicht dem Zufall. tombotto, der Spezialist für Fest-, Event- & Promotionsartikel, unterstützt Sie professionell und mit Herzblut.

tombotto – innovative Ideen für Ihren starken Auftritt!

cockpitKMU – Die Strategie als Kompass zum Erfolg

Das Tagesgeschäft braucht klare Ziele und Prioritäten, sonst verlieren wir wertvolle Energie und Zeit für wenig Ertrag. Jeder Betrieb braucht eine Grundlage, nach der er navigieren und die Erfolgspotentiale ausschöpfen kann. Diese Anforderungen muss eine Strategie für KMU erfüllen; sie muss zudem einfach, praxisorientiert und zahlbar sein – und sie muss an jedem einzelnen Arbeitsplatz umgesetzt werden.

KMU stufen Strategien oft als ein Papier ein, das viel kostet und wenig nützt. Und das trifft leider häufig auch zu. Gerade in unsicheren oder turbulenten Zeiten sind jedoch Leuchttürme als Orientierungspunkte wichtig. Eine Strategie muss sowohl für die Geschäftsleitung als auch für die Mitarbeitenden eine alltägliche Entscheidungshilfe sein; darin liegt ihr grösster Nutzen.

Erst die Umsetzung bringt den gewünschten Nutzen

Mehr als 60% der Grossunternehmen Westeuropas und der USA nutzen die Führungsmethode Balanced Scorecard (BSC) um ihre Strategien umzusetzen und ihre Ziele zu erreichen. Für KMU liegt diese Führungsmethode als einfaches Handbuch mit eigener Internetseite (www.cockpitkmu.ch) und vielen Downloads vor.

Der erfolgreiche Unternehmer zeichnet sich dadurch aus, dass er die richtigen strategischen Entscheide fällt und diese mit seinem Team konsequent umsetzt. *cockpit*KMU ist ein Werkzeug, das dies gezielt für KMU gewährleistet, weil es auf sie zugeschnitten ist. Das Grundprinzip von *cockpit*KMU ist einfach: Es werden die entscheidenden Erfolgsursachen gesucht, diese mit wenigen Kennzahlen versehen und mit den umzusetzenden Massnahmen verbunden. So erhalten die Mitarbeitenden Ziele, die ihre tägliche Arbeit mit den strategischen Unternehmenszielen direkt verbinden.

Fazit

Die Unternehmensführung ist vielschichtig und verlangt eine ausgewogene, ganzheitliche Sicht. Das Cockpit fokussiert die individuellen Leistungen der Mitarbeitenden direkt auf die wichtigen strategischen Ziele. In seiner einfachen Form ist es KMU-tauglich und verbessert Führung und Zielerreichung. Über 20 Tools sind auf der Homepage www.cockpitKMU.ch gratis zum Download bereit.

Lesen Sie den ausführlichen Artikel unter:
www.netzwerk-verlag.ch/cockpit

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 63

Hans P. Blatter
Werdegang in KMU, 1996 bis 2006 Direktor eines Unternehmens mit 280 Mitarbeitenden. Seit 2005 Berater für Strategieentwicklung und -Umsetzung. Ausbildung zum Marketingplaner, Techniker der Druckindustrie, Master of Business Administration (MBA)

Anzeigen

marketraining
erfolg durch veränderung

Partner für KMU in

Unternehmens- und Personalentwicklung

· Beratung
· Training
· Coaching
· Change-Management

Vom Unternehmer für KMU Unternehmen

Praktisch – Pragmatisch – Massgeschneidert
Es geht um *Erfolg durch Veränderung:*
Einstellungen - Verhalten - Kompetenzen - Leistung

Führung - Verkauf - Service - Team - Person

Marcel Zünd
Zürcherstrasse 12
CH- 8400 Winterthur
T 052 262 70 60
F 052 262 70 61
N 079 631 40 05
zuend@marketraining.ch
www.marketraining.ch

Erfolg ist machbar

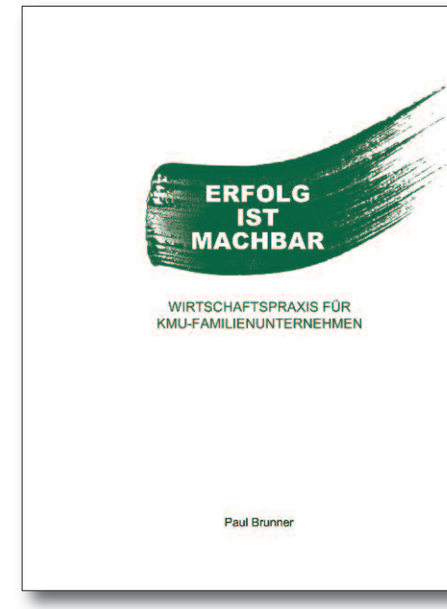
Ein Buch von einem Praktiker für Praktiker. Der Autor hat während dreissig Jahren mit KMU-Familienunternehmen zusammengearbeitet. In seinem Buch fasst er seine Erfahrungen und Erkennnisse zusammen und gibt auch Tipps und Denkanstösse in leicht verständlicher Sprache – kurz, prägnant und auf das Wesentliche beschränkt, mit vielen Praxisbeispielen. Das Vorwort zum Buch schrieb Dr. Hanspeter Danuser, Ex-Tourismusdirektor St. Moritz.

Der Autor beschreibt die zur Gründung eines Unternehmens führenden Unternehmermotivationen, die Charaktereigenschaften von Führungspersönlichkeiten, die Auswirkungen der verschiedenen Finanzierungen auf die Unternehmung sowie erfolgreiche und erfolglose Diversifikationen. Die wichtigsten Aspekte einer erfolgversprechenden Nachfolgeregelung erläutert er ebenso wie die Erfolgsfaktoren, welche für den Unternehmenserfolg von entscheidender Bedeutung sind und welches der wahre Gewinn oder Verlust eines Unternehmens ist. Bei Innovationen limitiert sich der Autor nicht nur auf Produkte, sondern schliesst die Unternehmung als Ganzes sowie das Personal mit ein. Was bei Partnerschaften und Firmenzusammenschlüssen von einschneidender Bedeutung ist, erläutert er ebenso wie die Voraussetzungen für eine machbare Sanierung eines ins Schlingern geratenen Unternehmens. Ein Anliegen ist ihm die einfache und effiziente finanzielle Unternehmensführung und Überwachung. Bilanzen und Erfolgsrechnungen – welche die Vergangenheit betreffen – sind nicht unbedingt gute Instrumente zum Frühwarnen; der Autor präsentiert ein wirksames Frühwarnsystem. Wann man vorzugsweise mit einem Berater zusammenarbeitet ist ebenfalls ein Thema, wie auch was für eine zufriedenstellende Kooperation mit einer darlehensgebenden Bank notwendig ist. Die vielen Praxisbeispiele rund um KMU-Familienunternehmen reichen von ungewöhnlichen Unternehmermotivationen bis zu genialen Marketingaktivitäten. Alles in allem ist dieses Buch eine geballte Ladung Wirtschaftspraxis auf kleinstem Raum.

90 Seiten Fr. 38.00 erhältlich bei Panconsult AG

Paul Brunner

Weitere Informationen und Adresse auf Seite 63



Paul Brunner

Paul Brunner ist diplomierter Wirtschaftsprüfer und Mitglied der Treuhand Kammer Schweizerische Kammer für Wirtschaftsprüfer und Steuerexperten. Er war Partner einer der grössten, weltweit tätigen Wirtschaftsprüfungs- und -beratungsgesellschaften. Heute ist er Inhaber einer eigenen Wirtschaftsprüfungs- und -beratungsfirma. In seiner langjährigen Praxis hat er als Wirtschaftsprüfer und Unternehmensberater bei Prüfungs- und Beratungsprojekten in verschiedenen Industrien in der Schweiz, Europa inklusive Osteuropa, den Vereinigten Staaten von Amerika und Südamerika gearbeitet. Die letzten dreissig Jahre war sein Haupttätigkeitgebiet KMU- Familienunternehmen. Er hat Artikel geschrieben und Vorträge gehalten über verschiedenste Wirtschaftsthemen. Paul Brunner hat ein unternehmerisches Herz und ein Flair für Marketingherausforderungen. Sein Credo ist «Keep it simple».

Anzeigen

PANCONSULT AG DIE ZUM ERFOLG

Unternehmensberatung für KMU Familienbetriebe

Panconsult AG
www.panconsult.org

Schanzeneggstrasse 1 • Postfach 1533 • 8027 Zürich
Telefon: 044 201 01 72 • Fax: 044 281 14 84 • E-Mail: info@panconsult.org

FINANZEN

WEKA Praxis-Seminare

Erfolgreiche Finanz- und Liquiditätsplanung

20% RABATT FÜR SKV-MITGLIEDER

So erkennen und vermeiden Sie Finanz- und Liquiditätsengpässe

Systematische Finanz- und Liquiditätsplanung

Die Finanz- und Liquiditätsplanung ist eine zentrale Funktion des Finanzmanagements. Zusammen mit der Analyse der finanziellen Situation ist sie ein effizientes Instrument, Ihr Unternehmen jederzeit zahlungsfähig und optimal finanziert zu halten.

An diesem Seminar lernen Sie **effiziente Techniken der Finanz- und Liquiditätsplanung** kennen und einen **aussagekräftigen Liquiditäts- und Finanzplan** aufzustellen.

Ihr Nutzen

- Sie üben effiziente **Techniken der Finanz- und Liquiditätsplanung.**
- Sie können geeignete Finanzierungsmassnahmen erkennen und planen.
- Analyse der **Liquiditätssituation mit Hilfe von Kennzahlen.**
- Sie erstellen die **Planung der einzelnen Posten von Erfolgsrechnung und Bilanz** mit Hilfe der Percentage-of-Sales-Methode, der T-Account-Methode und Mischmethoden.
- Sie kennen die Methoden des Working Capital Management mit Debitoren- und Kreditorenmanagement, Bestandesmanagement und Cash Management.
- Sie haben jederzeit den **Überblick über die Liquiditätsreserve.**
- Laufende Analyse und Optimierung der Finanzsituation.

WEKA Praxis-Seminar

Erfolgreiche Finanz- und Liquiditätsplanung

Donnerstag, 14. April 2011
Donnerstag, 6. Oktober 2011

Seminar-Inhalte — Seminarleitung: Prof. Dr. rer. pol. Thomas Rautenstrauch

- Zielsetzungen des Finanzmanagements
- Organisation der Finanz- und Liquiditätsplanung
- Liquiditätspläne erstellen und auswerten
- Finanzpläne gestalten und Ermittlung von Plandaten
- Auswertung der Finanzplanung, Erstellen von Finanzierungsszenarien und Gestalten der optimalen Finanzierung
- Vorgehen beim Working Capital Management
- Integration von Liquiditäts- und Finanzplanung

Akkreditiert durch FPVS 6 CREDITS

Veranstaltungsort

Zentrum für Weiterbildung
der Universität Zürich
Schaffhauserstrasse 228
8057 Zürich

Seminartermine

- Donnerstag, 14. April 2011
- Donnerstag, 6. Oktober 2011

Jeweils von 9.00 Uhr bis ca. 16.30 Uhr

Preis pro Seminar

CHF 890.– (exkl. MWST) inklusive:

- Mittagessen
- Getränke
- Pausenverpflegung
- Seminarunterlagen
- Zertifikat

Das Seminar richtet sich an

Controller, Geschäftsführer,
Leiter und Mitarbeitende
Finanz- und Rechnungswesen,
Verwaltungsräte, Treuhänder

Teilnehmerzahl

max. 28 Personen

Melden Sie sich gleich auf www.kmuverband.ch unter Seminare -> WEKA an und sichern Sie sich Ihren Vorzugspreis.

WEKA Business Media AG
Hermetschloostrasse 77
8048 Zürich
Tel. 044 434 88 34
Fax 044 434 89 99
info@weka.ch
www.weka.ch
www.weka-finanzen.ch
www.praxisseminare.ch

Datum	Ort	Veranstaltung	Weitere Infos
März			
04.03.	Zürich	Mehrwertsteuer und Dienstleistungen	www.eiab.ch
16.03.	Zürich	Tarifizierung und Zollgebühren	www.eiab.ch
17.03.	Würenlos, Autobahn Rest. Marché	Erfolgsfaktor Mitarbeiter	www.kmuverband.ch
17.–19.03.	Zürich	Diplomkurs «Importmanager/in»	www.eiab.ch
22.03.	Zürich	e-dec in der Praxis	www.eiab.ch
25./26.03.	Rheinfelden	Grundlagenseminar Mentaltraining	www.praxisbrücke.ch
29.03.	Zürich	EU-Verzollung und Mehrwertsteuer	www.eiab.ch
29.03.	Zürich	Japan-Knigge	www.eiab.ch
April			
07.04.	Brugg-Windisch	«Ich mache mich selbstständig!»	www.start-net.ch
07.04.	Winterthur, Hotel Römertor	Neue Kunden, wie finden wie binden	www.kmuverband.ch
28.04.	Pratteln, Restaurant Engel	Erfolgsfaktor Mitarbeiter	www.kmuverband.ch
Mai			
26.05.	Gisikon-Root, Hotel Tell	Neue Kunden, wie finden wie binden	www.kmuverband.ch
Juni			
24./25.06.	Erlinsbach	Grundlagenseminar Mentaltraining	www.praxisbrücke.ch
16.06.	Geroldswil, Hostellerie Geroldswil	Erfolgsfaktor Mitarbeiter	www.kmuverband.ch
30.06.	Würenlos, Autobahn Rest. Marché	Erfolgsfaktor Mitarbeiter	www.kmuverband.ch
September			
08.09.	Winterthur, Hotel Römertor	Erfolgsfaktor Mitarbeiter	www.kmuverband.ch
29.09.	Pratteln, Restaurant Engel	Neue Kunden, wie finden wie binden	www.kmuverband.ch
30.09./01.10.	Grenchen	Grundlagenseminar Mentaltraining	www.praxisbrücke.ch
Oktober			
20.10.	Gisikon-Root, Hotel Tell	Erfolgsfaktor Mitarbeiter	www.kmuverband.ch
November			
20.10.	Geroldswil, Hostellerie Geroldswil	Neue Kunden, wie finden wie binden	www.kmuverband.ch

Anzeigen

Ob nun ein **Sonnensegel nach Mass**, ein **aufrollbares Sonnensegel**, das eine Schattierung bis zu einer **Fläche von 70 m²** ermöglicht, ein **Gastro - Schirm**, einen **Sicht- und Windschutz**, oder ein **Agrar - Schutznetz**, fast alles ist bei uns möglich und erhältlich. Der **Sunshade - Shop** bietet grosszügigen **Sonnen- und Wetterschutz** in allen Varianten. Formgebung, Material, Farbe, Grösse und Neigung geben jedem Sonnensegel / Gastroschirm einen einzigartigen Look. Jedes Produkt kann individuell an die Architektur angepasst bzw. kann auch gänzlich freistehend an fast jedem beliebigen Ort installiert werden. Informationen erhalten Sie unter **info@sunshade-shop.ch**

Seite 5/7/8/10/20/61
Schweizerischer KMU Verband SKV
Eschenring 13
6300 Zug
info@kmuverband.ch

Seite 4
Schweizerzeit Verlags AG
Postfach 23
8416 Flaach
www.schweizerzeit.ch

Seite 6
Associated Foreign Exchange (Schweiz) AG
Seefeldstrasse 69
8008 Zürich
www.afex.com

Seite 9
KAIZEN Institute Consulting Group Ltd.
Bahnhofplatz
Zug 6300 Switzerland
www.kaizen.com

Seite 11
start-net gmbh
Rummelring 35
5610 Wohlen
www.start-net.ch

Seite 12/40
KYOCERA MITA EUROPE B.V.
Hohlstrasse 614
8048 Zürich
www.kyoceramita.ch

Seite 13
AVV-FACTORING®,
KMU-FACTORING® und AVV-Praxis-FACTORING®
LI-9490 Vaduz, Heiligkreuz 44
www.avv.li

Seite 14
monere treuhand gmbh
Im Tobelacher 1
5406 Baden Rütihof
www.monere.ch

Seite 15
abitop
Industriestrasse 176
Postfach 12, 8957 Spreitenbach
www.abitop.ch

Seite 16
ADVANTAS Treuhand GmbH
Kastanienweg 3
6344 Meierskappel
www.advantas.ch

Seite 17
Panoramawelt Lungern-Schönbüel
Wichelstrasse 2
6078 Lungern
www.panoramawelt.ch

Seite 18
Seehotel Am Kaiserstrand
Kaiserstrand 1
A–6911 Lochau bei Bregenz am Bodensee
www.seehotel-kaiserstrand.at

Seite 21
Suchtprävention Aargau
Kasinostrasse 29
5000 Aarau
www.suchtpraevention-aargau.ch

Seite 22
psycon gmbh
Birkenstrasse 49, 6343 Rotkreuz
Tel. Geschäftsstelle Mollis: 055 622 39 29
www.psycon.ch

Seite 23
VARITRONIC AG
Scheuermattweg 6
3177 Laupen
www.varitronic.ch

Seite 24
IMSEC GmbH
Sonnhaldenstrasse 87
6331 Hünenberg
www.imsec.ch

Seite 26
Greenkern Media GmbH
Erlenbrunnenweg 8A
5442 Fislisbach
www.greenkern.ch

Seite 27
Der KMU-Lotse c/o
DatAnalytics GmbH
Innere Güterstrasse 2, 6300 Zug
www.kmu-lotse.ch

Seite 28
DIE ADVOKATUR SURY GmbH
Alpenquai 4
6005 Luzern
www.dieadvokatur.ch

Seite 29
socialdesign ag
Kornhausplatz 12
3011 Bern
www.socialdesign.ch

Seite 30
Peter Gaffuri AG
Kornhausplatz 7
3011 Bern
www.gaffuri.ch

Seite 31
scanwork AG
Badenerstrasse 338
8040 Zürich
www.scanwork.ch

Seite 32
Videooo GmbH
Postfach 70
8411 Winterthur
www.videooo.com

Seite 33
EMEX Management GmbH
Lindenbachstrasse 56
8006 Zürich
www.suisse-emex.ch

Seite 34
MotionPictures media concepts
Hauptstrasse 6a
3422 Alchenflüh
www.motionpictures.ch

Seite 35
aranea marketing Gabriela Gees
Seestrasse 292
8810 Horgen
www.aranea-marketing.ch

Seite 36
Antares Kommunikationstechnik
Loorenstrasse 2
8340 Hinwil
www.antanet.ch

Seite 37
Hugo Aebersold Werbekonzeptionen & Texte
Höheweg 11
3037 Herrenschwanden
www.hugoaebersold.ch

Seite 38
SAWI
Stettbachstrasse 6
8600 Dübendorf
www.sawi.com

Seite 39
tradaction
Haut de la Suze 8
2616 Renan
www.tradaction.ch

Seite 42
IfFP Institut für Finanzplanung
Hohlstrasse 550
8048 Zürich
www.iffp.ch

Seite 43
sanu
Dufourstrasse 18
Postfach 3126, 2500 Biel 3
www.sanu.ch

BSD Consulting
Hufgasse 17 / Postfach 826
8024 Zürich
www.bsd-net.com

Seite 44/45
Sportcamp Melchtal
Korporation Kerns
Sarnerstrasse 1, 6064 Kerns
Bettina Hübscher, Geschäftsführerin, 078 791 20 01

Seite 46
Kanzlei Luzernerstrasse Kriens
Luzernerstrasse 51a
6010 Kriens
www.anwaelte-kriens.ch

Seite 47
Küng Rechtsanwälte
Haldenstrasse 6 / 10
9200 Gossau
www.kueng-law.ch

Seite 48
InvenComm GmbH
Neuwis 34
8700 Küsnacht
www.invencomm.com

Seite 49
Brandes Management
Dollikerstrasse 68b
8707 Uetikon am See/Zürich
www.brandes-management.com

Seite 50
Max Witschi + Partner GmbH
Obere Hauptgasse 89
3600 Thun
www.hsv.ch

Seite 51
Aktiv Beratungs-GmbH
Feldstrasse 80
8180 Bülach
kmu@aktivberatungs-gmbh.ch

Seite 52/53
Emeritus-Work
General Wille Strasse 8
8002 Zürich
www.emeritus-work.com

Seite 54
ASGA
Rosenbergstrasse 16
9001 St. Gallen
www.asga.ch

Seite 55
Loepfe & Partner AG
Alpenstrasse 16
6301 Zug
www.spitzenruf.ch

Seite 56
Aero-X AG
Wettingerstrasse 19
5400 Baden
www.aero-x.ch

Seite 57
tombotto Markus Grab
Postfach , Bützbergstrasse 1
4912 Aarwangen
www.tombotto.ch

Seite 58
Verlag cockpitKMU®
Sandhubel 36
3257 Ammerzwil/Bern
www.cockpitkmu.ch

Seite 59
Panconsult AG
Schanzeneggstrasse 1
Postfach 1533, 8027 Zürich
www.panconsult.org

Seite 60
WEKA Business Media AG
Hermetschloostrasse 77
8048 Zürich
www.weka.ch

Inserieren und ERFOLG haben:
041 761 68 52

11 x im Jahr den *ERFOLG* im Briefkasten

Bestellungen an:

KMU Netzwerk Verlag GmbH
Eschenring 13
6300 Zug

Bestellung
per Telefon: 041 740 42 25
per Fax: 041 740 42 26 oder
per E-Mail: abo@netzwerk-verlag.ch

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

Anzeigen

jura

So glänzen Profis

Die IMPRESSA X9 begeistert durch Design und Virtuosität. Latte macchiato & Co. gelingen ohne Verschieben der Tasse. Das macht sie zum Star aller Selbstbedienungszonen. Ein perfektes Resultat, einfache Bedienung und Pflege sowie diverse Ausbaumöglichkeiten zur Kaffee-Komplettlösung werden Sie überzeugen.

Informieren Sie sich jetzt unter www.gastro.ch.jura.com

SWISS MADE

Gehen Sie auf Blickfang!

Fullservice für Ihre gesamte Print-, Display, Aussen- und Innenwerbung.

Flexibel, kompetent, termingerecht!

scanwork.ch

- Grafik
- Bildcomposing
- Grossformatplots
- Plakate
- Schaufensterprints
- Theken
- Messen / Ausstellungen
- Autobeschriftung
- Verkehrsmittelwerbung
- Blachen
- Bodenkleber
- Displays
- Fahnen
- Fensterkleber

Nehmen Sie mit uns unverbindlich Kontakt auf. Wir werden Sie begeistern!

scanwork AG

IHR PARTNER FÜR PREPRESS, DIGITALDRUCK, BESCHRIFTUNGEN UND PRODUKTIONSSERVICE

BADENERSTRASSE 338 CH-8040 ZÜRICH TELEFON +41 44 404 22 00 FAX +41 44 404 22 00
INFO@SCANWORK.CH WWW.SCANWORK.CH