ERFOLG

Offizielles Organ des schweizerischen kmu verbandes

Die starke Zeitung für Selbständige, Unternehmer und Existenzgründer

Nummer 6 • Juni 2009 • 3. Jahrgang • Preis Fr. 3.90 • www.netzwerk-verlag.ch • AZB 6300 Zug

Veranstaltungen
Unternehmertreffen St. Gallen 6

Wirtschaft
Jobs & Krise 11

Reportage
Miettextilien 14
Greenevent 15

Networking
Business am See 16

Marketing
Neue Kunden auf dem Silbertablett 20

Strategie
Strategisches Management in Krisenzeiten 24/25

Finanzen
Debitorenschutz 26
Finanzierung für Transport-Unternehmen 27

Rechtsberatung
Wann gilt das Konkurrenzverbot? 28

Energie tanken um für das 2. Halbjahr bereit zu sein

Directmarketing - Direkt beim Kunden!

Suchen Sie...

...mögliche neue Kunden?
...Lieferanten?
...Geschäftspartner?
...Sponsoren?

Möchten Sie...

...Ihre Adresskartei aktualisieren?
...Adressen für Mailings?
...Neugründer anschreiben?

Adressen kauft man bei www.startupadressen.ch - Bereits ab Fr. 0.30/Adresse

5 Expertenbühnen

FORUM der Marketingkongress

Special Interest Guided Tours

Turning Visions into Business

400 Aussteller

suisse emex '09

DER MARKETING EVENT

ZÜRICH | 25. – 27. AUGUST 2009

SuisseEMEX ist die führende Schweizer B2B Fachmesse für Marketing, Kommunikation, Event und Promotion. Präsentiert werden die Neuigkeiten und Branchen-Trends von über 400 Ausstellern aus dem In- und Ausland. Ein hochkarätiges Vortrags- und Eventprogramm runden das Messe-Erlebnis ab.

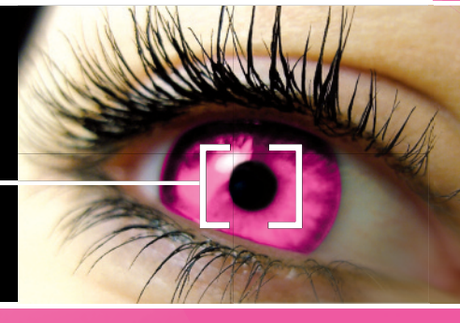
www.suisse-emex.ch

© www.ming-agentur.ch

Messegutschein by anthrazit
Senden Sie ein SMS an **939**
mit Text: **MOBIL emex2**
anthrazitservices Fr. 0.20/SMS

Messezentrum Zürich
25. – 27. August 2009

FOKUS'09: TRENDS & KNOW-HOW
Der „all-inclusive" Messe-Event mit fünf Expertenbühnen und 80 Top-Referenten



EMEX Management GmbH | Lindenbachstrasse 56 | 8006 Zürich | Tel. +41 44 366 61 11 | Fax +41 44 366 61 29 | info@suisse-emex.ch | www.suisse-emex.ch

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser

In den vergangenen Wochen gab es viel zu tun. Gleich 5 Unternehmertreffen haben wir in Zug, Bern, Zürich, Basel und im Aargau durchgeführt und konnten insgesamt über 800 aktive Unternehmerinnen und Unternehmer begrüssen. Dies zeigt ganz deutlich, dass auch kleine KMUs sich gerne präsentieren und das eigene Netzwerk vergrössern und dies nicht nur Mittel- und Grossbetrieben an Messen vorbehalten ist.

Dieser tolle Erfolg hat uns dazu beflügelt, dass wir bereits am 13. August ein weiteres solches Treffen durchführen und den Schritt in die Ostschweiz wagen. Die anfängliche Skepsis, ob wir auch dort ein erfolgreiches Unternehmertreffen realisieren können und sich genügend interessierte KMUs finden werden, ist schnell verflogen. In nur 4 Tagen haben sich bereits über 80 aktive Unternehmerinnen und Unternehmer angemeldet so dass wir sehr zuversichtlich sind, dass wir in der AFG Arena in St. Gallen sicher über 150 Personen begrüssen können. Sind Sie auch dabei? Auf **www.netzwerk-sg.ch** können Sie sich direkt anmelden; auch wenn Sie nicht aus der Ostschweiz sind.

Dass KMUs aber nicht nur die Präsenz an Events suchen, sondern auch das Marketing nicht ausser Acht lassen, konnten wir die vergangene Woche feststellen. Noch nie hatten wir in so kurzer Zeit soviele Anfragen für Inserate und Zusendungen von interessanten Berichten, welche wir natürlich immer gerne in der Zeitung publizieren. Aber auch Direct Marketing Massnahmen und der Einsatz von Call-Centern wird aktuell von vielen Firmen eingesetzt.

Dies zeigt klar: Schweizer KMUs verfallen wegen den vielen negativen Wirtschaftsmeldungen nicht in Lethargie, sondern gehen aktiv an den Markt und versuchen, die gesteckten Ziele zu erreichen.

Sind auch Sie so aktiv und haben Sie gute Ideen? Dann schreiben Sie uns!

Roland M. Rupp, Verlagsleitung
verlag@netzwerk-verlag.ch

IMPRESSUM
Herausgeber:
KMU Netzwerk Verlag GmbH
Eschenring 13, 6300 Zug
Tel. 041 740 42 25, Fax. 041 740 42 26
www.netzwerk-verlag.ch
verlag@netzwerk-verlag.ch
produktion@netzwerk-verlag.ch (für Textlieferungen)
Verlagsleitung:
Roland M. Rupp
Redaktion:
Roland M. Rupp, redaktion@netzwerk-verlag.ch
Abonnementsverwaltung:
Alexandra Rupp
Tel. 041 740 42 25, Fax. 041 740 42 26
abo@netzwerk-verlag.ch
Inserateverkauf:
Tel. 079 646 58 05
Inserate@netzwerk-verlag.ch
Produktion:
grafik7
walter röllin, 6312 Steinhausen
produktion@netzwerk-verlag.ch, info@grafik7.ch
Druck:
Triner, Schwyz
Auflage:
Printauflage: 5000 Ex, Onlineauflage: 5000 Ex
Erscheinung:
erscheint monatlich
Preise:
Jahresabo Fr. 36.–, Einzelpreis Fr. 3.90
Redaktions-/Anzeigenschluss:
Jeweils 14 Tage vor Erscheinungstermin
Copyright:
Das Abdrucken von Texten und Inseraten nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages.

KMU - Sommer – Spezialrabatt !

System-Werkstatt SWISSREX
der unentbehrliche Helfer beim Werken
Ihr nächstes Werbegeschenk?!
Kreativspiel LONPOS PUZZLE

Gedächtnis- & Konzentrationstraining mit Spass
über 500 Schwierigkeitsstufen / für jedes Alter & jeden IQ
22'469 Lösungsmöglichkeiten /allein, zu zweit & in Gruppen
---------- www.RexMetall.ch ----------

Passwort für die Ausgabe 6: sparcard
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]

Inhaltsverzeichnis

schweizerischer kmu verband
Diversity-Charta 4
Vorteile einer Mitgliedschaft im SKV 5

Veranstaltungen
Unternehmertreffen 2009 6

Marketing
Aktionäre für Gewerbe-Bank gesucht 7
Crossmediale Werbekampagne 8
Wegweiser im Online-Marketing 17
Neue Kunden auf dem Silbertablett 20
Wer Kommuniziert gewinnt 21

Networking
Verein Business am See Zug wächst 16

Mehrwertpartner
Mehrwert-Firmen 9

Wirtschaft
Börsenrisiken kennen 10
Krise in der Schweiz angekommen 11

Informatik
Digicomp sucht Überflieger 12/13
Muss-Kriterien auf dem Arbeitsmarkt 10

Reportage
Berufskleidung für alle Branchen 14
Green Events 15
Just married 18
Sportlicher Sommer für Frauen 19
Kommunikation in KMU-Betrieben 22/23
Internes Kontrollsystem IKS 29

Strategie
Management in Krisenzeiten 24/25

Finanzierung
Plattform zum Schutz vor Risiko-Kunden 26
Finanzierung für Speditionen 27

Rechtsberatung
Wann gilt das Konkurrenzverbot 28

Autorenverzeichnis
30

Impressum
3

Wenn Sie Fragen zu einem der Artikel haben, so finden Sie auf Seite 30 dieser Ausgabe eine Auflistung, wer den Artikel geschrieben hat, so dass Sie direkt in Kontakt treten können.

Schweizerische KMU Verband unterschreibt Diversity-Charta für Vielfalt in Unternehmen

Die Charta ist vor allem ein Kommunikationswerkzeug

Die Charta der Vielfalt in Unternehmen hat den Zweck, die Vielfalt zu begünstigen und die Rechte der Persönlichkeit innerhalb des Unternehmens zu schützen. Sie hat einerseits eine symbolische Funktion, indem sie daran erinnert und erklärt, dass der Schutz der Persönlichkeit des Arbeitnehmers ein Bestandteil des Anstellungs- und Arbeitsvertrages ist. Andererseits eine pädagogische, ein Unternehmen gibt damit ein überzeugendes Signal, dass jede Art von Diskriminierung nicht geduldet wird.

Die Charta beruht auf den Werten der modernen Gesellschaft und auf der gültigen Gesetzgebung. Die Unterzeichung der Unternehmen erfolgt auf freiwilliger Basis.

Unterzeichnung der «Schweizerischen Charta der Vielfalt in Unternehmen» durch Herrn Roland M. Rupp, Geschäftsführer Schweizerischer KMU Verband und Pancho Frey, Vostandsmitglied von Pinkcross, Dachverband der Schwulen in der Schweiz.

Warum sollen Unternehmen diese Charta unterzeichnen?

Weil man seine Führungskräfte und sein Personal sensibilisiert. Eine Unterzeichnung hat auch positive Auswirkungen auf das Betriebsklima. Das Unternehmen kann so vorbeugen gegen Angriffe auf die Rechte der Persönlichkeit. Bei konsequenter Umsetzung mindert oder verhindert sie die Verantwortung im Rahmen gerichtlicher Verfahren.

Wir hoffen, dass die KMU's das gute Beispiel des Verbandes folgen werden und dass viele die Charta unterschreiben. Ein Teil der Massnahmen gegen homophobe Diskriminierung, welche von Pinkcross, dem Dachverband der Homosexuellen in der Schweiz, gefordert wird, kann durch die «Schweizer Charta für Vielfalt in Unternehmen» verwirklicht werden.

Die Charta hat aber auch einen globalen Anspruch, wendet sie sich doch gegen jede Art von Diskriminierung am Arbeitsplatz.

Wie unterschreibt man die «Schweizerische Charta der Vielfalt in Unternehmen»

Unter www.diversity-charta.ch kann die Charta direkt heruntergeladen, auf ein A4 Blatt ausgedruckt, eingerahmt und prominent aufgehängt werden. Dadurch ist man auch berechtigt, sich auf der WebSite bei den unterzeichneten Unternehmen einzutragen.

Oder noch einfacher, sie nehmen am nächsten Unternehmertreffen in Ihrer Region teil und unterschreiben diese am Tisch von Pinkcross.

Weitere Infos und Adresse Seite 30

www.charte-diversite.ch
www.diversity-charta.ch
www.carta-diversita.ch
www.charta-diversitad.ch
www.diversity-charter.ch

SCHWEIZERISCHE DIVERSITY-CHARTA FÜR VIELFALT IN UNTERNEHMEN

«Weil die Vielfalt unserer Angestellten einen Wert darstellt.»

Vielfalt zuzulassen und zu fördern, sei es bei der Rekrutierung, bei der Karriereplanung oder in anderen betrieblichen Belangen, ist ein Faktor für den Erfolg und Fortschritt eines Unternehmens. Eine aktive Diversity-Politik trägt zur Effizienz und Motivation der Arbeitenden sowie zu ihrem Wohlbefinden bei. Sie kann zudem eine positive Wirkung auf das Ansehen eines Unternehmens haben, gegenüber seinen Kunden, externen Dienstleistern und Lieferanten sowie den VerbraucherInnen, in der Schweiz und in der übrigen Welt.

Die von unserem Unternehmen angenommene Charta ist ein Beitrag zur Bekämpfung jeglicher Form der Diskriminierung, vor allem in Bezug auf Geschlecht, Rasse, ethnische Zugehörigkeit, Religion, Weltanschauung, Behinderung, Alter, Zivilstand oder der sexuellen Orientierung. Sie ist Ausdruck unseres Engagements zugunsten der kulturellen, ethnischen und sozialen Vielfalt in unserem Betrieb/unserer Organisation, weshalb wir sie auch an öffentlicher Stelle gut sichtbar anbringen.

Gemäss dieser Charta verpflichtet sich unser Unternehmen:

1. **den Grundsatz der Nicht-Diskriminierung in allen Bereichen des Arbeitslebens anzuwenden und zu fördern, besonders bei der Stellenausschreibung, der Anstellung, der Beförderung und der Beendigung des Arbeitsverhältnisses;**
2. **jedem Ausdruck von Diskriminierung gegen Mitarbeitende und ihre Angehörige im Zusammenhang mit dem Arbeitsverhältnis vorzubeugen, egal ob er mündlich, schriftlich, bildlich oder physisch geäussert wird und unabhängig davon, ob er im direkten Kontakt oder über ein Drittmedium erfolgt;**
3. **die Anliegen und Ansprüche dieser Charta allen Mitarbeitenden in geeigneter Weise als verbindlich bekannt zu machen.**

Ort, Datum: .....

Logo des unterzeichnenden Unternehmens:

Unterschrift(en):

Diese Charta, durch den Verein Schweizerische Charta der Vielfalt verfasst, wird unterstützt von Persönlichkeiten sowie Gruppierungen aus der Arbeitswelt (Arbeitgebende und Arbeitende) und Vereinskreisen.

Zum download: www.charte-diversite.ch/download/langswitch_lang/de)

Die Vorteile einer Mitgliedschaft im SKV

Wo erhalte ich welche Unterstützung bei einer Neugründung oder/und einer neuen guten Idee? Wie kann ich meinen Markteintritt gut und schnell durchziehen? Welche Kosten und Massnahmen muss ich beachten?

Diese Fragen und viele weitere unbekannte Punkte sind für eine erfolgreiche Markteinführung von grosser Bedeutung. Über 30'000 Neufirmengründer/innen stellen sich jährlich diese Fragen. Der schweizerische kmu verband unterstützt aktiv alle neu gegründeten Klein-und Mittelunternehmen bei Ihrem Start. In seinen Hauptaktivitäten organisiert er mit den regionalen Netzwerken jährlich 10 regionale bedeutende Unternehmertreffen mit bis zu 100 Ausstellern und jeweils bis zu 300 Besuchern. So hilft er nicht nur beim Start, sondern auch bei der erfolgreichen Umsetzung im Markt.

Der SKV Schweizerischer KMU Verband unterstützt und fördert alle Klein- und Mittelunternehmen im Handel, Produktion und Dienstleistungen.
In der Wirtschaftspolitik bietet er eine einfache, effiziente und kostengünstige Rechtsberatung in der ganzen Schweiz an. Die Verbandsmehrwertdienste helfen den einzelnen Verbandsmitgliedern und regenerieren eine vernünftige Zuwachschance für Neumitglieder.
Als Meinungsbildner helfen die Netzwerkcoachs, laufend die Probleme einzelner Klein- und Mittelunternehmer aufzuzeigen und finden entsprechende Lösungen für die Zukunftschance des KMU.
Mit unseren Partnern vermitteln wir kostengünstige Leasing Projekte für unsere Verbandsmitglieder. Wir offerieren ebenfalls in Sachen Finanzbeschaffung und Kreditstruktur optimale Rahmenbedingungen für kostenvernünftige Kleinkredite. Die Idee der Sozialpolitik sind kostengünstige Versicherungsleistungen und laufend die offene Transparenz von Marktpreisen im schweizerischen Versicherungsmarkt zu schaffen und Top-Angebote zu koordinieren. Zusätzlich vermittelt er seinen Mitgliedern Mehrwertleistungen in Koordination mit den Versicherungsanbietern.

Vor allem aber analysiert der SKV den Unternehmermarkt Schweiz und offeriert seinen SKV-KMU Mitgliedern das richtige Netzwerk zu anderen Partnergruppen und Interessenten in allen Wirtschaftsfragen/Gebieten. Seine laufende Koordination in Weiterbildung, Meinungsäusserung mit anderen Wirtschaftsverbänden und Interessengruppen veröffentlicht der Verband laufend in seiner Verbandszeitung. Er setzt sich als Partner für alle Mitglieder ein.

Wir sind auf gute, aktive Klein- und Mittelunternehmen auch in Zukunft in der Schweiz angewiesen. Eine Chance für alle Kleinunternehmen ist eine aktive, starke Unterstützung eines Interessenverbandes. Kontakte und Neukunden sind für jeden KMU die wichigste Aktivität in seiner Tagesplanung. Netzwerken heisst aktive Werbung in eigener Sache. Der Verband hilft hier stark mit den Unternehmertreffen, seiner Ausbildung, seinen Kommunikationplattformen und seinem eigenen Netzwerk mit.
Neue Ideen in neuen Netzwerken schaffen neue Kontakte. Neue Kontakte sind neue Chancen. Wissen ist Macht - wer sich frühzeitig eine Bild von Morgen machen kann, wird die Entwicklung seines Marktes mitbestimmen und am Erfolg partizipieren.

Weitere Infos und Adresse Seite 30

So profitieren Sie von einer Mitgliedschaft im schweizerischen kmu verband:

- Vergünstigte Versicherungstarife
- Optimierung bestehender Versicherungen
- Kostenloses Abo der KMU Zeitung «Erfolg»
- Kostenloser Erhalt der Sparcard und so vergünstigte Einkaufsmöglichkeiten bei über 100 Firmen
- Vergünstigte Werbemöglichkeiten
- Unterstützung bei allen Rechtsfragen
- Unterstützung bei Finanzierung
- Regelmässige Aus- & Weiterbildungsseminare
- Panelmessen und Unternehmertreffen mit der Möglichkeit der eigenen Firmenpräsentation…

und dies alles bei einem jährlichen Mitgliederbeitrag von Fr. 100.–

Werden Sie Mitglied im schweizerischen kmu verband

Beitrittsformular Mitgliedschaft

schweizerischer kmu verband

Ich ersuche um die Mitgliedschaft beim schweizerischen kmu verband

- ❏ Kleinbetriebe (bis 10 Beschäftigte): CHF 100.–
- ❏ Mittlere Betriebe (11 bis 50 Beschäftigte): CHF 150.–
- ❏ Grossbetriebe (über 50 Beschäftigte): CHF 220.–

Firmenname .....
Vorname/Nachname .....
Strasse/Postfach .....
PLZ, Wohnort .....
Telefon .....
Fax .....
E-Mail .....

Einfach ausschneiden und einsenden an:

Schweizerischer KMU Verband
Eschenring 13
6300 Zug

Telefonhotline:
041 740 42 25

Fax : 041 740 42 26
Mobil : 079 646 58 05
www.kmuverband.ch

Unternehmertreffen 2009 in St. Gallen

Wie bereits im letzten Jahr werden wir auch dieses Jahr wieder zahlreiche Unternehmertreffen, jeweils mit integrierter Tischmesse, in der ganzen Schweiz durchführen. Geplant sind 10 Unternehmertreffen.

Das nächste Treffen findet bereits am 13. August 2009 in St. Gallen statt. Wir rechnen wiederum mit rund 250 aktiven Unternehmerinnen und Unternehmer und etwa 70 Firmen, welche die Möglichkeit der aktiven Waren- & Dienstleistungspräsentation nutzen werden.

Event-Ablauf

ab 17:30	Aufbau durch Aussteller
19:15	Begrüssung der Networker durch Roland M. Rupp
19:20	KeyNote von Konrad H. Marzohl, Präsident des Schweizerischen KMU Verbandes
19:25	Unternehmerevent mit Tischmesse
22:00	Event Ende

Wir erwarten wieder rund 70 Unternehmen, welche die Möglichkeit nutzen, sich selber an der integrierten Tischmesse zu präsentieren und rund 250 Besucher.
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-zuerich.ch

Roland M. Rupp
Partner des Schweizerischen KMU Verbandes
Weitere Infos und Adresse Seite 30

Aufschwung durch neue Kontakte

CSS Versicherung

stylos

AVV-FACTORING gegründet 1975
Die Unternehmens-Finanzierung

Eventpartner

Creditreform

MAGIC SING

Termine für Unternehmertreffen 2009

Die Termine für 2009 sind bereits bekannt. Bitte reservieren Sie sich sofort die Termine. Jeweils rund 6 Wochen vor dem Event senden wir Ihnen weitere Detailinformationen.

13. 08. 2009	AFG Arena, St. Gallen
10. 09. 2009	Tennishalle Unterwasser
17. 09. 2009	Landgasthof Sternen Muri
08. 10. 2009	Coop Bildungszentrum, Muttenz
22. 10. 2009	Üdlikerhus, Uitikon
29. 10. 2009	D4-Businesscenter, Ebikon

Schweizer KMU als Aktionäre für Gewerbe Bank gesucht!

In den vergangenen Jahren hat die wirtschaftliche Bedeutung der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) weiter zugenommen. Die KMU sind somit das Rückgrat der Schweizer Wirtschaft und machen ca. 99 Prozent der 307'000 Firmen aus und beschäftigen 60 Prozent aller Arbeitnehmer. Drei von vier KMU sind Kleinstbetriebe d.h. Betriebe mit 1 bis 9 Angestellten. Rund zwei Drittel der 3,6 Millionen in der Schweiz Beschäftigten arbeiten in den KMU.

Viele KMU Betriebe befinden sich zur Zeit in finanziellen Schwierigkeiten bzw. haben keine Möglichkeiten die finanziellen Erfordernisse zu erfüllen um z.B. die Produktion aufrechterhalten oder um kurzfristigen Verbindlichkeiten nachzukommen.
Grund: Sie bekommen keine Kredite. Besonders betroffen von der Verknappung der Kreditvergabe sind kleinere Betriebe wie Industrie- und Bauzulieferer, Plättlileger, Maler und dies obwohl die meisten genug Aufträge haben.

Die Beteiligung am unternehmerischen Risiko von KMU ist bei vielen Finanzinstituten nicht beliebt.
Dafür gibt es mehrere Gründe:

- Das unternehmerische Risiko von KMU ist für Finanzfachleute häufig schwierig abzuschätzen.
- Häufige Änderungen der Informations-aufbereitung und -darstellung erschweren die Analyse und damit den Aufwand zusätzlich.
- Das Verhältnis von Aufwand zu Rendite wird damit völlig uninteressant. Dadurch sind gerade KMU mit kleinem Finanzierungsbedarf stark von der Zurückhaltung der Finanz-institute betroffen.

Doch gerade in der jetzigen Situation sollten die Finanzinstitute die finanziellen Mittel nicht horten, sondern der Wirtschaft bzw. den KMU zur Verfügung stellen um die Konjunktur anzukurbeln.

Die aktuelle Situation hat zu Spannungen und Missverständnissen geführt, denen nur durch einen aktiven Dialog zwischen Banken und KMU begegnet werden kann.
Denn die Finanzierungsschwierigkeiten sind weniger die Folge von Kapitalmangel als vielmehr Ausdruck eines mangelndem Know-how sowie einer ungenügenden Transparenz zwischen Kreditgebern und Kreditnehmern. Ein umfassender Dialog über die Bedürfnisse der betroffenen Parteien und die verschiedenen Finanzierungsmöglichkeiten sind der Schlüssel zu neuen Lösungen. Eine auf gegenseitigem Vertrauen basierende Beziehung ist eine wesentliche Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Kapitalgebern und Unternehmen.

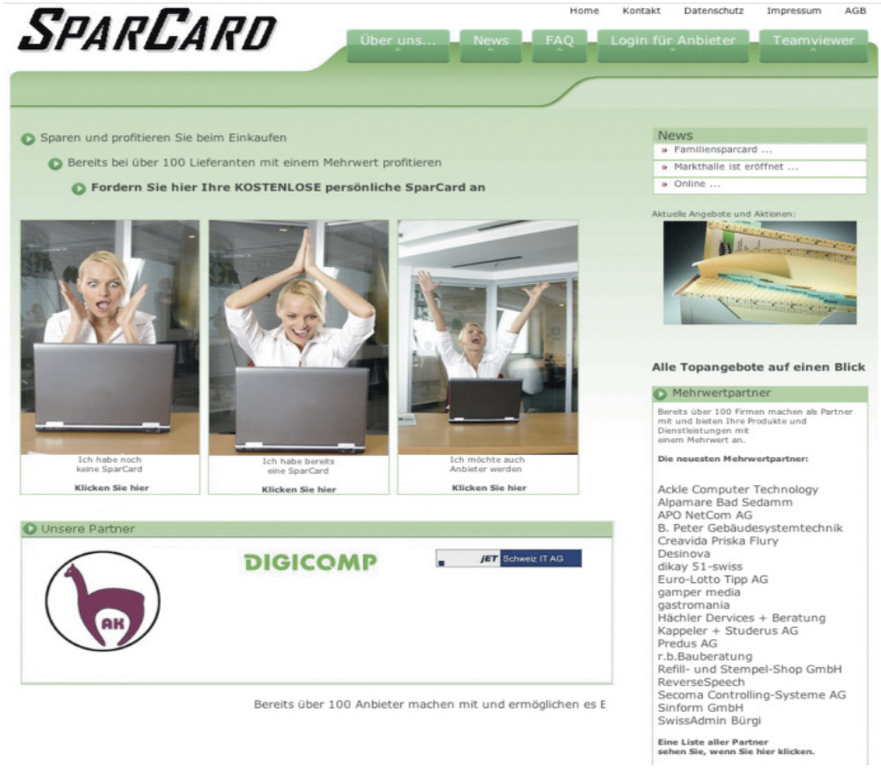
Eine Gruppe bestehend aus Schweizer Bankangestellten, Juristen und Treuhändern hat sich zum Ziel gesetzt, eine aufs Gewerbe fokussierte Bank (Gewerbe Bank) zu gründen. **Ziel der Gewerbe Bank ist es, den KMU verständliche, einfache und den Erfordernissen entsprechende Produkte und Dienstleistungen anzubieten.**
Durch niedrige Fixkosten, laufende Kostenkontrolle und effiziente Arbeitsabläufe wird es möglich sein, auch im KMU Geschäft erfolgreich arbeiten zu können.

Damit zukünftig keine Probleme betreffend Strategie und Eigentümerschaft entstehen, möchten die Gründer möglichst viele Kleinaktionäre ab CHF 20'000.00 zur Gründung und Teilhaberschaft der Bank einladen.
Aktionär der «Gewerbe Bank AG» können natürliche und juristische Personen sein.

Weitere Infos und Adresse Seite 30

Anzeigen

Eine komplette crossmediale Werbekampagne für Firmen mit kleinem Werbebudget



In wirtschaftlich schwierigen Zeiten machen viele Firmen den Fehler, das geplante Werbebudget zu weit zu reduzieren oder ganz darauf zu verzichten. Doch gerade in diesen Zeiten gilt: Mehr Umsatz erzielen ist besser als Kosten zu reduzieren. Um neue Kunden zu gewinnen, ist Marketing unabdingbar. Dass Werbekampagnen und damit eine stetige Präsenz bei der Zielgruppe aber nicht viel kosten müssen, hat der Schweizerische KMU Verband mit einer cleveren Kombination bewiesen.

Mit dem Mehrwertpartnerprogramm des Schweizerischen KMU Verbandes erhalten Firmen die Möglichkeit, während zwölf Monaten bei der Zielgruppe Businesskunden präsent zu sein und dies für einen unschlagbaren Preis. Dies konnte realisiert werden, da die ganze Werbekampagne auf der starken Medienpräsenz und den eigenen Medien des SKV basiert.

Und so funktioniert das Package:

1.Firmen, welche an diesem Programm teilnehmen möchten, müssen sich dazu verpflichten, den Kunden einen bestimmten Mehrwert zu bieten. Üblicherweise mit einem besonderes tiefen Preis oder attraktiven Konditionen

Dafür erhalten die teilnehmenden Firmen folgende Leistungen:

1. Kostenloser PR Artikel (4600 Zeichen) in der Zeitung «Erfolg» inkl. Inserat 48mm x 55mm
2. Firmenportrait auf www.sparcard.ch, welche durch den SKV betrieben wird
3. Rotationsbanner mit Verlinkung auf Startseite von www.sparcard.ch
4. Firmeneintrag inkl. Rotationsbanner auf allen KMU Netzwerkplattformen unter der Rubrik «Mehrwertpartner»
5. Firmennennung im eNewsletter der KMU Netzwerke an alle eingetragenen Firmen und Sparcard-Besitzer.
6. Firmeneintrag in jeder Ausgabe der Zeitung «Erfolg» (Auflage 10'000) unter der Rubrik «Mehrwertpartner»
7. 20% Ermässigung auf alle Inseratpreise in der Zeitung Erfolg
8. 10% Rabatt auf sämtliche Werbemöglichkeiten bei den KMU Netzwerken
9. Bezugsberechtigung ALLER Mehrwertangebote

Warum das Programm, welches bereits seit 2007 läuft so erfolgreich ist, ist schnell erklärt: Gegenüber anderen Mehrwert-, Bonus- oder Einkaufsprogrammen hat der Schweizerische KMU Verband mehr Werbemöglichkeiten und –präsenz und vor allem mehr aktive Sparcards im Markt. Bereits über 10`000 SparCards wurden bisher aktiviert.

1. In allen Ausgaben der Zeitung Erfolg (Auflage 10'000) wird auf das Mehrwertpartnerprogramm ganzseitig hingewiesen
2. Alle Mitglieder im Schweizerischen KMU Verband erhalten KOSTENLOS eine Sparcard und werden so auf die Produkte & Dienstleistungen aufmerksam
3. In allen eNewslettern (heute über 97'000 Empfänger) wird auf das Mehrwertpartnerprogramm hingewiesen
4. Die offizielle WebSite www.sparcard.ch ist verlinkt mit den 25 KMU Netzwerken sowie der offiziellen SKV WebSite.

Weitere Infos und Adresse Seite 30

Werden Sie Mehrwertpartnerfirma auf www.sparcard.ch und wir erweitern Ihr Kommunikationsumfeld.

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.sparcard.ch oder kontaktieren Sie uns
KMU Mehrwertpartner AG ,Bösch 104 ,6331Hünenberg ,Tel.:041 560 33 04 info@mehrwertpartner.ch

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

A. Frei Clean-System GmbH	Reinigungen, Reinigungsmaschinen
abalon telecom it ag	Telekommunikations-Partner
ABZ Suisse GmbH	Lehrgänge, Haus-Gebäudetechnik
Ackle Computer Technologie	IT-Software / Technologie
Advokatur&Rechtsberatung Trias AG	Rechtsberatung
Alpamare Bad Seedamm AG	Wasserpark
APO NetCom AG	Telekommunikation / Optimierung
APU KUNTUR ALPACA	Grosshandel, Strickwaren
Atlantic Suisse AG	Elektro-Boiler, Radiatoren
Audia & Canali	Audio, Beleuchtung
Auto Züri West	Neuwagen & Occasionen
AVIS Autovermietung	Autovermietung / Autokauf
B.Peter Gebäudesysteme	Gebäudesystem- und AV-Technik
Bitlis Music + Game Shop AG	Music & Games
Bruno Murer Weinspezialitäten	Weine
Business Limousine AG	Limousinenvermietung
BW Mode GmbH	Masskleidung
Cirde GmbH	Reinigungsmaterialien
Claris Werbung & Partner	AdScreen Werbung
Classei.ch	Büroorganisation
Computer Service Bollinger	Informatik
Creavida Priska Flury	Events im Spielbereich
DekoPoint	Werbematerial
Delta Glas Zürich	Glas, Glasarbeiten
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	Engineering
Druckerei Ennetsee AG	Druckerei
Educationpool	Online Testcenter und Lernplattform
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
fam office gmbh	Buchhaltung, Steuern, Marketing
Fanti Soft Heiz	Softwareinstallationen
Fengshui Coaching	FengShui, Farb-Raumberatung
gamper media	Internetauftritte, Schulungen
gastro.mania	hospitality-services, Beratung
Golfodrome AG	Golf-Indoor-Academy
Hächler Services + Beratung	IT-Beratung / Buchhaltung
Henke GmbH	Brandschutz
Hochsee Team AG	Segelferien
HOTEL SEBLiCK AG	Seminarhotel und Bankett
Hydrops	Aussenwhirlpool, Fitnessgeräte
Hygiene Technik AG	Entkalkungsautomaten
IGM	Institut für ganzheitliche Methodik

Inkasso Organisation AG	Inkasso, Wirtschaftsauskünfte
Jet Schweiz IT AG	Server, PC, Notebook
Intrum Justitia AG	Inkasso, Wirtschaftsauskünfte
Kägi AG Reinigungen	Gebäudeunterhaltsreinigung
K&S Kappeler + Studerus AG	Unternehmensberatung
KeyCorner GmbH	Schlüssel, Fundmarken
KIS Consulting Studer	Software-Lösungen für KMUs
KLONDIKE Shop	Shop für Mensch und Tier
knot&tie ag	Mode-und Firmenkrawatten
Lamibind	Laminier- und Bindesysteme
Livretto.ch	Buchhandlung
Logista EG AG	Baugewerbe
Lutz Internet Services	WebServices
MAF Zürich Consulting	Wirtschaftsrecht, Finanzierungen
Michael Page International	Personalvermittlung / Rekrutierung
Movecom AG	Werbebranche
Mr. Lens GmbH	Kontaktlinsen, Pflegeprodukte
mvm security systems	Alarmanlagen
net-to-print gmbh	Druck, Flyer, Visitenkarten
Neuland AG	Moderationsmaterial
New Economy GmbH	Stellenportal
NewServ AG	IT-Services
Omnitext Markus Kessler	Partner für Texte und Werbung
PartnerConsult Hergiswil AG	Treuhanddienstleistungen
Predus AG	Coaching / Aus-und Weiterbilldung
Prografik, Jean-Pierre Heinzer	Schrift & Grafik
R.B. Bauberatung	Küchen, Bäder, Möbel
Refill- und Stempel-Shop GmbH	Stempel, Logo-und Grafikstempel
ReverseSpeech.ch	Rückwärtssprache, Analysen
Schlüssel Mittl AG	Schloss-und Schlüsselservice
Score Marketing	Marketingberatung
Secoma Controlling AG	Software, Buchführung, Beratung
seminarbausteine.ch GmbH	Ausbildung, Seminare
Sicherheitsberatungen Wyder	Sicherheit, Objektschutz
Sinform GmbH	Consulting, Kundenbindung
Spirits & More	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
WebSites4u	WebDesign
Webuniverse Informatik	WebDesign, PC-Schulungen,
WEKA Verlag AG	KMU Fachpublikationen
WERUS	erfolgsorientierte Bücher
Win-Lux GmbH	kundenspezifische IT-Lösungen
www.hemd-nach-mass.com	Hemden nach Mass
www.permanent-make-up.com	Permanent-Make-upYeah
Informatik GmbH	Tintenpatronen, Toner
Zirkumflex AG	Telekommunikation

Werden Sie Mehrwertpartnerfirma auf www.sparcard.ch und wir erweitern Ihr Kommunikationsumfeld.

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.sparcard.ch oder kontaktieren Sie uns

KMU Mehrwertpartner AG ,Bösch 104 ,6331Hünenberg ,Tel.:041 560 33 04 info@mehrwertpartner.ch

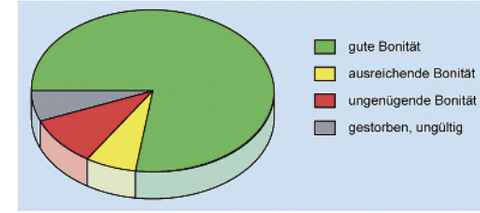
Bonitätsrisiken kennen und präventiv handeln

Die Bonität beziehungsweise die Zahlungswahrscheinlichkeit seiner Kunden zu kennen, ist das A und O des Risikomanagements. Erstaunlicherweise vergeben neunzig Prozent der Schweizer Firmen weiterhin täglich kostenlose Blankokredite. Und zwar in Form von Rechnungen. Dabei ist es so einfach wie wirtschaftlich, seine Risiken zu kennen.

«Als wir den Kunden prüften, mussten wir feststellen, dass er seit Jahren Betreibungen und Verlustscheine hatte.» Es dürfte eigentlich nicht erstaunen, dass Kunden in der letzten Mahnstufe ein Bonitätsproblem haben. Es bringt auch wenig, sich bestätigen zu lassen, was man ja schon selber festgestellt hat. Kunden, neue, wie auch bestehende, müssen zwingend vor Leistungserbringung auf deren Bonität geprüft werden. Nicht umsonst spricht man von Prävention. Jeden Kunden mit einer Betreibungsauskunft zu überprüfen ist teuer, langsam, aufwendig und wenig aussagekräftig. Risikoadäquat bedeutet kleine Risiken schnell mit günstigen Bonitätsdaten ab Datenbank zu checken, mittlere Risiken mit recherchierten Bonitätsauskünften zu prüfen und grosse Risiken mittels detaillierten Vollauskünften mit höchster Prognosefähigkeit abzusichern. Nur so lassen sich Verluste wirtschaftlich und effizient vermeiden. Kunden mit Bonitätsdaten anreichern Ein erster und einfacher Schritt kann darin bestehen, aktive Kunden in einem automatisierten Batchverfahren zu analysieren. Das Resultat ist eine numerische und grafische Auswertung der bestehenden Bonitätsstruktur. Mitglieder des Schweizerischen Gläubigerverbands Creditreform erhalten die Analyse für bis zu 2500 Kundendaten kostenlos. Die Kundendatenanalyse dient als Entscheidungsgrundlage für den wichtigen zweiten Schritt. Sind Kunden mit ungenügender Bonität im Portfolio, können die Kundendaten mit der Crefo- SCORE Bonitätsampel ab Datenbank angereichert werden. Das Mitglied hat damit die Möglichkeit, die Kreditlimite bekannter Risiken sofort zu reduzieren und Verluste kurzfristig zu vermeiden.

In einem letzten Schritt wird festgelegt, welche mittleren und grösseren Risiken regelmässig mit recherchierten Bonitätsauskünften überprüft werden sollen. Diese Auskünfte bieten neben höherer Prognosefähigkeit eine risiko- und kostenadäquate Möglichkeit, Verluste mittelfristig erfolgreich zu minimieren.

Ausgewiesene Spezialisten im Creditoren- und Debitorenmanagement stehen Ihnen kostenlos beratend zur Seite. Vereinbaren Sie noch heute einen Beratungstermin.



Bonitätsstruktur eines Kundenportfolios grafisch dargestellt.

Forderungsausfälle vermeiden: 12 Schritte für mehr Sicherheit und Erfolg

1. Alle Neukunden vor Vertragsabschluss auf ihre Bonität prüfen. Wirtschaftliche Verflechtungen müssen bekannt sein.

2. Jedem Neukunden eine Kreditlimite zuteilen. Auch der Verkauf muss den «Wert» des Kunden kennen.

3. Eine intelligente Kundensegmentierung verwenden. Auch Bestandeskunden sind ein Risiko.

4. Alle Kunden entsprechend ihrem Risiko laufend überwachen (Monitoring). Nicht alle sind gleich wichtig.

5. Das Forderungsmanagement effizient organisieren. Dazu gehört ein striktes Mahnen (zweiwöchentlicher Zyklus).

6. Säumige Zahler fair, aber konsequent behandeln. Angedrohte Massnahmen mit Hilfe eines Inkassospezialisten umsetzen.

7. Bei Schuldnern, welche die Forderung bestreiten, die Rechtsöffnung erwirken. Wenn es sein muss, prozessieren.

8. Verlustscheine bis zu ihrer Verjährung bewirtschaften. Verloren geglaubtes Geld kann noch eingebracht werden.

9. Die eigenen Kundendaten analysieren. Das ist die Basis für eine risikogerechte Überprüfung von Neu- und Bestandeskunden.

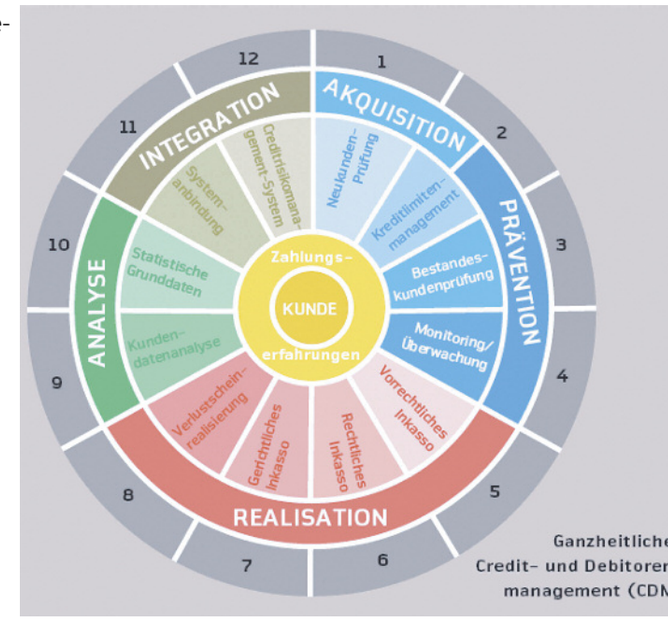
10. Auskünfte mit hoher Prognosefähigkeit verwenden. Die Ausfallwahrscheinlichkeit einer Firma muss bekannt sein.

11. Systemanbindung optimieren. Das gewährt schnelle Bonitätsinformationen und eine elektronische Übergabe der Inkassofälle.

12. Klare Strukturen schaffen. Damit werden auch die gesetzlichen Vorgaben im Bereich der internen Kontrolle (IKS) erfüllt.

Hans Farman

Weitere Infos und Adresse Seite 30



Ganzheitliches Credit- und Debitoren-management (CDM)

Anzeigen

Die Krise ist in der Schweiz angekommen

42.8% der Bevölkerung in der Schweiz fühlt sich von der angespannten wirtschaftlichen Situation mehr oder weniger stark betroffen. Dabei stellen die Beschäftigten ihren Arbeitgebern kein gutes Zeugnis aus. 75.3% geben an, in ihrer Firma bestehe kein Massnahmenplan, der über die Anordnung von Entlassungen hinausreiche. Das ergibt eine repräsentative Studie des Online-Markt- und Meinungsforschungsinstituts Marketagent.com Schweiz AG zu den Auswirkungen der gegenwärtigen Krise auf die berufliche Situation. Befragt wurden Ende April 500 web-aktive Personen zwischen 14 und 59 Jahren in der Deutschschweiz.

Der Augenschein entlang der Zürcher Shopping-Meile, an den Kassen der Warenhäuser und bei den Grossverteilern ergibt den Befund «Business as usual «. Aber der Augenschein trügt – wie so oft. Die seit Herbst fast täglich negative Schlagzeilen liefernde Finanz- und Wirtschaftskrise ist endgültig im Bewusstsein von Herrn und Frau Schweizer angekommen.

Keine baldige Entspannung in Sicht

Heute fühlen sich 42.8% der Befragten von der angespannten wirtschaftlichen Situation betroffen (Top-2-Boxen «etwas bis stark betroffen»). Wie erwartet bilden die 50 – 59jährigen den Hauptharst (59.3%).

Deutlich kleiner geschrieben wird der Pessimismus bei den 14- bis 19jährigen, in jener Altersgruppe also, die unmittelbar vor dem Eintritt ins Erwerbsleben steht oder diesen gerade erst vollzogen hat: Hier fühlen sich bloss 2% von der Krise «stark betroffen» und 28% «etwas betroffen».

Die Aussichten auf eine baldige wirtschaftliche Erholung werden weitgehend skeptisch beurteilt. Jeder vierte Respondent rechnen mit einer bis zu einem Jahr anhaltenden Krise, 38.8% gehen davon aus, dass bis deren Überwindung bis zu 3 Jahren verstreichen werden. 45.2% der Befragten sind daher überzeugt davon, dass sie in nächster Zeit die Krise «eher schon» am eigenen Leib zu spüren bekommen werden; weitere 12.6% sind sich dessen ganz sicher.

Doch die Hoffnung stirbt zuletzt: Für immerhin 36.6% erscheint gewiss, dass die Krise sie nicht noch stärker betreffen wird.

Verschlechtertes Arbeitsklima

Welche konkreten Probleme verursacht die Krise am Arbeitsplatz? 15.7% der Respondenten monieren eine Verschlechterung des Arbeitsklimas, annähernd gleich viele, 15.2% geben an, dass unter den heutigen Umständen ein Jobwechsel erschwert werde. Auf Lohnkürzungen verweisen 11.7%, eine erhöhte Arbeitsbelastung als Folge von Entlassungen nennen 10.1%. Anderseits ist mit 47.9% der Anteil jener, deren Arbeitsplatz von der Krise «überhaupt nicht» tangiert wird, relativ hoch.

Auf keinen Fall akzeptiert wird die von den Betroffenen oft als wohlfeiler Trost empfundene These, wonach eine Krise (auch) eine Chance darstelle. Das sehen bloss 0.8% so.

Grössere Flexibilität im Beruf

Um den Job zu behalten oder einen neuen zu finden, würden 42.6% der Befragten den Wechsel in einen neuen Bereich in Kauf nehmen. Annähernd gleich viele (40.7%) wären zu einer Reduktion der Arbeitszeit bereit. Eine Erhöhung der Arbeitszeit würden 30.1% akzeptieren, fast gleich viele (29%) wären willens, sich umschulen zu lassen. Mit einer Lohneinbusse bis 10% könnten sich 26.3% einverstanden erklären. 26.1% nähmen einen weiteren Arbeitsweg auf sich.

Unflexible Arbeitgeber

Kein gutes Zeugnis stellen die Befragten ihren Arbeitgebern punkto unternehmerische Weitsicht und Flexibilität aus. Die Bereitschaft der Unternehmen, der Krise nicht mit Entlassungen, sondern alternativen Modellen – Reduktion des Pensums, unbezahlter (Bildungs-)Urlaub – zu begegnen, ist offenbar an einem kleinen Ort. 75.3% der Respondenten geben an, es gebe «keine Anordnungen bzw. Möglichkeiten seitens der Firma».

Ursula Kaspar

Weitere Infos und Adresse Seite 30

Anzeigen

psycon
PSYCHOLOGICAL CONSULTING

Dr. Cornelia Nussle
Psychologin FSP, Mitglied SGAOP

Unternehmensberatung,
Personalentwicklung und Coaching

psycon gmbh
Birkenstrasse 49
CH-6343 Rotkreuz

Telefon +41 (0)41 790 75 45

cornelia.nussle@psycon.ch
www.psycon.ch

psycon bietet das erste Berufsbildungszertifikat mit der Möglichkeit zur SQS-Zertifizierung (Einzelzertifikat oder Ergänzung zu bestehenden Zertifikaten)

psycon forscht für Sie nach den Persönlichkeitsfaktoren, welche verantwortlich sind für die erfolgreiche Bewältigung von Stress, Angst und Burnout. Wir testen ein völlig neues Konzept zum wirkungsvollen Einsatz in der Rekrutierung und im Coaching.

psycon ist Ihre professionelle Partnerin für:

- Qualitative Unternehmensberatung – Change Management
- Coaching bei Führungsfragen und für persönliche Standortbestimmung
- Aussagekräftige Team-Klima-Analysen und effizientes Team-Coaching

Digicomp sucht den «Überflieger 2009» Online-Spiel mit Karrierechancen

In hektischen Zeiten sind gut ausgebildete Mitarbeiter besonders gefragt. Der führende IT-Wissensvermittler der Schweiz, Digicomp, sucht gemeinsam mit T-Systems, Microsoft, LPI und ECDL den «Überflieger 2009» mit einem Online-Karriere-Spiel.

Communications beim IT-Schulungsanbieter Digicomp, ist die Analyse klar: «Globalisierung, Personenfreizügigkeit, demografischer Wandel- verstärkt durch die weltweite Wirtschaftskrise – verändern das Profil des erfolgreichen IT-Arbeitnehmers. Er muss noch flexibler und noch besser ausgebildet sein». Wer morgen als Mitarbeiter noch erfolgreich sein will, muss heute in seine Weiterbildung investieren, ist seine Konklusion.

Flexibilität und Weiterbildung

Gestützt wird Müllers Analyse durch eine aktuelle Studie des Zürcher GfS-Forschungsinstitut. Sie kommt zum Resultat, dass Schweizer Unternehmen in Zukunft noch stärker auf Flexibilität und Weiterbildung Ihrer Mitarbeiter setzen .Während Flexibilität hauptsächlich auf Arbeitszeitmodelle abzielt, versuchen die Firmen mit Förderung der Weiterbildung das interne Potenzial ihrer Mitarbeiter voll auszuschöpfen.

Müller kann diesen Trend bestätigen. «Die Notwendigkeit einer guten und profunden Ausbildung ist von den meisten Unternehmen erkannt worden. Denn beim Wirtschaftsaufschwung sind Mitarbeiter jene Ressource, die ein Unternehmen am schnellsten voran treibt», erklärt Müller und präzisiert: «dies gilt vor allem für die rasanten Lebenszyklen in der IT. Nirgends veraltet Wissen so schnell wie in dieser Branche».

Für das Ausbildungsinstitut Digicomp mit Fokus Informatik ist deshalb klar, dass die Wissensvermittlung einer jener Bereiche ist, der für einen schnellen Aufschwung eminent wichtig ist. Unternehmen brauchen in schwierigen Zeiten nicht neue, aber effizientere und qualitativ bessere Mitarbeiter», sagt Peter Kupper, CEO von Digicomp. Viele Unternehmen hätten dies erkannt und investieren - gemäss Studie sind es 61 Prozent der befragten Unternehmen - derzeit in die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter. «Anders als früher haben die Unternehmer gemerkt, dass sich diese Investitionen extrem lohnen». Denn die Kombination von höherer Effizienz nach Weiterbildungen und flexiblen Arbeitszeiten gebe einem Unternehmen einen bedeutenden Konkurrenzvorteil. «Beste Voraussetzungen für ein rasches Wachstum nach der Wirtschaftskrise», freut sich Kupper.

«Weiterbildung stärkt aber auch die Position der Angestellten». Oliver Müller ist überzeugt, dass ein Mitarbeiter seine Attraktivität auf dem Arbeitsmarkt durch Flexibilität und Weiterbildung enorm verbessere. «Neues Wissen nach einer Ausbildung verleiht Selbstvertrauen und freie Kapazitäten, da die Aufgaben schneller erledigt werden und Raum für neue Projekte entsteht», ergänzt Müller. Nicht vergessen dür-

Anzeigen

DIGICOMP
Drive your life.

Ihr IT Bildungspartner
600 Seminare, 40 Lehrgänge, 10 Bootcamps – als Präsenzunterricht E-Learning. Für Manager, Anwender, IT Professional oder Developer.
www.digicomp.ch

kuster
werbung marketing pr
Möchten Sie sich von Ihrer Konkurrenz abheben?
Kuster Werbung AG
Werbeagentur für KMU
Postfach 436
CH–8603 Schwerzenbach
Fon/Fax 044 887 08 88
max.kuster@kusterwerbung.ch
www.kusterwerbung.ch

fe man dabei auch die Work-Life-Balance, die sich dramatisch verbessere. «Glückliche Mitarbeiter sind gesundere Mitarbeiter sind bessere Mitarbeiter. Eine simple Konklusion», meint Müller.

Karriere-Spiel «Überflieger»

Mit einem Online-Spiel macht nun Digicomp mit seinen Partner T-Systems, Microsoft, LPI und ECDL auf die Wichtigkeit von Weiterbildung spielerisch aufmerksam. Hoch hinaus ist das Motto des Überfliegers: Wer mit seiner Spielfigur am höchsten fliegt, gewinnt interessante Preise, die seine Karriere beflügeln können. Zum Beispiel Kursgutscheine, Voucher für Prüfungen, kostenlose Beratung, aber auch z. B. Kinogutscheine oder eine Xbox von Microsoft für einen spannenden Ausgleich nach Feierabend. Jeden Monat wird ein karriereförderndder Preis verlost – bis 18. Juni beispielsweise gibt es einen Kursgutschein von Digicomp in der Höhe von CHF 500.- zu gewinnen. Die Preise und Aktionen werden laufend auf der Überflieger Webseite angekündigt.
Das gesamte Spiel dauert bis 15. November 2009. Der Gewinner des Hauptpreises hebt im wahrsten Sinne des Wortes ab: Er gewinnt einen Flug- und Feriengutschein in der Höhe von 3000.- Schweizerfranken. Beim Überflieger herrscht dabei Chancengleichheit, der Gutschein wird unter allen Teilnehmern am Karriere-Spiel verlost.

Abgerundet wird das Online-Spiel durch Veranstaltungen und Aktionen zur Förderung der IT-Karriere in der Schweiz: Infoabende zu Zertifizierungen bei Digicomp, Erfolgsgarantien bei Kursbesuch, Spezial-Rabatt für Überflieger-Spieler auf Digicomp Lehrgänge und Partnerzertifizierungen, Karriereprogramm von T-Systems, Second Shot Aktion von Microsoft, Zertifizierungsevents von LPI und ECDL. Alle Partner beim Überflieger-Spiel tragen einen Beitrag zum Karriereschub bei.

Spass und Ernst

Die Absicht des Karriere-Spiels «Überflieger 2009» ist es, auf den ernsten Zustand des Schweizer IT Arbeitsmarktes spielerisch hinzuweisen. Während die Firmen mehr denn je nach hoch qualifizierten, bestens ausgebildeten Arbeitskräften suchen, muss der Arbeitnehmer auf der anderen Seite aufgrund der unsicheren Wirtschaftslage um seine Stelle fürchten.
Lebenslanges Lernen und aktuelle Weiterbildungen lösen die Probleme sowohl auf der Anbieter- als auch auf der Nachfrageseite des Arbeitsmarktes. Diese Kernbotschaft des Spiels wird aber nicht nur spielerisch thematisiert, sondern durch die Karriere-Preise, durch die Aktionen und Events in die «ernste» Welt der persönlichen Karriereplanung und –förderung transferiert.

Mehr Infos zu den Aktionen rund um die Überflieger-Initiative:
www.digicomp.ch/ueberflieger

Oliver Müller

Weitere Infos und Adresse Seite 30

«Überflieger 2009»

Wer in der IT hoch hinaus will, muss sein Wissen regelmässig updaten – am besten bei Digicomp. Mit seinem unterhaltenden und karriereförderndden Onlinespiel «Überflieger» (http://ueberflieger.digicomp.ch/) kann eine Spielerin oder ein Spieler auf unterhaltsame Weise erleben, wie man mit dem Sammeln von Kursattesten von Digicomp zum Überflieger wird. Ein Spiel, das sich lohnen kann. Denn neben Sofortpreisen, die die Karriere von IT Professionals und Anwendern weiterbringen kann, wird unter den Mitspielern ein Gutschein in der Höhe von CHF 3'000 für Flugtickets verlost.

Über Digicomp

Digicomp ist mit über 650 verschiedenen Seminarthemen, 40 Lehrgängen, 20 Bootcamps und 350 erfahrenen Trainern der führende professionelle IT- und Management Bildungspartner der Schweiz. Mit eigenen, äusserst zentral gelegenen Seminarzentren in Zürich, Bern, Basel, St. Gallen, Lausanne und Genf und den Partnerstandorten in Luzern und Bellinzona unterstützt Digicomp jährlich 14'000 Kursteilnehmende, ihre beruflichen und privaten Ziele zu erreichen.
Die Dienstleistungen der Digicomp sind Benchmark im Schweizer Bildungsmarkt. Dank einer Kundenzufriedenheit von über 95 Prozent und maximaler Lerneffizienz trägt Digicomp dazu bei, die Mitarbeitenden unzähliger Firmen im Arbeitsalltag nachhaltig weiterzubringen und ihre Produktivität und ihr Know-how zu steigern.

Anzeigen

NORMAN®
www.norman.ch
• Daten- und Netzwerksicherheit
• Malware-Analyse
• Managed Security Services
+41 (0) 61 317 25 25
verkauf@norman.ch
SAFETY FIRST

sage Schweiz Suisse Svizzera
Die sympathische KMU Business-Software
www.sageschweiz.ch
Wir nehmen alles persönlich. Speziell Ihre Wünsche.

Jetzt im Full-Service: Berufskleidung für alle Branchen

Viele kleine und mittlere Unternehmen haben ein gut entwickeltes Corporate Design. Nebst dem Firmenlogo, der Visitenkarte oder dem beschrifteten Geschäftswagen gehört inzwischen eine ansprechende und einheitliche Kleidung für das ganze Team dazu. Kluge Unternehmer setzen dabei auf die Zusammenarbeit mit einem externen Dienstleister und überlassen die Ausstattung der Mitarbeiter mit Berufskleidern einem Profi. Die Firma MEWA Service AG in Rothrist sorgt mit ihrem zuverlässigen Full-Service dafür, dass die Mitarbeiter stets einwandfrei gekleidet sind.

Ein kleidsames Firmenimage

Wer hätte das nicht gern: schmutzige Berufskleidung einfach in den Sammelcontainer werfen und sich nicht mehr darum kümmern müssen. Und einige Tage später liegt sie wieder sauber im innerbetrieblichen Schrank. Der fehlende Knopf wurde ersetzt, die aufgerissene Naht repariert – ein Service, bei dem sich der Kunde um nichts zu kümmern braucht, weder um Lagerung, Pflege noch Neubeschaffung.

Am Anfang steht das Gespräch

Berufskleidung sollte perfekt auf den Bedarf der unterschiedlichsten Branchen und Arbeitsbereiche zugeschnitten sein. Um aus dem vielfältigen Angebot die optimale Ausstattung für den eigenen Betrieb zu finden, steht am Anfang das persönliche Beratungsgespräch. Dabei werden Anforderungen und Menge der benötigten Kleidung ermittelt und der Umfang der Dienstleistungen definiert. Jeder Mitarbeiter bekommt seine eigene Kleidung nach Mass. Auf Wunsch wird sie mit dem Firmenlogo und dem Namen des jeweiligen Mitarbeiters ausgestattet. Auf personelle Änderungen kann flexibel reagiert werden: neue Mitarbeiter werden schnell eingekleidet und überzählige Garnituren zurückgenommen.

Berufskleidung im Full-Servicesystem

Ist die Ausstattung in Menge und Grösse bestimmt, kann der Service beginnen: MEWA liefert zu vereinbarten Terminen saubere Textilien an und holt gebrauchte Kleidung ab. In modernen Anlagen werden die Textilien umweltschonend gewaschen und durchlaufen anschliessend eine strenge Qualitätskontrolle. Reparaturen werden ausgeführt und verschlissene Teile ersetzt. Am Schluss werden die Textilien wieder an den Kunden ausgeliefert – ein perfekter Kreislauf.

Transparenz bei den Kosten

Das MEWA Full-Service-Prinzip schafft Kostentransparenz durch fest kalkulierbare, dem Bedarf angemessene Raten, nimmt Organisations- und Verwaltungsaufwand ab und löst Lagerhaltungs- und Logistikprobleme. Für den Kunden ist dieses Servicesystem eine zeitsparende und professionelle Alternative zum Kauf von Berufskleidern – also eine rundum gute Sache! *Weitere Infos und Adresse Seite 30*

Arbeitskleidung, Schutzkleidung, Putztücher – textiler Rundum-Service von MEWA

Die 1908 gegründete MEWA mit Sitz in Wiesbaden ist an 41 Standorten europaweit tätig und gehört zu den führenden Textildienstleistern. 3900 Mitarbeiter betreuen über 135 000 Vertragskunden aus Industrie, Handel, Handwerk, Gewerbe und Gastronomie. Die Grundidee des Textil-Mehrweg-systems umfasst das Bereitstellen, Bringen, Holen und Pflegen der Textilien sowie das Instandhalten und Ersetzen bei Verschleiss.
Die MEWA Niederlassung Schweiz in Rothrist bietet nebst Berufs- und Schutzkleidung auch textile Putztücher sowie Ölauffang- und Fussmatten im Full-Service an. Zudem verfügt MEWA über eine Vielzahl von Artikeln des Arbeitsschutzes und des technischen Bedarfs.

„Corporate Sana"
Die Gesundheit Ihres Unternehmens ist unser Anliegen!
CorpSana
Ihr Vertrauenspartner für strategische und nachhaltige Unternehmens- und Organisationsentwicklung
www.corpsana.biz
CS CorpSana AG, Hertnerstrasse 1, CH-4133 Pratteln, 061 825 50 90

Green Events – Ein neuer Trend?

Green Event Management sorgt dafür dass Ihre nächste Veranstaltung auch möglichst CO2-reduziert resp. klimaneutral stattfindet.

Was bedeutet Green Event Management?
Green Events berücksichtigen die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit (ökologische, soziokulturelle und ökonomische) und stiften langfristigen Nutzen: Green Events verringern Umweltbelastungen. Green Events berücksichtigen die regionale Wirtschaft. Green Events setzen soziale und kulturelle Akzente Green Events nutzen die öffentliche und mediale Aufmerksamkeit.

Green Event Management ist auch eine neue Lebenshaltung ja sogar ein neuer Lifestyle. Der Schutz unserer Umwelt wird immer wichtiger und vor allem dringender! Dies haben auch schon Millionen Menschen festgestellt und leben danach.

Tausende von Unternehmen und Einzelpersonen beschäftigen sich bereits mit der Reduktion von CO2-Emissionen. Viele spannende Ideen und technische Erfindungen sind daraus entstanden und diese werden schon sehr erfolgreich in der Wirtschaft und in vielen Lebensbereichen eingesetzt.

Die Konzeption und Begleitung von Projekten hat gezeigt, dass die Thematik sowohl bei Eventveranstaltern als auch den Öffentlichen Verwaltungen (Gemeinden, Kantonen, Ländern) auf grosses Interesse stösst. Neben umweltpolitischen Überlegungen und Einsparungspotentialen bei der Eventorganisation, haben die Veranstalter und Veranstalterinnen auch den mit Green Events verbundenen Marketingvorteil gegenüber Sponsoren, Förderern und der Öffentlichkeit erkannt.

Ein prominentes Grossprojekt war in letzter Zeit die UEFA-Fussball EM 2008 bei welcher in beiden Gastgeberländern (Schweiz und Österreich) möglichst viele ökologische Massnahmen umgesetzt wurden.
Dazu gibt es übrigens einen grossen Nachhaltigkeitsbericht den man einsehen kann (unter www.eventgroup.ch/Download.html)

Folgende Massnahmen zur Umsetzung der genannten Umwelt- und Nachhaltigkeitsprinzipien werden empfohlen:
- Green Events verringern Umweltbelastungen, indem sie bereits in der Vorbereitungsphase ein Umweltmanagement- und Monitoringsystem einrichten
- Energiesparpotenziale ausschöpfen und erneuerbare Energien einsetzen
- Abfallvermeidungs- bzw. Verwertungssysteme integrieren
- ökologisch produzierte und aus fairem Handel stammende Produkte verwenden (z.B. biologische und regionale Produkte beim Catering)
- durch den Event verursachte Treibhausgase (inkl. Anreise der TeilnehmerInnen),Luftverschmutzung und Lärmbelästigung minimieren und/oder Kompensationsmassnahmen initiieren
- Trainings- und Awareness Raising Massnahmen zur Umsetzung von Nachhaltigkeit für die MitarbeiterInnen von Events bereitstellen

Natürlich sollten im Prozess von Green Event Management möglichst nur Lieferanten mit eingebunden werden, welche selber nach ökologischen Grundsätzen produzieren und arbeiten. Nur dies kann langfristig und nachhaltig zu den gewünschten Erfolgen bei der CO2-Reduktion führen. Die ganze Produktionskette vom Rohprodukt bis hin zur Anwendung an Veranstaltungen wird so nach und nach verbessert und umweltverträglicher.

Sind Sie oder Ihre Firma innovativ und umweltbewusst und suchen Sie Unterstützung zum Thema Green Events?
Eventgroup GmbH im zürcherischen Obfelden ist die erste Schweizer Eventagentur in diesem noch neuen Segment. Sie möchte mit ihren Ideen die Kunden dazu bewegen, den nächsten Event einmal unter ökologischen Aspekten umzusetzen. Vielleicht sogar mit einem der «Special-Green-Events» welche von Eventgroup GmbH speziell zusammengestellt worden sind.
An diesen Events werden den Teilnehmern die technischen Innovationen in Bereichen wie erneuerbare Energiegewinnung durch Sonne, Wind und Wasser an spannenden Erlebnistagen auf spielerische Art näher gebracht. Auch das Verständnis zu allgemeinen Umweltthemen kann dadurch vertieft und geschärft werden.

Geben Sie Ihren Gästen das Gefühl, dass auch Sie sich bemühen, dem Klimawandel gerecht zu werden und zukünftig Ihre Events nach modernsten Erkenntnissen im «Green Event Management» umgesetzt werden.

Diese ganze Thematik ist für «Neueinsteiger» nicht immer ganz einfach. Hier setzt die «Green-Beratung» der Agentur Eventgroup GmbH ein. Denn mit einer kompetenten Beratung und einer professionellen Umsetzung Ihrer nächsten Veranstaltung, gehören auch Sie in Zukunft zu den emotionalen Gewinnern.

Langfristig wird wohl jeder Anlass aufgrund dieser nachhaltigen und ökologischen Richtlinien umgesetzt werden müssen. «Zugunsten unserer einzigen Umwelt!» *Werner Stulz*

Weitere Infos und Adresse Seite 30

Anzeigen

Verein Business am See Zug wächst weiter

34 Branchen beim Frühstück
Im vergangenen Halbjahr ist der Frühstücksclub, der sich wöchentlich im Parkhotel trifft, weiter von 26 auf 34 Mitglieder gewachsen. Erklärtes Ziel der Vereinigung, die seit diesem Jahr auch Mitglied der Zuger Wirtschaftskammer ist, sind maximal 40 Members.
Aktuell präsentiert die Unternehmergruppe ihr neues Member-Handout, das nach Branchen geordnet die Kompetenzbereiche übersichtlich zusammenfasst. Interessenten, Start-up-Firmen oder ansiedlungsbestrebte Unternehmen finden darin eine umfassende Plattform aller elementaren Dienstleistungen. Neu sind nun auch die Bereiche Architektur, Immobilien, Büroeinrichtung und Umzugsmanagement vertreten. Ausserdem verstärken neu Vertreter der Branchen Hotellerie, Factoring, Digitaldruck, eine Krankenkasse sowie ein Spezialist für Übersetzungen die Palette wirkungsvoll (vgl. www.business-am-see-zug.ch).

Willkommen: Besucher und Gastreferenten
Nach wie vor sind am Frühstückstreffen, das immer dienstags von 7–8.30 Uhr stattfindet, einmal monatlich auch Besucher und Besucherinnen herzlich willkommen. Die Gesamtteilnehmerzahl wird jedoch auf 40 Teilnehmende beschränkt. Die Daten werden jeweils auf der Web-Plattform **www.xing.com** bekannt gegeben. Hier oder beim Teamleiter Benno Emmenegger können sich Interessenten direkt anmelden.

An den übrigen Dienstagsdaten stellt jeweils ein Mitglied seine bzw. ihre Firma vertieft vor. Zur Abwechslung lockern kurze Gastvorträge das Jahresprogramm auf. Zum Beispiel führte uns ein Kenner in die Geheimnisse des Risk-Managements beim Pokern ein. Kürzlich stellte uns Frau Susanne Giger, Inhaberin der Buchhandlung Schmidgasse in Zug, interessante Neuerscheinungen vor.

Ab auf die Bowling-Bahn
Nebst sachlichem Know-how-Austausch und Gastvorträgen zu früher Morgenstunde werden periodisch auch abendliche Plausch-Events durchgeführt. Nach einer Zugerberg-Schneewanderung im Januar bei Vollmond, stand letzten Mittwoch ein lockerer Bowling-Abend in Sihlbrugg auf dem Programm. So kommen bei Business am See Zug gelegentlich sogar Morgenmuffel auf ihre Rechnung.
Für Business am See Zug *Peter Leemann*

Weitere Infos und Adresse Seite 30

BUSINESS AM SEE ZUG

Branchen Verein Business am See Zug

Akten-Management
Akustikelemente, Systemtrennwandsysteme
Architektur
Anlageberatung
Bankdienstleistungen, Hypotheken

Bau-/Projekt-Umzugsmanagement
Beratung von Führungskräften
Bergbau/Mining
Büro-/Objekteinrichtungen
Business Software Microsoft Dynamics NAV

Carrosserie-Reparaturen
Factoring
Finanz-/Vermögensberatung
Fotografie
Führungscoaching, Führungsweiterbildung

Hotel, Congress-Center
Immobilien
Informatik-/Telekommunikationslösungen
Informationsmanagement
Interims-Management, Change-Management

Kautschuk-Technologie, Gummiteile
Krankenkasse
Limousinen-Service
Managementsysteme, Prozess-/Projektmanagement
Marketing-Kommunikation

Massanzüge, -bekleidung
Onlinemedien, Web
Optimierung von SAP-Systemen
Rechtsanwalt, Notar
Schreinerei

Schmuck
Toner, Tintenpatronen
Treuhand, Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung
Übersetzungen
Versicherung, Vorsorge

Wegweiser im Onlinemarketing

Einen kompakten Überblick über das Internet als Werbemedium, die relevanten Massnahmen und die zentralen Erfolgsstrategien im Onlinemarketing verschafft der neue «Ratgeber Onlinemarketing» von «Wer liefert was?».

Interessenten auf sich aufmerksam machen, neue Kunden gewinnen und langfristig ans Unternehmen binden: Nirgends können Unternehmen dies effizienter erreichen, als im Internet. Das gilt insbesondere für KMU mit kleinem Budget. Der neue «Ratgeber Onlinemarketing» unterstützt Entscheider bei ihren Marketing-Massnahmen im Internet und hilft ihnen bei der Wahl der richtigen Werkzeuge.

Von der Unternehmenswebsite über Suchmaschinen-, Display- und E-Mail-Marketing bis hin zu Online-PR und Affiliate-Marketing: Der Ratgeber enthält in kompakter Form wertvolle Informationen über die verschiedenen Massnahmen im Onlinemarketing, zentrale Erfolgsstrategien und die Erfolgsmessung.
Unternehmen können mit dieser Hilfe Onlinemarketing gezielt und effektiv als Absatzkanal und Markenführungsinstrument einsetzen. Der «Ratgeber Onlinemarketing» steht ab sofort unter
www.wer-liefert-was.ch/veroeffentlichungen kostenlos für den Download zur Verfügung.

Annalies Ohnsorg

Weitere Infos und Adresse Seite 30

Über «Wer liefert was?»

«Wer liefert was?» ist eine Lieferantensuchmaschine im Business-to-Business. Aufgrund der präzisen Suchmöglichkeiten bietet «Wer liefert was?» unter www.wer-liefert-was.ch oder www.wlw.ch nur qualifizierte Kontakte und eignet sich daher für den Inserenten, der zielgerichtet im Internet werben will.

Die Wer liefert was GmbH beschäftigt 10 Mitarbeitende in der Schweiz, der Hauptsitz ist Hamburg.
Europaweit ist «Wer liefert was?» mit ca. 300 Mitarbeitenden in sechs Ländern vertreten. Seit 2009 ist die Wer liefert was GmbH ein Unternehmen der schwedischen Bisnode Business Information Group.

Ansprechpartner für weitere Informationen:
KommunikationsWerkstatt GmbH
Beatrice Suter
Blumenweg 8
6003 Luzern
Tel. +41 (0)41 660 96 19
Fax +41 (0)41 660 96 28
suter@kommunikationswerkstatt.ch

Wer liefert was GmbH
Stefan Marz
Zugerstrasse 76a
6340 Baar
Tel. +41 (0) 41 766 33 88
Fax +41 (0) 41 766 33 89
info@wlw.ch

Anzeigen

EuroNet Internet Marketing

Tourismus und Gewerbe Förderung

www.businessworld.ch www.lust-auf.ch

EuroNet GmbH
Rathausgasse 7
4800 Zofingen

Tel. 062 758 48 75
Fax 062 758 48 73
euronet@euronetonline.ch

www.euronetonline.ch

Wir bringen Ihren Internetauftritt im Google in die Top Positionen

oder Sie erhalten Ihr Geld zurück - **„garantiert“**

Unsere 10-jährige Erfahrung und die Referenzen sprechen für sich....

Profitieren Sie von unserem **10% Jubiläums – Rabatt**

Vereinbaren Sie einen kostenlosen Beratungs – Termin

Unsere Franchising -Partner – Ihre Ansprechspartner

LeNet GmbH
Daniel Lehmann
Grossmattstrasse 7
4614 Hägendorf
Tel. 062 839 39 00
Fax 062 839 39 01
Handy 079 310 27 20
lenet@euronetonline.ch

Bösiger&Partner
René Bösiger
Subergstrasse 27
3257 Grossaffoltern / BE
Tel. 032 389 23 53
Fax 032 389 23 53
Handy 079 300 77 77
boesiger@euronetonline.ch

Just married – Wirtschaftskrise hin oder her

Kerstin Walser und Tobias Lang gründeten in Zürich vor kurzem die Hochzeitsagentur «lovelyevents». Das fundierte Know-how von Spezialisten verbunden mit der Begeisterung für Hochzeiten befähigt «lovelyevents», anspruchsvolle Hochzeitsprojekte sowie Veranstaltungen durchzuführen. «lovelyevents» steht dem Hochzeitspaar bei der Planung sowie Organisation mit Rat und Tat zur Seite.

Mit den ersten Sonnenstrahlen hat auch in der Schweiz die diesjährige Hochzeitssaison wieder begonnen und trotz oder gerade wegen der Wirtschaftskrise werden sich auch heuer schweizweit wieder rund 40'000 Hochzeitspaare das Ja-Wort geben.

Kerstin Walser und Tobias Lang wissen, dass die Hochzeit für jedes Brautpaar zweifellos zu den schönsten Ereignissen in einem Leben gehört, sie wissen aber auch, dass diese nicht immer reibungslos und stressfrei ablaufen. Genau darauf fokussiert ihre Geschäftsidee. Die beiden ausgebildeten Marketing- und Kommunikationsspezialisten, haben in Zürich im März 2009 die Event- und Hochzeitsagentur «lovelyevents» gegründet. «Menschen dabei zu helfen, Ihre Träume wahr werden zu lassen, damit ihr schönster Tag auch perfekt wird, ist unser grösster Ansporn», sagt Kerstin Walser, «und dafür setzen wir uns mit höchstem Engagement, Leidenschaft, grösster Sorgfalt und viel Liebe ein.» Ihr charmanter Promotionsautritt vom vergangenen Samstag an der Bahnhofstrasse in Zürich, als die beiden Kreativen als Brautpaar mit einem vietnamesischen Cyclo unterwegs waren und Flyer und Gummiherzchen verteilt haben, unterstreicht die Kreativität und den Hang zum Charmanten der Agentur.

Nachdem in den USA und in England Hochzeitsfeiern ohne professionelle Unterstützung, also ohne Hochzeitsplaner, kaum denkbar sind, ist in der Schweiz diese Dienstleistung noch nicht so bekannt. «Lovelyevents» hilft

Paaren, die beruflich stark engagiert sind oder solchen die sich in der Schweiz nicht so gut auskennen. Auch Paare, die nichts dem Zufall überlassen wollen und auch sicher gehen wollen, dass der einmalige Tag auch perfekt und reibungslos ablaufen soll, sind bei den Hochzeitsplanern an der richtigen Stelle, denn die Hochzeitsprofis denken an alles und planen akribisch bis ins kleinste Detail.

Und wer meint, dass mit dieser Dienstleistung die Hochzeit noch teurer wird, der irrt, denn die Hochzeitsplaner erhalten bei allen anderen Dienstleistern oft bessere Konditionen als die Paare selber. Zudem wissen sie genau, wo die Brautleute den einen oder anderen Franken sparen können, ohne dass die Qualität darunter leidet. Heiraten mit Hochzeitsplaner lohnt sich also – Wirtschaftskrise hin oder her.

Tobias Lang

Weitere Infos und Adresse Seite 30

Schweizer Frauen können sich auf einen sportlichen Sommer freuen

Stefanie Grafs Sportclub Mrs.Sporty jetzt auch im Kanton Zug

Am 16. Mai eröffnet in Baar der bereits vierte Schweizer Mrs.Sporty Club. Das von Tennislegende Stefanie Graf mitentwickelte Trainings- und Ernährungskonzept von Mrs.Sporty begeistert inzwischen Frauen in fast 300 Clubs in ganz Europa. Jetzt ist es möglich bei geringem Zeitaufwand persönliche Ziele auch in Baar leicht zu erreichen. Clubmanagerin Verena Benz ist schon sehr gespannt auf die Eröffnung. «Stefanie Graf und ihre natürliche Art waren für mich immer ein Vorbild», sagt die 26-jährige über ihre Begeisterung für Mrs.Sporty. «Dass ich nun einen Frauensportclub nach dem bewährten Trainings- und Ernährungskonzept der Tennisspielerin führe, macht mich schon glücklich», sagt die sympathische Clubmanagerin.

Zusammen mit internationalen Experten aus dem Bereich der Sport- und Ernährungswissenschaften entwickelte Stefanie Graf das Mrs.Sporty Konzept, das auf einem 30-minütigen Zirkeltraining und einer langfristigen Ernährungsumstellung basiert. Zwei bis drei leichte Trainingseinheiten pro Woche und eine gesunde Ernährung genügen, um sich dauerhaft fit und gesund zu halten. Darin liegt das Geheimnis des Erfolges. Inzwischen kann das dynamisch wachsende Franchiseunternehmen auf fast 300 Mrs.Sporty Clubs mit mehr als 75.000 Mitgliedern in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Italien verweisen. Und aufgrund der großen Nachfrage sind weitere Cluberöffnungen in der Schweiz geplant.

Bereits jetzt ist abzusehen, dass der Frauensportclub in Baar mit einem ähnlichen Erfolg starten wird, wie es die Clubs in Wabern, Kloten und Bülach bereits vorgemacht haben. Clubmanagerin Benz ist schon vor der Eröffnung sehr zufrieden: «Wir konnten im Vorfeld bereits viele Frauen von dem Mrs.Sporty Konzept begeistern und wir freuen uns darauf diese Frauen auf ihrem Weg in ein aktiveres, gesünderes Leben zu begleiten. Denn das Mrs.Sporty Trainings- und Ernährungskonzept schafft es ohne großen Aufwand und in einer angenehmen Atmosphäre, selbst Sportmuffel zu motivieren», so Benz, die sich die Mission von Mrs.Sporty zur neuen Aufgabe gemacht hat. Nämlich: Sport und gesunde Ernährung zu einem natürlichen Teil im Leben von Frauen zu machen.

Durch die Schulungen des Mrs.Sporty Franchisesystems ist die angehende Clubmanagerin bestens auf ihre Eröffnung vorbereitet. Und als Teil der großen Mrs.Sporty Familie wird sie auch weiterhin von der Betreuung des Unternehmens profitieren. Regelmäßige Weiterbildungen sowie Marketingkampagnen tragen zum Erfolg jedes einzelnen Mrs.Sporty Clubs bei.

Weitere Informationen zu Mrs.Sporty und dem Franchisekonzept finden Sie im Internet unter www.mrssporty.ch. Alternativ steht Ihnen das Beraterteam unter 0041 / (0) 792 24 99 82 oder franchise@mrssporty.ch zur Verfügung.

Nina Ahrens

Weitere Infos und Adresse Seite 30

Über Mrs.Sporty: In 30 Minuten zu mehr Aktivität – seit 2005 motiviert die ganzheitliche Mrs.Sporty Philosophie Frauen zu einem sportlich aktiveren und gesünderen Leben.
Mittlerweile vertrauen 75.000 Frauen in fast 300 Mrs.Sporty Clubs auf das Trainings- und Ernährungsprogramm des innovativen Franchiseunternehmens.

Mrs.Sporty
Ihr persönlicher Sportclub

Anzeigen

DEPAROM PROFIL
DEPAROM-Profil
Innovation durch Information
Marktnischen finden und sichern
durch hochwertige Informationen
PPS Polyvalent Patent Service AG
Bahnhofstrasse 12, 6403 Küssnacht am Rigi
Telefon 041 850 88 83, www.search-pps.ch

Ist Ihnen Ihre Gesundheit wichtig? www.bleibensiegesund.ch
Wohlbefinden und mehr Lebensqualität durch viel Bewegung
und hochwertige biologische Nahrungsergänzungen.
Vorbeugen ist besser als heilen!!
Bellicon-swing FitLine

Wir nehmen 30 % WIR
Bü hrerberatungen, Ruedi & Pia Bührer
Obermülistrasse 85, 8320 Fehraltorf
Tel. 044 954 07 11, e-mail: info@buehrers.com

Neue Kunden auf dem Silbertablett

Mit www.startupadressen.ch ist ein neues Portal im Internet, welches Adressen in Top-Qualität zu einem erstaunlich günstigen Preis von bereits ab Fr. 0.30/Adresse anbietet.

Aktuell umfasst die Datenbank über 670'000 B2B Firmenadressen, welche in 9'000 unterschiedliche Branchen unterteilt und mit den offiziellen SIC- und NAICS Codes versehen sind. Zahlreiche unterschiedliche Quellen ermöglichen es, dass die Adressen laufend kontrolliert, aktualisiert und ergänzt werden. In der Datenbank werden tagesaktuell Neugründungen ebenso eingepflegt wie Konkursmeldungen. Dadurch wird sichergestellt, dass Kunden wirklich nur gültige Adressen erhalten. Dafür garantiert www.startupadressen.ch und vergütet sogar alle Adressen mit dem vollen Kaufpreis, wenn diese als Retouren zurückkommen.

Die korrekte Adressselektion macht es aus

Damit der Kunde seine eigene definierte Zielgruppe möglichst genau und komplett anschreiben kann, hat www.startupadressen.ch auch bisher noch nicht im Markt übliche Selektionskriterien ermöglicht. So ist es zum Beispiel möglich, geografisch nicht nur nach Bezirk, Kanton oder Region zu selektieren, sondern auch eine Umkreisselektion ist möglich, so dass zum Beispiel alle möglichen Firmen im Umkreis von 20km des eigenen Betriebes angeschrieben werden können (ideal für Aktionen wie Tag der offenen Tür, Dienstleistungen welche man üblicherweise regional bezieht (Treuhand, Druckerei etc.) oder Firmen mit Ladengeschäften). Daneben sind alle Adressen mehrfach codiert und Firmen sind nicht nur die «offiziellen» Branchencodes hinterlegt, sondern auch aufgrund des im HR eingetragenen Firmenzwecks wurden Branchencodes hinterlegt und auch die offiziellen SIC- und NAICS Codes stehen für Selektionen zur Verfügung. Darüber hinaus wurden viele weitere Informationen aus den verschiedensten Quellen und mit Hilfe von WebCrawlern direkt ab den einzelnen WebSites der Kunden übernommen. Dadurch ist es möglich, spezielle Selektionen zu generieren und dank erweiterten Informationen noch genauere Kundenselektionen zu machen. Zum Beispiel ist eine Selektion aller Garagen mit den hinterlegten Automarken möglich.

Korrekt postalisch aufbereitete Adressen

Gegenüber Adressen anderer Quellen oder dem selber realisierten Export von Adressen aus einer Telefonbuch CD bieten die Adressen von www.startupadressen.ch einige Vorteile. Einerseits sind bei zahlreichen Firmen auch die Kontaktpersonen und die korrekten Anreden und Briefanreden hinterlegt, andererseits sind die Adressen aber so aufbereitet, wie es die Post vorschreibt. Besitzt eine Adresse ein Postfach, so ist die PLZ und Ortschaft des Postfachs auf der untersten Zeile anzugeben, als 2.unterste Zeile das Postfach und eine Zeile darüber die Firmenadresse inkl. Ortschaft, sofern diese anders lautet als die Ortschaft des Postfachs.

Neugründeradressen

Für Firmen, welche Produkte oder Dienstleistungen für neugegründete Firmen anbieten, bietet die Plattform auch die Möglichkeit, diese im Abonnement und zu einem Pauschalpreis zu beziehen, so dass dieses tagesaktuell per Mail versandt und für zeitnahe Mailings verwendet werden können.

Weitere Dienstleistungen

Neben dem Verkauf von Adressen bietet das Portal auch noch andere Dienstleistungen wie etwa die Aktualisierung Adressen: Anhand der zentralen Datenbanken können die Adressdaten abgeglichen werden und eine Referenzdatei mit den aktuellen Adressangaben wird erstellt. Daraus ist klar ersichtlich, welche Adressen korrekt waren, welche korrigiert wurden und welche nicht gefunden wurden, da die Firmen evt. erloschen sind.

Mit der Möglichkeit der **Aktualisierung der MwSt** können die Adressen um die MwSt angereichert werden, so dass man gerüstet ist, wenn das neue Gesetz zur Rechnungsstellung inkl. MwSt Information des Kunden in Kraft tritt.

Die **Aktualisierung der Personendaten** erfolgt ebenfalls anhand der eigenen Adressangaben und werden anhand der vorhanden Personendaten ergänzt, soweit diese vorhanden sind.

Auf www.startupadressen.ch kann eine Testselektion der Daten bestellt werden, so dass man sich selber von der Qualität der Adressen vor dem Kauf überzeugen kann.

Weitere Infos und Adresse Seite 30

Wer kommuniziert, gewinnt

Cornelia Aschmann

Kommunizieren bedeutet in Beziehung sein. Wer kommuniziert ist in Kontakt. Kontakte eröffnen Chancen auf Erfolg. Durch zielgerichtetes Kommunizieren bestimmt man seinen Erfolg selbst.

Kommunikationserfolg beginnt im Kopf. Mit einem Konzept, das darauf angelegt ist, Reaktionen auszulösen. Erfolgreiche Kommunikation ist keine Frage des Budgets, sondern der Konsequenz. KMUs, die ihr Kontaktnetz ständig ausbauen und ihre Kontakte aktiv pflegen, bewältigen konjunkturell bedingte Schwankungen besser als jene, die sich in verzweifelter Aktionitis am Markt behaupten wollen.

Die Königsdisziplin

Das Gewinnen, Verwalten und Pflegen der richtigen Kontakte ist die Königsdisziplin im Marketing. Ob Gewerbebetrieb oder Dienstleistungsunternehmen spielt keine Rolle – ohne Kontakt kein Geschäft. Kontakte gewinnt man durch Beziehungskommunikation. Mit aktiven und potenziellen Kunden, Interessenten und vor allem auch Multiplikatoren. Kontakte gewinnt man im persönlichen Gespräch bei Veranstaltungen, an Messen und Ausstellungen, durch den Webauftritt, Marketingaktionen, Werbung und Beschriftungen von Domizil, Fahrzeugen und Briefschaften. Die Namen und Adressen effizient zu Verwalten und zu Pflegen sind zwingend. Unternehmerisch denkt und handelt, wer seine Kontaktdateien von Beginn weg kategorisiert und elektronisch erfasst. Auf dieser Datengrundlage lassen sich sowohl rasche, günstige als auch breiter angelegte Kampagnen durchführen.

Erfolg ist planbar

Perfekte Beziehungskommunikation platziert die richtige Information zum passenden Zeitpunkt bei der Zielperson. Die Synchronizität zwischen Absender und Empfänger der Kommunikation gelingt nur bei wenigen Kontakten. Der Absender hat keinerlei Einfluss auf die Situation und den Bedarf seiner Zielperson und meistens auch nur wenig Kenntnis darüber. Zu Informationen kommt, wer Beziehungskommunikation betreibt, Reaktionen auslöst und gleichzeitig den Verkauf unterstützt. Informationen vom Markt, von den Zielpersonen fliessen in die Datenbank ein. Denn je besser die Verkaufsmitarbeiter die Zielperson kennen, desto besser ist die Qualität der Kontakte und somit die Aussicht auf Erfolg.

Erfolg wird auf der Grundlage des gesammelten, aktuellen Datenmaterials geplant. Gezielte Kommunikationsaktionen schaffen die grösstmögliche Synchronizität zwischen Sender und Empfänger. Angaben zu Branche, Unternehmensgrösse, Adresse und Ort der Kontakte genügen dafür nicht. Sind hingegen die Entscheidungsträger und Ansprechpartner bekannt, Ort und Datum des Erstkontakts, Informationen über bereits getätigte Aktionen und die Reaktionen darauf, der nächste Termin, bereits gelieferte Produkte usw. – sind dies die Match entscheidenden Hintergrundinformationen für die erfolgreiche weitere Kommunikation!

Das auf direkten Erfolg angelegte Kommunikationskonzept berücksichtigt die aktuelle Situation von Sender und Empfänger. Die Kenntnis darüber fliesst in die Direktwerbung ebenso ein wie in die Veranstaltung und die neue Firmenbroschüre und die Pressemitteilung

Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft.

Beziehungskommunikation ist Unternehmenskultur. Es muss nicht gleich eine Rolex sein, aber grundsätzlich gilt: Wer Beziehungskommunikation betreibt, verwöhnt – das ist eine unternehmerische Haltung.

Denken und handeln Sie jenseits von Clichés aber mit Fingerspitzengefühl: Schenken Sie vorteilhafte Informationen, Dankeschönkarten, zuverlässige Empfehlungen, Werbegeschenke, Einladungen, Informationen über oder Beurteilungen von Branchenneuheiten, Datenblätter, als Netzwerk-Moderator, Sponsor und vielem mehr. Beziehungskommunikation benötigt zudem subtile, professionelle Texte von kreativen Textarbeitern. Warum?
Es geht um das für Sie unbezahlbare Gefühl Ihrer Zielperson: «Es lohnt sich, mit diesem Unternehmen in Beziehung zu sein, darum wähle ich es».

Cornelia Aschmann

Weitere Infos und Adresse Seite 30

Desinova
Marketing . Design . Fotografie

Zielmatte 5
6362 Stansstad
G: 079 817 66 81
www.desinova.ch
c.fischer@desinova.ch

Cornelia Fischer

Ihr Internetauftritt zum fairen Preis:
Professionelles Webdesign (CI). Suchmaschinenoptimierung. Suchwörteranalyse.
CMS - Content Management System.
Digitale Fotografie

Ihr Vorteil:
Einzigartiges und professionelles Design. Positives Erscheinungsbild. Gutes Auffinden in den Suchmaschinen. Funktionen wie Mehrsprachigkeit, FAQ, Glossar, etc. können der Website jederzeit hinzugefügt werden.
Selbstständig und ortunabhängig aktualisieren.

Mehrwertpartner bei www.sparcard.ch

Für eine gelungene Kommunikation in KMU Betrieben

Der Hauptaspekt im Bemühen um eine gelungene Kommunikation liegt im Sprechen und Zuhören. Sowohl in der gekonnten Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern als auch im erfolgreichen Kundinnenkontakt ist Kommunikation von zentraler Bedeutung. Das ist bekannt. Neu ist aber die Forderung der Autorin nach «gerechtem Sprechen» als Grundlage der gelungenen Kommunikation.

Martin G. ist Computerspezialist und hat sich eine kleine Firma aufgebaut, in der er Softwareentwicklung anbietet. Er wirbt die Kunden an, bespricht die Wünsche mit ihnen und stellt ihnen dann die Ideen vor. Martin G. weiss von sich, dass er ein sehr guter Computerspezialist ist, doch in den Kundengesprächen hat er oft mit Wut, genervt sein und Langeweile zu kämpfen. Wenn er zu viele Gespräche in einer Woche hat, kann es auch schon einmal sein, dass er seine Kunden und auch seine Mitarbeitenden anschreit. Er benennt seine Gefühle mit Wut, genervt und Langeweile. Jetzt bekommt er den Auftrag bei seinen kommenden Kundengesprächen seinen Gefühlen zuzuhören. Die Aufmerksamkeit dann, wenn sie sich melden ganz nach innen zu richten und zuzuhören. Nach einigen Versuchen ist Martin G. einmal darüber erstaunt, dass er sowohl seinen Gefühlen als auch seinem Kunden zuhören konnte. Und die Botschaft seiner Gefühle waren in dieser für ihn überraschenden Situation ganz klar: Eigentlich hat er Angst als Versager dazustehen, wenn er diese Arbeit in seiner Firma an andere abgibt und deshalb macht er all diese Gespräche, die er verabscheut. In den nächsten Tagen hat Martin G. die Aufgabe seiner Angst genau zuzuhören. In der dann folgenden Sitzung erzählt er, dass er seiner Angst zugehört hat und dass seither das Gefühl der Angst weg ist und er sich eher mutig und frohgemut fühlt. Und er hat Konsequenzen gezogen: «Ich weiss ja, dass meine Firma gut läuft und ich schon lange erfolgreich bin. Zudem habe ich eine Mitarbeiterin die hervorragend mit den Kunden sprechen und ihnen alles erklären kann. Ich habe ihr die Werbung der Kunden übergeben und ich spreche nur noch mit ihnen, wenn alles geklärt ist und mache dann den Vertrag mit ihnen.» Martin G. hat für sich, seine Firma und für eine seiner Mitarbeiterinnen durch die Anregung der Angst die optimale Lösung gefunden.
Dieses Beispiel veranschaulicht deutlich, wie Martin G. mit Hilfe des Inneren Zuhörens, des Gefühlsgerechten und des Situationsgerechten Sprechens eine optimale Lösung für sich, seine Firma und die erwähnte Mitarbeiterin erarbeiten konnte.

Die Herausforderungen in der Kommunikation in KMU Betreiben sind in drei Bereichen zu finden:

1. Der tägliche Kontakt zu den Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen

- Es gilt das eigene Anliegen deutlich und verständlich zu formulieren und die Anliegen der Mitarbeitenden zuhörend zu verstehen.
- Eigene Ressourcen und die der Mitarbeitenden herauszuholen und sie für eine hohe Qualität der zu leisteten Arbeit nutzen.
- Das passende Nähe- und Distanzverhältnis von Chef zu Mitarbeitenden leben.
- Die Chefin leistet einen eigenen Beitrag zu einem unterstützenden Betriebsklima und fordert das auch von den Mitarbeitenden ein.
- Gekonntes Delegieren von Aufgaben.
- Qualitätssicherung des Angebotes durch Kontrolle der Leistungen und Ergebnisse der Arbeit.

2. Die Gestaltung des Kundenkontaktes

- Die Anliegen und Wünsche der Kunden verstehen.
- Die eigenen Angebote verständlich machen.
- Eine gute Atmosphäre mit dem passenden Nähe- und Distanzverhältnis zu den Kunden schaffen.
- Die Kundenkontakte so gestalten, dass das Besondere des eigenen Angebotes deutlich wird.

3. Marktpräsens mit dem eigenen Angebot

- Qualität des eigenen Angebotes formulieren.
- Das Besondere und die Perspektiven des Angebotes hervorheben.
- Aktuell im Angebot zu bleiben.
- Konkurrenzfähig sein.

Gerechtes Sprechen

Egal ob es sich um einen Frisörinnensalon oder um eine Zahnarztpraxis oder um eine Computerfirma handelt – Die Inhaber und Inhaberinnen von Kleinunternehmen sind in der Regel für alle drei oben genannten Bereiche selbst hauptverantwortlich. In meiner Arbeit

Anzeigen

easytext®

Wir sorgen für den professionellen Text

Anhand von Stichworten, Interviews oder Produkt-Unterlagen erstellen wir professionellen Text für

PRINT, WEB oder PRESSE

Firmenportraits, Kundenzeitschriften, Newsletter, Erfolgsstorys, Publi-Reportagen, Broschüren, Pressemitteilungen, Anwenderberichte und vieles mehr...
Auf Wunsch gestaltet unser Kreativatelier Fehlbaum für Sie das gesamte Layout.

Pressebüro easytext J.+ M. Fehlbaum Telefon 056 610 55 55 www.easytext.ch info@easytext.ch

mit dieser Zielgruppe ist mir deutlich geworden, dass der Hauptaspekt in der Auseinandersetzung mit einer gelungenen Kommunikation, mit sprechen und zuhören liegt. Sowohl in der gekonnten Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern als auch im erfolgreichen Kundinnenkontakt sind diese Hauptaspekte von grosser Bedeutung. Aufgrund dieser Erfahrungen habe ich ein neues Kommunikationsmodell entwickelt «Gerechtes Sprechen».

Die innere Welt erlauschen ...

Im Gerechten Sprechen gilt das gesprochene Wort. Es wird gemeint, was gesagt ist, und es wird gesagt, was gemeint ist. Damit verlassen Personen die vermuteten, angenommenen oder hineininterpretierten Momente in Gesprächszusammenhängen und treten ein in die Welt der Sprache, der Begriffe, der Satzkonstruktionen und ihrer Bedeutungen. Diese Grundannahme hat grosse Konsequenzen für die gesamte Kommunikation. Die Arbeit, ständig die gehörte Botschaft interpretieren zu wollen, fällt weg und gerecht sprechende Personen erhalten sehr viel Raum und Kraft und Gedankenfreiheit, um sich mit dem auseinanderzusetzen, worum es ihnen geht.

... die äussere Welt erhören

Im Gerechten Sprechen wird dem zugehört, was gehört wird. Das bedeutet, dass den Geräuschen, Worten, Sätzen, die im Ohr ankommen, zugehört wird. Die empathische Aufmerksamkeit beim Zuhören liegt bei sich selbst als zuhörender Person. So wird die innere Welt erlauscht und die äussere Welt erhört. Zuhören ist die Entscheidung, das Gehörte aufnehmen zu wollen. Erst diese Entscheidung macht es möglich, das eigene Bewusstsein dahingehend zu öffnen, dass bestimmten Tönen zugehört wird. Im Zuhören wendet sich eine Person mit Aufmerksamkeit dem zu, was sie aus dem Gehörten herausfiltern will. Andere Geräusche legt sie zurück und hört dem, was sie aufnehmen will, mit Konzentration und Aufmerksamkeit zu.

... und sagen, was ich meine

Zentrale Schwerpunkte meines Vorgehens mit Gerechtes Sprechen sind:
Die jeweilige Situation wird auseinandergesprochen.
Jedes Gefühl wird als Ressource betrachtet und auf ihr Lösungspotential hin überprüft.
Die weiteren Ressourcen und Möglichkeiten der verschiedenen Personen werden erkannt.
Die passende Lösung wird ressourcen- und zielorientiert erarbeitet und in einem passenden Zeitraum umgesetzt.

Dazu sagt Martin G. abschliessend:
«Ich kann mich klarer und pointierter ausdrücken. Ich rede von dem, was ich meine und meinen die anderen etwas anderes, können wir das ausdiskutieren. Und seitdem ich aufgehört habe, in jedem Satz den ich höre noch ein ganzes Buch herauszuhören, kann ich mich wieder viel besser auf mich verlassen und auf meine Arbeit konzentrieren. Ich kann meinen Gefühlen zuhören und nutze sie für meine Arbeit. Die Missverständisse mit meinen Mitarbeitenden und mit den Kunden haben sich drastisch verringert.»

Literatur:

Cornelia Schinzilarz, «Ich meine, was ich sage und sage, was ich meine». Gerechtes Sprechen in der Anwendung. Beltz Verlag April 2008

Cornelia Schinzilarz, KICK Institut für Coaching und Kommunikation www.kick.dich.ch, 044 291 61 60, Supervisorin, Buchautorin, Humorcoach, Dozentin an Fachhochschulen, in verschiedenen Ausbildungsinstitutionen und mit eigenem Weiterbildungsangebot

Weitere Infos und Adresse Seite 30

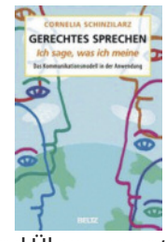
Mach mit bei unserem grossen SMS Gewinnspiel!

Gewinne 3 handsignierte Bücher «GERECHTES SPRECHEN» von Cornelia Schinzilari.

SENDE JETZT PER SMS AN DIE NUMMER 919 DAS WORT: KMU (Fr. 1.50/SMS)
oder WAP-Teilnahme: win.wap.919.ch/kmu (nur mit Handy möglich)

Es bestehen die gleichen Gewinnchancen bei Teilnahme per SMS oder per WAP.
Es wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Teilnahmebedingungen: **www.919.ch/agb**

Neue Wege dank klarer Sprache

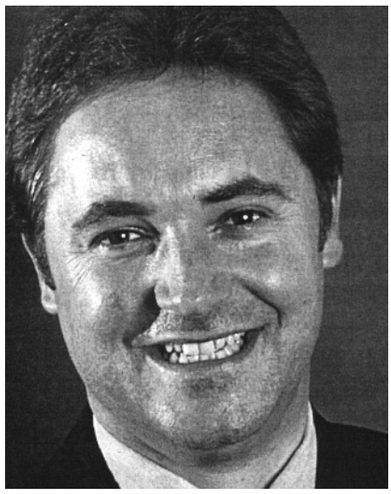


Erfolgreiche Gestaltung des KMU Alltags durch eine klare Sprache und gekonntes Zuhören sind auch Bestandteil des Kommunikationsmodells «Gerechtes Sprechen». Cornelia Schinzilarz hat Erkenntnisse aus ihrer täglichen Beratungspraxis, aktuelles Wissen aus den Neurowissenschaften und aus der Kommunikationsforschung mit in ihr Konzept einbezogen. Das Buch führt konsequent durch die aufbauende Struktur des Kommunikationsmodells, das in der Theorie logisch entfaltet und daneben zahlreiche Beispiele und Übungen enthält. Das Buch eignet sich daher gut für das Selbststudium.

Cornelia Schinzilarz, Gerechtes Sprechen: Ich sage, was ich meine. Das Kommunikationsmodell in der Anwendung. Beltz Verlag 2008

Anzeigen

Strategisches Management in Krisenzeiten: Jetzt bloss das Richtige tun!



Prof. Dr. Ronald Germann

Es ist unverkennbar: die globale Wirtschaftskrise hat sich ausgeweitet, und sie wird auch für zahlreiche KMU in der Schweiz immer stärker spürbar. Wie tief sie sein wird und wie lange sie dauert, das zu beurteilen masst sich derzeit wohl kaum jemand an. Oder wie es Mark Twain mal gesagt haben soll: Prognosen sind schwierig, besonders wenn sie die Zukunft betreffen…

Gerade diese Prognoseunsicherheit aber ist es, die dazu verleiten könnte, sich als Unternehmer und Führungskraft nun entweder in einer fatalistischen Haltung des passiven «Aussitzens» zu üben, oder aber in hektische Betriebsamkeit zu verfallen und sich vorwiegend auf ein aggressives Senken der operativen Kosten zu konzentrieren. Beides wäre gleichermassen falsch und für eine gesunde Unternehmensentwicklung gefährlich. Was aber sind denn aus Sicht der strategischen Unternehmensführung die Gebote dieser schwierigen Monate?

Diesen Fragen widmet sich der folgende Beitrag von Dr. Ronald Germann, Professor für Strategisches Management und Marketing an der Hochschule Luzern – Wirtschaft. Germann formuliert seine Empfehlungen einerseits vor dem Hintergrund seiner Lehrtätigkeit bzw. Erkenntnissen aus der Strategischen Managementlehre, anderseits aufgrund seiner langjährigen Praxis als Strategieberater verschiedener KMU und Institutionen.

Das Richtige tun

Gerade in Krisenzeiten kann die Versuchung für Manager gross sein, sich vorerst um die vermeintlich dringenden Dinge kümmern zu wollen. Und das bedeutet dann häufig: «Jetzt erst mal runter mit den Kosten; strategische Fragestellungen greifen wir dann später wieder auf, wenn wir aus dem Gröbsten raus sind.» Als ob Strategie etwas «Schöngeistiges» wäre, das man sich nur in guten Zeiten leisten kann…

Genau das Gegenteil ist der Fall. Gerade in der Krise ist es nämlich besonders wichtig, die Dinge nicht nur richtig zu tun, sondern vor allem das Richtige zu tun. Und um sicherzustellen, dass wir das Richtige tun, braucht es Strategisches Management. Denn sonst wächst das Risiko, dass z. B. Kosten auch in Bereichen gesenkt werden, die die Wettbewerbsstärke des Unternehmens beeinträchtigen und dass strategische Erfolgspotenziale wie Kundennutzen, Innovationskraft oder Produktivität geschwächt werden. Damit würde ein kurzfristig besseres operatives Ergebnis zulasten des künftigen Unternehmenserfolges erkauft, was wohl kaum sinnvoll wäre.

Die prioritäre Frage lautet also: was genau ist das Richtige, das nun getan werden muss?

Situation nüchtern diagnostizieren

Jede Wirtschaftskrise führt dazu, dass sich die Nachfrage- und Angebotsstruktur von Märkten verändert, teilweise sogar fundamental und plötzlich. Wichtig ist deshalb, dass Unternehmer – gerade jetzt – eine nüchterne und fundierte Situationsanalyse durchführen: Was sind die herausragenden Chancen und Risiken aus der veränderten Markt- und Umweltsituation, wo liegen die eigenen Stärken und Schwächen im Vergleich zu den wichtigsten Mitbewerbern?

Aus den verschiedenen Analysen abgeleitet gilt es, die kritischen Erfolgsfaktoren in den relevanten Märkten zu definieren und es stellen sich insbesondere folgende Fragen: Was sind die «matchentscheidenden» Faktoren in unserer Branche, die darüber entscheiden, welche Unternehmen diese Krise erfolgreich meistern und welche scheitern werden? Und mit welchen nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen können die Konkurrenten distanziert werden? Das Ergebnis dieser strategischen Diagnose sollte in einige wenige, aber präzise formulierte strategische Hauptherausforderungen münden, die gewissermassen die Leitplanken für die strategische und operative Unternehmensentwicklung der nächsten Monate bilden.

Szenarien entwickeln, Commitment schaffen

Noch selten in der Wirtschaftsgeschichte der letzten 100 Jahre war das unternehmerische

Umfeld derart instabil, unberechenbar und komplex wie heute. Ein dermassen unsicheres Umfeld und so hohe Komplexität verlangen deshalb zwingend nach der Entwicklung von vier bis fünf Szenarien, die unternehmensspezifisch auf die relevanten Prämissen (z. B. Veränderungen bei Devisenkursen, Exportnachfrage, Krediten usw.) ausgerichtet werden. Dazu gehört insbesondere auch ein worst case–Szenario als Grundlage für «Notfall»-Strategien.

Die unternehmensspezifischen Szenarien sollten von Verwaltungsrat und Geschäftsleitung gemeinsam diskutiert und validiert werden. Dazu gehört, dass nicht nur die Eintretenswahrscheinlichkeit jedes Szenarios definiert, sondern auch die Zeitabstände (Milestones) festgelegt werden, in denen (z. B. vierteljährlich) die Szenarien gemeinsam neu bewertet und allenfalls aktualisiert werden. Schliesslich erscheint es ratsam, vorbehaltene Entschlüsse bzw. Sofortmassnahmen festzulegen, falls sich überraschend eine deutliche Verschlechterung der Situation gegenüber dem aktuell verfolgten Szenario abzeichnen sollte.

Und ganz wichtig: Verwaltungsräte und Geschäftsleitungsmitglieder müssen sich bezüglich der strategischen Hauptherausforderungen sowie der Entwicklungsszenarien zu einer übereinstimmenden Beurteilung «durchringen». Dieses Commitment ist deshalb unerlässlich, weil gerade in Krisenzeiten die Verlinkung von strategischer und operativer Führung besonders eng sein muss, damit das Schiff erfolgreich durch die stürmische See gesteuert werden kann. In diesen nicht selten konfliktträchtigen und schwierigen Workshops kann der Beizug eines externen Coachs hilfreich sein, der den Strategieprozess effizient moderiert und darauf achtet, dass sich die Strategie – trotz und erst recht in der Krise – konsequent am Kundennutzen orientiert.

Fokus auf vorhandene Wettbewerbsvorteile

Was es jetzt braucht, ist Fokussierung statt Diversifikation: Konzentration auf den Kundennutzen, auf die Produktivität und Innovationskraft des Unternehmens. Das heisst: Fokussierung sowohl auf jene eigenen Produkte, die im noch härter werdenden Wettbewerb gegenüber jenen der Mitbewerber einen überlegenen Kundennutzen stiften als auch auf jene Märkte, in denen man bereits über ausgeprägte Wettbewerbsstärken bzw. eine starke Marktposition verfügt. Das führt in der Regel nicht nur zu höherer Ressourcen- und Investitionseffizienz, sondern steigert nachweislich auch die Erfolgswahrscheinlichkeit.

Von Bedeutung aber ist, dass die unternehmerische Fokussierung immer mit Blick auf effektive und nachhaltige Wettbewerbsvorteile erfolgt. Und: Ein echter Wettbewerbsvorteil ist nur jener Nutzen, welcher vom Kunden auch tatsächlich wahrgenommen und anerkannt wird. Denn der Konsument kauft auch in der Krise dort, wo er einen signifikanten Mehrwert zu erhalten überzeugt ist. Dabei spielt das Vertrauen in das anbietende Unternehmen, seine Mitarbeitenden und seine Marktleistungen eine entscheidende Rolle.

Klare Wettbewerbsstrategie und Positionierung

Was für Unternehmen generell gefährlich ist – nämlich eine unklare Positionierung und diffuse Wettbewerbsstrategie – kann in Krisenzeiten rasch zur tödlichen Gefahr werden. Denn unter dem wachsenden Druck der Nachfrager könnte man dazu geneigt sein, sowohl bei den Verkaufspreisen Zugeständnisse zu machen als auch unbezahlte Mehrleistungen an die Kunden auszurichten. Das mag sich zwar kurzfristig positiv auf die Umsatzzahlen auswirken, wird aber meist rasch zu deutlichen Ertragsproblemen führen. Es entwickelt sich so eine destruktive Spirale fortgesetzter Margenerosion, aus der es kaum mehr einen Ausstieg gibt.

Leadership zeigen

Schliesslich ist bei der Operationalisierung der Strategie nicht nur den sog. harten Umsetzungsfaktoren wie z. B. der Anpassung der Strukturen und Systeme das nötige Augenmerk zu schenken. Vielmehr ist gerade in der Krise vom Management auch echte «Leadership» gefordert, was nicht weniger und nicht mehr als kompetente, glaub- und vertrauenswürdige Menschenführung meint, bei der die Mitarbeitenden ihre Vorgesetzten als Vorbilder erfahren.

Abschliessend lässt sich festhalten, dass Verwaltungsräte und Geschäftsleitungen von KMU jetzt gut daran tun, ihre Unternehmensstrategien vor dem Hintergrund der wachsenden Krise gründlich und kritisch zu überprüfen, nötigenfalls neu auszurichten und die Weichen zu stellen, damit ihr Unternehmen soweit wie möglich gestärkt aus den leider unvermeidlichen makroökonomischen Turbulenzen hervorgehen kann.

Weitere Infos und Adresse Seite 30

Zum Autor:

Dr. Ronald Germann ist Professor für Strategisches Management und Marketing an der Hochschule Luzern – Wirtschaft und gilt als einer der führenden Strategieberater von KMU in der Deutschschweiz.

Kontakt:
www.germann.net, info@germann.net

Anzeigen

Unabhängig ist Ihr Geld besser beraten.

AWD bietet Ihnen ein kostenloses auf die Unternehmung abgestimmtes Finanzplanungsseminar für Mitarbeiter in Ihren Räumen an. Damit haben Sie die Möglichkeit Ihre Mitarbeiter umfassend über die Vorsorge- und Versicherungsleistungen Ihrer Unternehmung zu informieren und Ihnen zusätzlich die Vorteile unabhängiger Finanzplanung zu ermöglichen (mind. 15 Teilnehmer). Ihre Mitarbeiter erhalten auf Wunsch eine umfassende Finanzstrategie inkl. Dokumentation für CHF 175.– statt CHF 295.–.

www.awd.ch oder 0800 818 000.

AWD
Ihr unabhängiger Finanzoptimierer

Interessante Webplattform zum Schutz gegen Risiko-Kunden

Die Erfahrung zeigt, dass in konjunkturell schwierigen Zeiten die Zahlungsmoral dramatisch abnimmt und Konkurse zunehmen. Da engagieren sich zuverlässige KMU mit einem termingerechten Topp-Service für einen Kunden. Alles hat geklappt: Qualität 1a, Termin OK – aber der Kunde zahlt nicht, viel später oder entpuppt sich gar als zahlungsunfähig. Ein Jammer! Meist liegt bekanntlich eine Mischung von schwierigen Debitoren vor, ein Mix aus Langsamzahlern bis hin zu brandschwarzen Schafen. Eine neue Online-Dienstleistung schafft preisgünstig Abhilfe.

Der neue Weg: CashYourself.ch

Wie aber den säumigen Zahlern wirkungsvoll zu Leibe rücken? Als bisher klassische Lösungen haben sich die interne Debitoren-Bearbeitung, der Gang zum Inkassobüro oder Anwalt angeboten. Bei Letzterem werden die Kosten gescheut. Beim Inkassobüro gibt man das Heft etwas preisgünstiger aus der Hand, aber die genauen Kenntnisse über den Stand der Dinge auch. Akten werden hin- und hergeschoben, und Resultate lassen auf sich warten. Eigentlich wäre eine interne Abwicklung sehr effizient möglich, aber die Materie ist nicht ganz so geläufig, ein preisgünstiger Ratgeber steht nicht zur Verfügung oder die Terminkontrollen werden zu inkonsequent gehandhabt. Eine neue Internetplattform namens CashYourself.ch deckt die Lücken des internen Inkassos und überbrückt hilfreich die möglichen Tücken auf intelligente, aber einfache Art.

Von KMU gelobt

Kürzlich präsentierte die Anbieterin des neuen Online-Services – die Collecta AG Zug – einigen Unternehmern an einem Seminar CashYourself.ch und die Möglichkeiten mit der neuen Web-Applikation. Die einfache Handhabung und die systematische Fortführung des Inkassos sind dabei auf viel Lob gestossen. So erinnert die Plattform automatisch an einzuhaltende Fristen, bietet alle notwendigen Formulare und Briefvorlagen sowie Nachfolge-Dokumente automatisch ausgefüllt online und zum Ausdrucken, Nota bene in allen drei Landesprachen. Zudem werden alle Fälle sauber archiviert. Per Mausklick lässt sich das Total aller Ausstände und Fortschritte – sprich Zahlungseingänge – sofort generieren.

Ein ausführlicher Ratgeber sowie ein Telefonsupport stehen für knifflige Fälle zur Verfügung. Für vorliegende Verlustscheine wird sogar ein Monitoring angeboten, das hilft, Kunden aufzuspüren, die infolge Erbschaft oder Heirat wieder zu Geld gekommen sind.

Schnell, übersichtlich, effizient

Insgesamt bietet die neue Plattform die Vorteile der internen Lösung und den sofortigen Zugriff auf professionelles Know-how, das direkt praktisch angewendet werden kann. Die Web-Applikation leitet Schritt für Schritt durch das so genannte «Rechtliche Inkasso». Darüber hinaus werden die digitale Archivierung und der Überblick über alle Fälle besonders geschätzt. So will der Finanzchef dann und wann gerne über den aktuellen Stand der Dinge informiert werden. Zur Zeit ist für die Dienstleistung ein Basic-Abonnement für nur Fr. 24.– monatlich im Angebot. Alles in allem ein geringer Preis für eine wirkungsvolle, aber einfache Lösung. Mehr Infos siehe www.cashyourself.ch

Häufige Fehler beim Debitoren-Management:

- Keine oder ungenaue Adressenprüfung
- Bonitäts-Checks bei Auftragseingang werden unterlassen
- Auftragserteilung ohne rechtsgültige Unterschrift
- Keine periodische Bonitätsprüfung von Stammkunden
- Bestellungsänderungen werden nicht dokumentiert
- Unregelmässiges Mahnwesen
- Kein klärendes Kundentelefonat
- Eine Teilzahlungsvereinbarung wird nicht angestrebt bzw. angeboten
- Betreibungsfristen werden nicht eingehalten

G. Borrelli

Weitere Infos und Adresse Seite 30

Anzeigen

Egal ob Redesign oder Erstauftritt:

Sparen Sie Geld und profitieren Sie von unseren WebPackages zum Festpreis und vielen weiteren Vorteilen!

WebPower
Postfach 365
8340 Hinwil

Fon/Fax 044 887 08 88

contact@webpower.ch
www.webpower.ch

WEB POWER
Die Schweizer WebAgentur für KMU

Erfolg ist lernbar!

Business Knigge & Verkaufstraining

Peter Beutler, Trainer & Coach

BEUTLER TRAINING
ERFOLG · REICH · SEIN

BEUTLER TRAINING GmbH
Industriestrasse 11, 8808 Pfäffikon SZ
Telefon 055 420 40 30 / Fax 055 420 40 54
Mail: p.beutler@beutlertraining.ch / www.beutlertraining.ch

www.beutlertraining.ch

Finanzierung für Frächter, Transport-Unternehmen und Speditionen

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

Fast alle Branchen tun sich heute mit Finanzierungen schwer. Ganz besonders die Transport-Branche. Irgendwie ist es tatsächlich nicht verwunderlich, dass der seit 34 Jahren tätige liechtensteinische Finanz-Dienstleister AVV-FACTORING AKTIENGESELLSCHAFT gerade auf Frächter, Transport-Unternehmen und Speditionen spezialisiert ist.

Dieses Finanzierungs-Unternehmen hat sich nun einmal dem KMU verschrieben und seine Finanz-Dienstleistung immer mehr dieser Branche angepasst.
Ein «Transpörtler» hat ganz andere Bedürfnisse als so manch eine andere Branche im KMU-Bereich: Wichtig ist die Qualitäts-Pflege bei der Durchführung der Transporte. Das bedeutet wiederum, dass das Personal, insbesondere die Fahrer, gut und vor allem auch pünktlich bezahlt werden müssen. Wenn dies aus irgendwelchen Gründen nicht gelingt, wandern die besten Fahrer zur Konkurrenz ab. Das darf nicht passieren! Aber genauso müssen etwaige Fahrzeuge, ob auf Kredit gekauft oder geleast, pünktlich bezahlt und vor allem laufend bestens gewartet werden. **Die Kundschaft möchte sehen, dass es diesem Transport-Unternehmen gut geht.**

Eine Lieferung durch verschmutzte Fahrzeuge mit verschmutzten Planen und schlampig gekleideten Fahrern wird der belieferten Kundschaft kaum gefallen und keine gute Werbung für das betreffende Transport-Unternehmen sein. Dazu kommt, dass selbstverständlich die Treibstoff-Rechnungen beim Lieferanten pünktlichst bezahlt werden müssen, einerseits um den Zusatz-Erlös eines Skontos zu erhalten und andererseits ein gutes Image innerhalb der Branche zu behalten.
Manche Transport-Unternehmen können – vorausgesetzt sie verfügen über einen guten Finanz-Dienstleister – auf ihrem Gelände einen grossen Treibstoff-Tank montieren, mit dem sie nicht nur preisgünstig die eigenen Fahrzeuge füllen können, sondern für die Nachbarschaft sogar eine Tankstelle betreiben, was wieder einen Zusatz-Nutzen ergibt.

Das alles kostet natürlich Geld. Und mit einem Finanz-Dienstleister, der die Transport-Branche versteht und deshalb darauf sogar international mit dem Wortlaut **«AVV-Logistik-FACTORING®»** registriert ist, wird der Erfolg auf jeden Fall wesentlich besser gelingen, als mit dem Abwarten bis das grosse «Zufalls-Glück» kommt. Stellen Sie sich eine Zulieferung durch ein Transport-Unternehmen mit stets gesäubertem Wagen und Fahrern, die sich einige Minuten vor dem Kontakt mit dem Kunden in ein gepflegtes Erscheinungs-Bild verwandeln können und zumindest eine saubere Über-Bekleidung anlegen können vor. Wäre das nicht die bessere Werbung als nur das Firmen-Logo, wenn es womöglich nicht einmal gesäubert ist.
Dazu kommt noch, dass sich Transport-Unternehmen, aber auch kleine Frächter, auf bestimmte Nischen-Produkte spezialisieren können, bei welchen die Preis-Gestaltung nicht so leicht vergleichbar ist und vor allem nicht im Vordergrund steht.
Führen Sie einmal mit **AVV-Logistik-FACTORING®** ein unverbindliches Gespräch und Sie werden erstaunt sein, wie ein guter Finanz-Dienstleister, der bestimmte Branchen spezialisiert beherrscht, Empfehlungen weitergeben kann, die nicht Geld kosten, sondern Geld bringen!
Bei Interesse besuchen Sie doch bitte unser Internet-Portal unter www.kmu-factoring.com oder www.avv.li, oder nehmen Sie unverbindlich Kontakt zu unserer Kunden-Beratung unter Telefon +423 265 10 00 oder per Fax +423 265 10 10 auf, oder besuchen Sie uns direkt in unserem Bürohaus in Vaduz, Heiligkreuz 44, direkt an der liechtensteinischen Hauptstrasse.

Walter Forthuber

Weitere Infos und Adresse Seite 30

Anzeigen

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

AVV-Logistik-FACTORING®
(international registriert)
für mittelständische (KMU) Transport- und Speditions-Unternehmen mit verschiedenen Abarbeitungs-Organisationen

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

58

Wann gilt das Konkurrenzverbot?

Monika Lütolf-Geiser

Nebst den fristlosen Entlassungen und den Gratifikationen beschäftigt das Konkurrenzverbot die Gerichte am häufigsten. Dies aus verschiedenen Gründen. Zum einen unterschreiben viele Arbeitnehmer leichthin ein Konkurrenzverbot und realisieren erst beim Stellenwechsel, welche Probleme damit verbunden sein können. Zum anderen hat der Gesetzgeber eine Reihe von Barrieren aufgestellt, um zu verhindern, dass der Arbeitgeber aus einem sachlich nicht begründeten Konkurrenzverbot Kapital schlagen kann. Häufig beschäftigt die Gerichte auch die Frage, ob Konventionalstrafen übersetzt oder angemessen sind.

Viele Konkurrenzverbote haben eine rein abschreckende Wirkung und sollen den Arbeitnehmer davon abhalten, zur Konkurrenz zu wechseln, ohne dass aber die gesetzlichen Voraussetzungen für ein Konkurrenzverbot gegeben wären.

Folgende Voraussetzungen müssen erfüllt sein, damit ein Konkurrenzverbot Gültigkeit hat:

- Der sich verpflichtende Arbeitnehmer muss urteilsfähig und mündig sein;
- Das Konkurrenzverbot ist nur **schriftlich** gültig. Es muss somit mindestens die Unterschrift des sich verpflichtenden Arbeitnehmers aufweisen;
- Es darf nur eine **konkurrenzierende Tätigkeit** verboten werden;
- Dem Arbeitnehmer muss **Einblick in den Kundenreis oder in Fabrikations- oder Geschäftsgeheimnisse** gewährt werden;
- Die Verwendung dieser durch den Einblick in den Kundenkreis oder die Fabrikations- oder Geschäftsgeheimnisse gewonnenen Kenntnisse könnten den **Arbeitgeber erheblich schädigen**;
- Das Konkurrenzverbot darf das **wirtschaftliche Fortkommen des Arbeitnehmers nicht unbillig erschweren**. Das Konkurrenzverbot ist deshalb nach **Ort, Zeit** und **Gegenstand** angemessen zu begrenzen. Das Konkurrenzverbot darf örtlich nicht weitergehen als die intensiven Geschäftsbeziehungen des alten Arbeitgebers gingen. Zeitlich darf das Konkurrenzverbot grundsätzlich auf maximal drei Jahre beschränkt werden. Die verbotene Tätigkeit muss umschrieben sein (Begrenzung nach Gegenstand).

Das Konkurrenzverbot fällt weg:

- wenn der Arbeitgeber nachweislich kein erhebliches Interesse mehr an der Aufrechterhaltung hat;
- wenn der Arbeitgeber das Arbeitsverhältnis kündigt, ohne dass ihm der Arbeitnehmer dazu einen begründeten Anlass gegeben hat;
- wenn der Arbeitnehmer das Arbeitsverhältnis aus einem begründeten, durch den Arbeitgeber zu verantwortenden Anlass aufgelöst hat.

Mit der Herabsetzung von Konventionalstrafen, die die Einhaltung von Konkurrenzverboten absichern sollten, haben sich die Gerichte besonders häufig zu befassen. In diesen Fällen gingen die Gerichte zwar von der gültigen Vereinbarung und der Verletzung des Konkurrenzverbotes aus, mussten aber u.a. aufgrund der persönlichen Lage des Arbeitnehmers beurteilen, ob die Höhe der vereinbarten Konventionalstrafe angemessen ist. Es gibt in diesem Zusammenhang einige Urteile, in denen die Gerichte massiv den Rotstift ansetzten. Beispielsweise wurde eine Konventionalstrafe von CHF 300'000.00 auf CHF 5'000.00 und eine solche von CHF 82'000.00 auf CHF 4'000.00 reduziert.
Diese kurze Zusammenfassung zeigt, dass viele Konkurrenzverbote einer gerichtlichen Beurteilung nicht standhalten würden. Oft kommt es jedoch gar nicht zu einer Beurteilung, weil sich der Arbeitnehmer durch das Konkurrenzverbot abschrecken lässt. In einem solchen Fall hat das Verbot seinen Zweck auch erfüllt.

Monika Lütolf-Geiser

Weitere Infos und Adresse Seite 30

Anzeigen

Neu in der Schweiz**!**

Die topmodischen und hochwertigen CD-Jeans
Für die preisbewussten Damen und Herren
Damenjeans Fr. 48.—Herrenjeans Fr. 72.-- 30 % WIR

Bührerberatungen www.buehrers.com
www.cd-jeans.com/buehrers

Wir suchen Geschäftspartner!
Rufen Sie uns an**:** 044 954 0**7 11**

ERFOLGreich
inserieren
041 740 42 25

Internes Kontrollsystem (IKS)

So richten Sie Ihr IKS nachhaltig und effizient aus!

WEKA Praxis-Seminare

zh aw School of Management and Law

WEKA

Nachhaltige Einbindung des IKS in die Prozesse und Betriebsabläufe

Ein Internes Kontrollsystem erfolgreich zu implementieren war für die Führungsverantwortlichen vieler Unternehmungen bereits im Geschäftsjahr 2008 eine Herausforderung. Nun gilt es, **die Schnittstellen zum Risikomanagement** und Prozessmanagement erfolgreich zu integrieren.

Ebenso wichtig ist aber auch, effiziente Kontrollen durch **stärkere Automatisierung** aufzubauen sowie ein nachhaltiges Internes Kontrollsystem zu entwickeln, welches jederzeit **verlässliche Finanzinformationen** Ihres Unternehmens garantiert.

Ihr garantierter Sofort-Nutzen:

- Sie kennen die Anforderungen und den Nutzen Interner Kontrollsysteme.
- Sie sind in der Lage, Bedarf für Kontrollen auf unterschiedlichen Ebenen zu erkennen und zu bewerten.
- Sie können relevante Kontrollrisiken und Schnittstellenprobleme identifizieren und analysieren sowie zugehörige Kontrollen revisionsgerecht dokumentieren.
- Sie kennen Best Practices der Organisation interner Kontrollen und verstehen die Wirkungszusammenhänge mit benachbarten Bereichen zu managen.
- Sie lernen Tools zur praxisnahen und effizienten Umsetzung und Organisation interner Kontrolle kennen.

Seminar-Schwerpunkte
Internes Kontrollsystem (IKS)

Donnerstag, 27. August 2009
Donnerstag, 10. Dezember 2009

Inhalt Seminarleitung: Prof. Dr. Thomas Rautenstrauch

IKS umsetzen
Internes Kontrollsystem umsetzen:
Anforderungen, Schnittstellen und Dokumentation

Risiken identifizieren
Risikoidentifikation und Erstellung einer Risiko-Kontroll-Matrix

Risiken bewerten
Bewertung der Kontrollrisiken und vorhandener Schnittstellen zu angrenzenden Bereichen

IKS-Integration im Betrieb
Störungsfreie Integration von internen Kontrolle in die Betriebsabläufe

Prozessorganisation
Effektive Organisation der Prozesse und zugehöriger präventiver Massnahmen

IKS-Dokumentation
Wege zur revisionskonformen IKS-Dokumentation

Ort
Zentrum fur Weiterbildung
der Universität Zurich
Schaffhauserstrasse 228
8057 Zurich

Datum
- Donnerstag, 27. August 2009
- Donnerstag, 10. Dezember 2009

jeweils von 09.00–16.30 Uhr

Preis pro Seminar
CHF 890.– (exkl. MWST) inklusive:
- Mittagessen
- Getränke
- Pausenverpflegung
- Seminarunterlagen
- Zertifikat

Sie treffen auf dieser Veranstaltung
IKS-Verantwortliche, Leiter und Mitarbeitende Rechnungswesen, Controller, Geschäftsfuhrer, GL, VR und Treuhänder

Teilnehmerzahl
max. 28 Personen

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

www.praxisseminare.ch
www.weka-finanzen.ch

Seite 4/5/7
Schweizerischer KMU Verband SKV
Eschenring 13
6300 Zug
info@kmuverband.ch

Seite 8
KMU Mehrwertpartner AG
Bösch 104
6331 Hünenberg
info@sparcard.ch
www.sparcard.ch

Seite 10
Creditreform Luzern Vogel AG
Bonitätsauskünfte u. Inkasso
Seeburgstrasse 20, 6000 Luzern 15
www.creditreform.ch

Seite 11
Marketagent.com Schweiz AG
Seefeldstrasse 281
8008 Zürich
www.marketagent.com

Seite 12
Digicomp Academy AG
Limmatstrasse 50
8005 Zürich
www.digicomp.ch

Seite 14
MEWA Service AG,
4852 Rothrist,
www.mewa.ch

Seite 15
Eventgroup GmbH
Bachstrasse 45
8912 Obfelden
www.eventgroup.ch

Seite 16
leemann marketing kommunikation
Sennhüttenstr. 7
8912 Obfelden
www.leemann-markom.ch

Seite 17/21
KommunikationsWerkstatt GmbH
Büro Luzern: Blumenweg 8, 6003 Luzern
Büro Sarnen: Postfach 60, 6063 Stalden

Seite 18
www.lovelyevents.ch
kerstin.walser@lovelyevents.ch,
tobias.lang@lovelyevents.ch

Seite 19
Mrs.Sporty GmbH
Helmholtzstraße 2-9
GSG Hof/Haus3
10587 Berlin, Germany
www.mrssporty.de

Seite 20
mvm unternehmensberatung
Roland M. Rupp
Eschenring 13
6300 Zug

Seite 21
Cornelia Aschmann Kommunikation
Bachtobelstrasse 53, 8045 Zürich
willkommen@aschmann.com
www.aschmann.com

seite 22/23
Predi Vukovic-Häfliger
Verkaufsleitung
Schweizerischer KMU Verband
Bösch 104
CH-6331 Hünenberg
Predi.vukovic@kmuverband.ch

Seite 26
Collecta AG
Postfach, Baarerstr. 141
6301 Zug
www.collecta.ch

Seite 27
AVV-FACTORING®,
KMU-FACTORING® und AVV-Praxis-FACTORING®
LI-9490 Vaduz, Heiligkreuz 44
www.avv.li

Seite 28
Kanzlei Luzernerstrasse Kriens
Luzernerstrasse 51a
6010 Kriens
www.anwaelte-kriens.ch
www.fachanwalt-erbrecht.ch

KLEININSERATE

Zur Gründung einer **Schweizer Gewerbe-Bank** suchen wir weitere Aktionäre die sich mit mind. CHF 15'000.00 beteiligen.
Die Tätigkeiten der Bank sind ausschliesslich auf das KMU Gewerbe ausgerichtet.
Weitere Informationen erhalten Sie bei
J. Fausch, 081 253 08 60

ADOROJEANS
Designer Jeans für Damen, Herren und Kinder ab Fr 49.00
Otilia Hochstrasser, 044 536 10 04

Webkredit.ch GmbH
Jetzt oder Nie. Mit webkredit.ch werden Ihre Träume ganz schnell wahr.Gerne beraten wir Sie persönlich,jederzeit per Telefon 0840 40 00 40 oder unter www.webkredit.ch
Ilic Dejan, 0840 40 00 40

Coiffure city hair GmbH
Lassen Sie sich verwöhnen bei einem neuen Haarschnitt. bei uns erhalten Sie Kaffe, Tee, Mineralwasser und Kopfmassage inkl.
Coiffure city hair, Knonauertrasse 2
63320 Cham
Tel. 041 781 33 22, www.cityhair.org

Lilienberg Unternehmerforum
Unternehmerforum
Tagungszentrum
Networking Plattform
Sandra Stierberger
071 663 2614

Wir suchen Sie!
Für die Verstärkung unseres Teams suchen wir

Inserateverkäufer

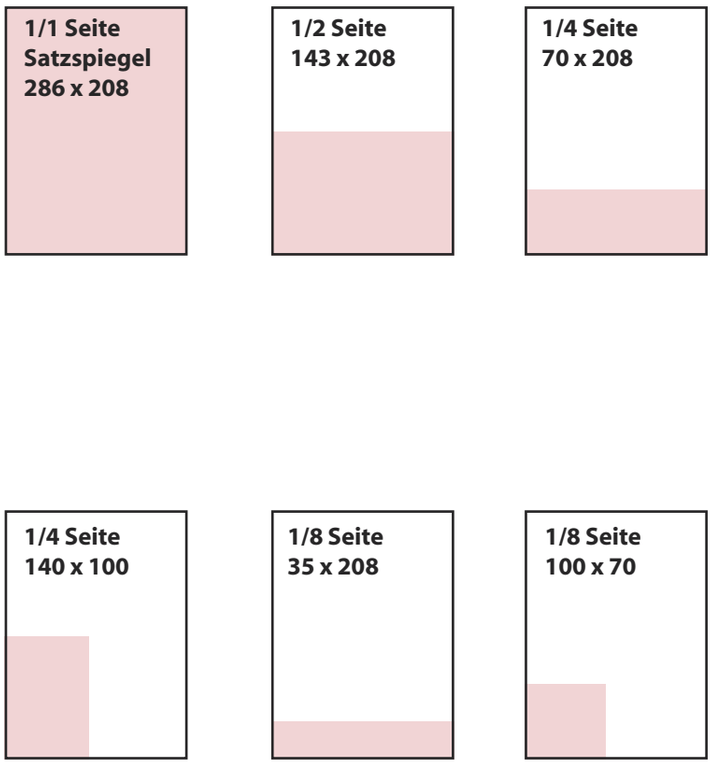
welche Werbepartner für die Zeitung «Erfolg» akquirieren und abschlussstark sind. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, auch Werbepartner für unsere anderen Plattformen (von www.netzwerk-appenzell.ch bis www.netzwerk-zug.ch) sowie Werbemedien (InfoBlock, TischSets, Events) zu akquirieren oder Kombiangebote zu lancieren.

Wir können Werbepartnern eine umfassende Präsenz
- Im Internet
- In der Zeitung
- Im Internet TV
- Bei BusinessEvents
- In den eNewslettern

bieten und so eine einzigartige Werbepräsenz bei Unternehmern anbieten.
Schicken Sie uns Ihre Unterlagen per Mail an verlag@netzwerk-verlag.ch

Neues Logo? Oder Redesign? Prospekt?
Was immer Sie gestalten wollen, wo immer Sie ein Layout brauchen... Das **Grafik7-Team** ist kompetent an Ihrer Seite.
Grafik7, Eschenstrasse 3, 6312 Steinhausen
041 740 20 70, info@grafik7.ch, www.grafik7.ch
Wir sind 7Tage in der Woche für Sie da.

Inserieren und *ERFOLG*
haben *041 740 42 25*
www.netzwerk-verlag.ch



Seite	Kosten	Anzahl	Mögliche Grössen
Titelseite:	360.–	2x	100 x 70
Seite 2:	1700.–	1x	204 x 218
	600.–	1x	204 x 70
Seite 3–30:	300.–	24x	100 x 70
Seite 31:	1700.–	1x	204 x 218
	600.–	1x	204 x 70
Seite 32:	2300.–	1x	204 x 288

Abschlussrabatte: 10% bei Jahresabschluss
Alle Preise exkl. MwSt.

Grösse	Satzspiegel	Kosten
1/1 Seite	208 x 286 mm	2100.–
1/2 Seite hoch	104 x 286 mm	1080.–
1/4 Seite quer	208 x 70 mm	540.–
1/4 Seite hoch	100 x 140 mm	540.–
1/8 Seite quer	208 x 35 mm	300.–
1/8 Seite hoch	100 x 70 mm	300.–

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

9 x im Jahr den *ERFOLG* im Briefkasten

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

Ja, ich bestelle das Jahres-Abonnement zum Preis von nur CHF 36.– (inkl. MwSt.)

Firma _____

Name _____

Vorname _____

Adresse _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

E-Mail _____

Datum/Unterschrift _____

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

tip – der beste Partner wenn es um Ihren Marktauftritt geht

Die Tip Kommunikations GmbH wurde im Jahr 2007 gegründet, mit der Vision, Displays in hoher Qualität und zu guten Preisen zu liefern.

TIP | BANNER

Nach nunmehr 2 Jahren Marktpräsenz wurde viel mehr aus dieser anfänglichen Vision. Durch den enormen Einsatz und die ständige Weiterentwicklung der Mitarbeiter und ein rundum sehr gut funktionierendes Team, wurde aus der «kleinen» Tip Kommunikations GmbH ein renommiertes Unternehmen, das individuelle Lösungen fur individuelle Kunden anbietet und das zu sensationellen Preisen.

In kürzester Zeit hat die Tip Schweiz mit renommierten Partnern Tochterunternehmen in Frankreich, Deutschland und Österreich gegründet.

Gerne geht die Tip auch neue Formen und Wege fü die Umsetzung der kundeneigenen Werbeideen, mögen diese auch noch so speziell sein. So findet man bei der Tip Kommunikations GmbH nicht nur Markenprodukte, sondern auch bewährte Produkte fur das kleine Budget.

Erfolgsfaktoren der Tip

Zudem garantiert die Tip ihren Kunden eine 24 monatige Gewährleistung auf alle Produkte und die Sicherheit, dass auch bei Grossbestellungen, die Werbekampagne termingerecht starten kann!

Sich in einer schnelllebigen, «verrückten» Branche einen Namen zu machen, funktioniert nur mit:

100% Seriosität,
100% Zuverlässigkeit
100% Kundenbetreuung.

Diese drei Schlagworte sind in der Philosophie der Tip Kommunikations GmbH fest verankert.

Erfolgreich am POS

Konsumenten treffen bis zu 70% Ihrer Entscheidungen am POS. Deshalb setzt die Tip Ihr Produkt genau dort in Szene – mit grosser Signalwirkung und übereugender Markenbotschaft.

TIP | FLY

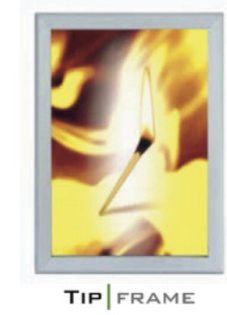
Ob Theke, Rolldisplay, Bodensteller oder ein anderes ausgeklügeltes Display, die Tip führt die richtigen Systeme für Ihre Werbestrategie!

Full-Service-Konzept

Die Tip bietet eine umfassende Leistung auf hohem Niveau. Mit dem innovativen Full-Service- Konzept erhält der Kunde eine einmalige rundum Betreuung.

Diese rundum Betreuung beinhaltet:

- Beratung und Präsentation bei Ihnen vor Ort
- Digitale Drucke in allen Grössen und auf fast allen Materialien
- Präzise Konfektionen
- Vielfältige Displays
- Massgeschneiderte Rahmendisplays
- Ideenerarbeitung und Umsetzung
- Grafische Gestaltung
- uvm.



TIP | FRAME

Unser Tipp für Ihre Werbung:

tip KOMMUNIKATIONS GMBH

Christian Nitz – Verkaufsleiter

Tip Kommunikations GmbH
Zollstrasse 3,
CH-9434 Au
Tel.: +41 (0)79 6364399
christian.nitz@tipkom.ch
www.tipkom.ch