ERFOLG

Offizielles Organ des Schweizerischen KMU Verbandes

Die starke Zeitung für Selbstständige, Unternehmer und Existenzgründer

Nummer 6 • Juli 2011 • 5. Jahrgang • [illegible] 90 • www.netzwerk-verlag.ch • AZB 6300 Zug

Spezialbeilage Gastro & Erlebnis

Schweizerischer KMU Verband
SKV KMU Golf Trophy 4
Meravigliosa vista 8
Unternehmertreffen 12–15
Ihre persönliche SuisseID 16

Spitzenruf Kolumne
In 10 Schritten zum Profi 5

Politik
Quellensteuer-Harmonisierung 9
Rettet unser Schweizer Gold 10
«Neue Energiepolitik» 11

Versicherung
Pensionskassenguthaben 22

Rechtsberatung
Internet am Arbeitsplatz 23
Konkubinat/Grundstückerwerb 24

Informatik
Das Testen von Software 35
Vorhersagen sind schwierig 36
In den Wolken 38
Das papierarme Büro 39

Aus- und Weiterbildung
Liste der Partner 48
School of Management 49
Schw. Normen-Vereinigung 50

Leserbriefe 53

Sind Sie KLuG versichert?

Klein, stark und fein.
www.klug.ch

KLuG KRANKENVERSICHERUNG

Spürbar mehr Lebensqualität:

Für einen unvergleichlich erholsamen Schlaf.

AIRLUX®
SWISS MADE
Bettet Sie auf Luft

AIRLUX® Erfolgsgarantie
Das bietet kein anderes Schlafsystem! Alle unsere Produkte kaufen Sie ohne Risiko mit 30 Tagen Rückgaberecht und Geld-zurück-Garantie.

Schlafen Sie auf Luft und geniessen Sie ein völlig neues Lebensgefühl.

Die AIRLUX® Obermatratze bietet eine perfekte Entlastung von Rücken und Bandscheiben. Reine Luft – eingefangen in einem Luftkern – lässt Ihren Körper schweben. **Sie erwachen entspannt und leistungsfähig.**

Die AIRLUX® Obermatratze ist aus natur- und umweltfreundlichen Materialien hergestellt und bleibt jahrelang wie neu. Ihre Vorteile:

- **Festigkeit stufenlos einstellbar**
- **ohne Strom und Motor**
- **10 Jahre Garantie**

Unsere Kunden meinen:

Seit ich im AIRLUX-Bett liege, habe ich keine Gelenk- und Rückenschmerzen mehr. Das beste Bett der Welt! ***Marcel Müller, Fällanden***

Seit wir ein AIRLUX-Bett besitzen, haben wir beinahe keine Rückenprobleme mehr. Wir waren so begeistert, dass wir kurze Zeit später sogar für unsere Kinder solche Matratzen gekauft haben. Wir können das Produkt AIRLUX jederzeit bestens empfehlen.
Franz und Cäcilia Aregger-Süess, Wolhusen

Wann ist ein Bett gut? Wenn man am schönsten Strand liegt, irgendwo auf der Welt, und von seinem AIRLUX-Bett zu Hause träumt. Genau so erging es mir in meinem letzten Urlaub! Tatsächlich kenne ich, seit ich auf AIRLUX schlafe, das Gefühl «zu Hause ist, wo mein Bett ist». Erklären kann ich es nicht, ausprobieren empfehle ich! ***Caroline Wüest, Dietwil***

Die RehaClinic Zurzach setzt auf AIRLUX

Die Klinik, die tagtäglich mit den individuellen Bedürfnissen ihrer Patienten lebt und die Heilung von Beschwerden im Fokus hat, setzt damit ein klares Zeichen: Gesunder Schlaf als tragende Säule in der Rehabilitation. Der Nutzen des AIRLUX Luftschlafsystems ist erwiesenermassen gross.

Die Erfolge im Zusammenhang mit der Linderung chronischer Schmerzen und Krankheiten schlagen immer deutlicher zu Buche. In Auftrag gegebene Studien sowie regelmässige Feedbacks von sehr zufriedenen AIRLUX-Schläfern belegen auf eindrückliche Weise, dass die Reha Clinic Zurzach optimal entschieden hat.

Das «AIRLUX Land of Sleeping» in Ihrer Nähe:

Bülach, Schützenmattstrasse 30 • **Basel,** Dufourstrasse 9 • **Bern,** Gerechtigkeitsgasse 55 • **Vevey,** Rue du Torrent 6

Telefon 043 500 02 00 oder www.airlux.ch

Editorial

Geschätzte Leserinnen und Leser

Eine Mehrheit im Bundesrat hat den Ausstieg aus der Kernenergie beschlossen. Und prompt gehen die Wogen in der Politik hoch. Tant de bruit pour une omelette! Lehnen wir uns zurück und schauen, um was es überhaupt geht. Die Politiker klopfen sich auf die Schultern und gratulieren sich zum mutigen Schritt. Ist der Schritt wirklich so mutig? Die Schweizerische Energiestiftung rechnet damit, dass das vorhandene Uran, das für die Kernspaltung benötigt wird, noch etwa 65 Jahre, dass heisst bis zum Jahr 2075 reicht. Ob diese Zahl stimmt, weiss ich nicht. Auch wenn das Uran bis 2100 reichen sollte, versteht es sich von selbst, dass das Uran als knappes Gut sich in den kommenden Jahrzehnten verteuern wird. Wenn die Schweiz 20 oder 40 Jahre vor dem Ende der Verfügbarkeit von Uran aus der Produktion von Atomstrom aussteigt, ist das nicht sonderlich mutig, sondern das Unausweichliche tritt bloss für unser Land etwas frührer ein. Was uns kleinere und mittlere Unternehmer viel mehr interessieren muss, was der Ausstieg kosten wird und wer die Kosten zu tragen hat.

Lernen wir aus der Vergangenheit: Das erste Autobahnteilstück Genf-Lausanne wurde 1963 dem Verkehr übergeben und von allen Seiten als positiver Meilenstein in der Entwicklung belobigt. 1985 gab die Deutsche Bundespost die «Rettet-den-Wald»-Marke heraus; der Schuldige am seither ewigen Waldsterben war mit dem Individualverkehr rasch gefunden. Von da an wurde der Autoverkehr systematisch mit Schwellen, Spurverengungen, Rückbau von Strassen, Aufhebung von Parkplätzen, 20er-Zonen, Verkehrsabgaben, Autobahnvignetten, Treibstoffzuschlägen und vielen weiteren Massnahmen ausgebremst. Die einzige Verkehrsförderung geniessen Richter und Chefbeamte: beim Obergericht stehen den Oberrichtern Parkplätze zur Verfügung oder die Bundesverwaltung verfügt über eigene Parkhäuser für ihre Chefbeamten; nur wird dort nicht zu üblichen Marktpreisen parkiert. Alle diese Beamten oder öffentlichrechtlichen Angestellten könnten auch mit dem öffentlichen Verkehr zur Arbeit gehen. Ein Sanitär, ein Schreiner, ein Metzger und viele andere Kleinunternehmer haben diese Wahl nicht, weil sie bei ihrer Arbeit auf das Auto angewiesen sind. Und es sind die Gewerbetreibenden, die unter den Verkehrsschikanen am meisten zu leiden haben. Und weil diese Verkehrsbehinderungsmassnahmen Dienstleistungen und Produkte verteuern, haben die Konsumentinnen mit höheren Preisen zu rechnen; das Familienbudget wird geschmälert.

Es ist absehbar, dass sich das mit der neuen, auf dem Ausstieg aus der Atomenergie beruhenden Energiepolitik wiederholen wird. Im Bericht «Grundlagen für die Energiestrategie des Bundesrates; Frühjahr 2011» vom Bundesamt für Energie steht zu lesen: «Um die Szenarioziele zu erreichen, sind in der Schweiz – im Einklang mit der internationalen Energiepolitik – Instrumente mit hoher Eingriffstiefe nötig, die insgesamt etwa einer Verdoppelung der Endverbraucherpreise der Energie entsprechen. Zentrales Instrument in den energiewirtschaftlichen Modellen ist eine vollständig an Bevölkerung und Unternehmen rückverteilte Energielenkungsabgabe ab 2011, die – wo sinnvoll – durch Ordnungsrecht und Förderinstrumente flankiert wird. Um das Ziel der «Neuen Energiepolitik» (2000-Watt-Pfad) zu erreichen, müssten beispielsweise die Heizölpreise im Jahre 2050 bei rund 163 Rappen pro l liegen verglichen mit 68,9 Rappen pro l im Jahre 2009 (zu Preisen von 2009, also inflationsbereinigt). Der Erdgaspreis müsste für Haushalte von 9,8 Rappen pro kWh im 2009 auf 23,8 Rappen pro kWh im Jahre 2050 ansteigen. Der Strompreis für Haushalte erhöht sich von 17,8 Rappen pro kWh im Jahre 2009 auf 46,7 Rappen pro kWh im Jahre 2050. Der Benzinpreis hat im Jahre 2009 im Durchschnitt 151 Rappen pro l betragen, im Jahre 2050 liegt er bei 400 Rappen pro l (Bericht Z-3.1.). Die Preise für Heizöl, Erdgas, Strom und Benzin sollen sich mit steuerlichen Massnahmen verdoppeln oder verdreifachen. Und wen trifft es? Blöde Frage: wieder die KMU, wieder die Konsumenten und wieder die Familien. Und wer bezahlt die bei der öffentlichen Verwaltung anfallenden höheren Energiepreise? Blöde Frage: wieder die KMU, wieder die Konsumenten und wieder die Familien durch höhere Gebühren und höhere Steuern. Der Schweizerische KMU Verband ist nicht bereit eine solche Entwicklung tatenlos hinzunehmen. Wenn die Verwaltung Energie sparen will, so soll sie das – zu allererst bei sich selber. Wir müssen in den kommenden Jahren Instrumente entwickeln, die sicherstellen, dass die Verwaltung vorangeht. Es ist so wie frührer im Militär: der Chef macht es vor und die Milizbürger machen es nach. Wie das in der Energiepolitik umgesetzt werden kann, zeigt der Beitrag von Dr. Manfred Küng auf. Wir brauchen solche Leute in Bundesbern.

Es grüsst Sie freundlich *Roland M. Rupp*

Leiter der Geschäftsstelle SKV
verlag@netzwerk-verlag.ch

Inhaltsverzeichnis

Schweizerischer KMU Verband 4/6/8/16–17
Spitzenruf Kolumne 5
Politik 9–11
Unternehmertreffen 12–15
Riskmanagement 18
Finanzierung 20
Factoring 21
Versicherung 22
Rechtsberatung 23–24
SuisseEMEX´2011 25–31
Marketing 32–34
Informatik 35–39
Sanierung 40
Sicherheit 42–43
Mehrwertpartner-Programm 44–45
Franchising 46
Management 47
Aus- und Weiterbildung 48–50/54
Entertainment 51
Buchtipp 52
Leserbriefe 53
Veranstaltungskalender/Impressum 55

Passwort für die Ausgabe 6: erlebnis
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)

SKV KMU Golf Trophy

JETZT ANMELDEN!

Preise
Kategorie 1: 1. bis 3. Preis netto
Kategorie 2: 1. bis 3. Preis netto

Spezialpreise
1. Rang der Bruttowertung
Nearest to the bottle

Kosten
Green Fee Gäste gemäss Golfclub
Match Fee Fr. 35.–

Sponsoren der SKV Golftrophy

THE GOLF BUTLER
AUTO KAISER ZUG
RAMADA TREFF HOTELS
Day Spa LUZERN
Emotionscan
VILLA CONTEA
Mombaruzzo/Alba • Italien
www.villa-contea.com
STRÜBY
Mauler MAISON FONDÉE EN 1829
iba c'est sympa
CHÂTEAU ANDRÉ ZILTENER
golfart

Medienpartner

Golf LEADER
Das Magazin rund um den Golfsport

ANMELDEN

Turnierdaten
Mittwoch 3.8.2011 im Golfpark Holzhäusern
Montag 3.10.2011 im Golfpark Oberkirch

Turnierausschreibung
Für alle Golfbegeisterten (Damen und Herren) führen wir in Einzelwertung die SKV KMU Trophy 2011 durch. Am Loch 9 können Sie sich mit Sandwiches, Früchten, Riegeln und Getränken zwischenverpflegen. Die Rang- und Preisverkündigung findet im Rahmen eines gemütlichen Apéros statt. Es erwarten Sie tolle **Preise im Wert von ca. CHF 3000.–**. Turniermeldung bei moreforscore, swissgolfnetwork.ch, kmuverband.ch und direkt im Club.

Spielberechtigung
Spielberechtigt sind alle Golfspielenden mit dem Mindestalter von 18 Jahren und einem Handicap ab Platzreife gemäss der Zulassung des Golfclubs.

Spielart und Kategorien
Gespielt wird nach der Spielform **Einzel Stableford**, Hcp wirksam, über 18 Löcher in 2 Kategorien. Der Cut erfolgt in Absprache mit dem gastgebenden Golfclub entsprechend der Teilnehmerzahl und dem Durchschnittshandicap.

moreforscore.com
GOLF PARK MIGROS
SWISS GOLF SPORTS INSTITUTE
SKV

Anzeigen

Medienpräsenz: In 10 Schritten zum Profi

Ihr Produkt ist toll, aber dennoch ist es auf dem Markt so gut wie unbekannt? Dann ist es Zeit, dass Sie Ihr Produkt bestmöglich platzieren. Und zwar nicht auf irgendwelchen teuren Werbeflächen in der Tagespresse oder in Fachmagazinen. Wer beim Leser auffallen und nicht durchfallen will, der nutzt die Gunst der Journalisten und Redaktoren für sich und sein Produkt – mit einer Platzierung im redaktionellen Teil der Zeitung oder der Zeitschrift. Doch wie kommen Sie da rein?

In der Juni Ausgabe des Erfolg-Magazins wurde ein Hauptaugenmerk auf den inhaltlichen Aspekt Ihres Produktes gelegt. Erstens: Erzählt es eine Geschichte? Eine die interessiert? Zweitens: Ist es relevant für das Medium, das ich angehe sowie für die Leser des Mediums? Und drittens: ist die Geschichte kurz, knapp und vor allem wahr geschrieben? Diese drei Punkte sind die Grundlage für einen erfolgreich publizierten Bericht. Doch was ist, wenn der Journalist Ihren Bericht just eine Stunde nach Redaktionsschluss bekommt? Oder was passiert, wenn Sie Ihren Bericht an die Person schicken, welche für die Horoskope zuständig ist?

Um Fälle wie diese zu vermeiden, müssen Sie das Interesse der Journalisten für sich und das Produkt gewinnen. Befolgen Sie dazu die folgenden 10 Schritte:

1. Klären Sie ab – am besten telefonisch – wer bei den für Ihre Zielgruppe wichtigsten Medien in der Redaktion für «Ihr» Dossier zuständig ist.

2. Recherchieren Sie online oder telefonisch, wann diese Tages- und Wochenzeitungen sowie die Fachzeitschriften einen Themenschwerpunkt setzen, der für Ihre Zielgruppe relevant und interessant ist.

3. Klären Sie ab, wer für diese so genannten «Specials» redaktionell verantwortlich ist.

4. Nehmen Sie mit dieser Person Kontakt auf. Zuerst telefonisch, wenn verlangt, dann per E-Mail.

5. Wichtig ist nicht das, was Sie dem Journalisten liefern können. Entscheidend ist das, was der Journalist seinen Lesern bietet. Gehen Sie also auf die Bedürfnisse Ihres Gegenübers ein.

6. Fragen Sie, welches die Themen sind, die der Journalist behandelt. Passt es auf Ihr Produkt? Wenn nicht, gibt es eine andere Möglichkeit, wie Sie dem Journalisten Informationen liefern können?

7. Richten Sie Ihr Anliegen – Sie wollen redaktionell ins Blatt – an den Journalisten. Höflich.

8. Erzählen Sie von Ihrem Produkt: Was macht es einzigartig? Wieso soll genau Ihr Produkt in das Blatt reingenommen werden?

9. Sorgen Sie dafür, dass der Journalist die Informationen erhält, die er für die Berichterstattung braucht. Bieten Sie Interviews an. Bildmaterial ist zwingend.

10. Wenn die Berichterstattung im redaktionellen Teil geklappt hat – bedanken Sie sich. Das kostet nichts, bleibt aber positiv in Erinnerung. Und Erinnerung ist im Medienbusiness wichtig, wenn Sie wieder einmal anklopfen…

Ist es Ihnen möglich, alle diese Punkte bei Ihrem nächsten Bericht zu beachten, dann stehen Ihre Chancen gut, ja sogar sehr gut, dass Ihr Bericht publiziert wird. Damit spielen Sie nicht mehr in der Amateurliga, was die Medienpräsenz betrifft, nein, damit sind Sie zum Profi geworden.

Auf Ihren Spitzenruf! www.spitzenruf.ch

Steven Loepfe

Steven Loepfe startete seine Karriere im Gymnasium als Radiopirat, finanzierte sein Studium als Konzert- und Event-Organisator und leitet heute das 1996 gegründete Strategie- und Kommunikations- und Trainingsunternehmen Loepfe Reputation, Zug. Er ist Reputations-Spezialist, -Trainer und Autor. Zu seinen Kunden zählen Unternehmen wie Bayer, Credit Suisse, DHL, Emmi, Ikea, Novartis, Roche und Ypsomed. Sein Reputations-Blog «Spitzenruf.ch» zählt zu den meistgelesenen Blogs zum Thema Reputation im deutschsprachigen Raum.

Loepfe Reputation
Alpenstrasse 16
6301 Zug
041 720 33 22

Anzeigen

Weniger Kosten - mehr Effizienz!

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

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

TalkTalk

www.talktalk.ch

SKV Seminare

Urs Bürge *Jörg Schuler*

Einen netten Abend oder neue Kontakte generieren oder doch Weiterbildung?

Wir meinen, alle 3 haben ihren Platz an den KMU Abend-Referaten.

Viele leitende Mitarbeiter finden nebst dem Daily Business keine Zeit für lange Kursbesuche oder möchten abends nicht noch für Stunden sich in neue Bereiche einlesen. Im Geschäftsumfeld stossen wir immer wieder mal auf neue Technologien, auf Trends oder einfach auf Themen die nicht zu unserem Kerngeschäft gehören, dieses aber beeinflussen oder sogar verändern. Die hier vorgestellten Referate kommen genau dem entgegen. Lassen Sie sich von erfahrenen Fachreferenten informieren und vor allem inspirieren mit konkreten Beispielen aus der Praxis. Der Zeitbedarf dafür ist klein und der Nutzen gross. Die Referate finden dazu noch an Randzeiten, an gut erreichbaren Standorten statt. Am Schluss der Referate gibt es einen Apéro wo das Networking nicht zu kurz kommt.
Melden Sie sich jetzt an und sichern Ihnen rechtzeitig einen der raren Plätze.

Mit Social Media zur Kauf-Entscheidung
Wir zeigen Ihnen den Umgang mit Social Media und wie Sie Suchmaschinen, Xing, Facebook, Twitter etc. für Ihr Unternehmen gewinnbringend einsetzen können.

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

Mehr Sicherheit mit systematischer Liquiditäts Planung
Durch systematische Liquiditäts Planung die Zahlen im Griff = mehr Sicherheit gut schlafen zu können. Geldzufluss, Geldhaltung, Geldanlage. Welche Gewichtung haben die Faktoren.

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

Informationen und Anmeldung für alle Seminare können bequem über www.kmuverband.ch gemacht werden.

Beitragshöhe für Referate
Die Kosten pro Seminar betragen Fr. 85.– für Mitglieder des Schweizerischen KMU Verbandes und Fr. 110.– für Nicht-Mitglieder.

SKV Seminardaten

September	8.9.2011	Winterthur Hotel Rämertor	Social Medias Erfolgreiche Mitarbeiter
	29.9.2011	Pratteln, Restaurant Engel	Neue Kunden – Wie finden wie Binden Liquiditätsplanung vs. Preisstrategie
Oktober	20.10.2011	Zentralschweiz, Gisikon Hotel Tell	Social Medias Erfolgreiche Mitarbeiter
November	17.11.2011	Geroldswil, Hostellerie Geroldswil	Neue Kunden – Wie finden wie Binden Liquiditätsplanung vs. Preisstrategie

Anzeigen

HOT DEAL im RAMADA Hotel La Palma Locarno

Wir haben uns etwas Cooles zu einem heißen Preis für Sie überlegt …

3 Tage Lago Maggiore pur mit 30 % Rabatt
gültig vom 01.07. – 03.08.2011, ausser 08. – 16.07.2011 und 23.07.2011

- **3 Übernachtungen im Seeblickzimmer inkl. Frühstück**
- **4-Gang-Abendessen**
- **Willkommensprosecco**
- **«Holiday Card» für die unbeschränkte Linienschifffahrt auf dem gesamten Seebecken des Lago Maggiore**
- **1 Guest Card für Locarno & Ascona**

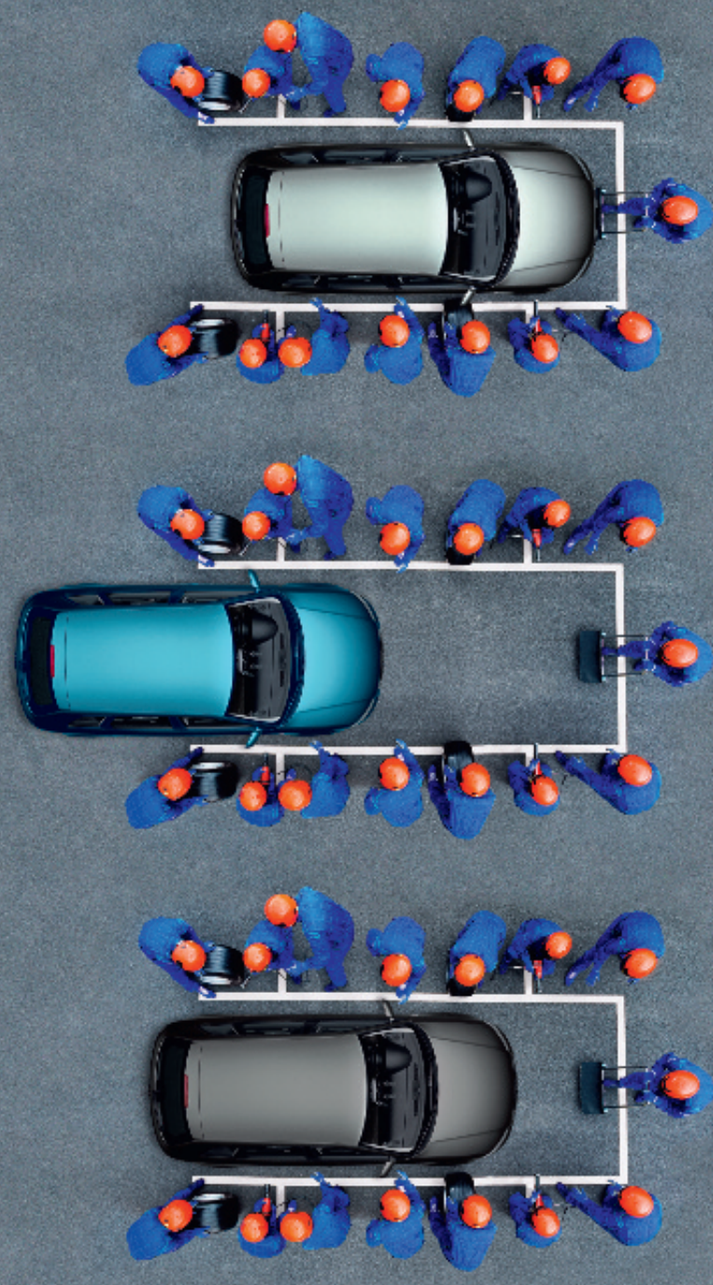
CHF 480.00 pro Person/Arrangement
exkl. Taxe von CHF 4.70 pro Person/Nacht

RAMADA
LA PALMA AU LAC LOCARNO

RAMADA Hotel
La Palma au Lac Locarno****
Viale Verbano 29
6602 Locarno-Muralto, Schweiz
Tel.: +41 (0)91 735 36 36
Fax: +41 (0)91 735 36 16
E-Mail: palma@ramada-treff.ch

www.ramada-treff.ch/palma

50 % Preisvorteil bei 100 % Service.



Wenn es um Ihren Service geht, machen wir keine halben Sachen – ausser beim Preis! Profitieren Sie als **KMU-Firmenkunde** jetzt von unserem aussergewöhnlichen Angebot[1]: **50 % Preisvorteil[2] auf Service & Verschleiss und 2,9 % Leasingzins[3]** bei der Anschaffung eines Neuwagens der Marken VW, Škoda, Audi, SEAT und VW Nutzfahrzeuge.

Detaillierte Informationen erhalten Sie unter **www.amag-leasing.ch**

[1]Die Aktion läuft vom 1. April 2011 bis 30. September 2011 und gilt für alle Neuwagen (Motorisierung max. 4 Zylinder) der Marken VW, Škoda, Audi, SEAT und VW Nutzfahrzeuge. Von dieser Aktion profitieren ausschliesslich Flottenkunden mit einer Wagenparkgrösse bis maximal 60 Fahrzeuge. [2]Berechnungsbeispiel monatliche Dienstleistungsrate Service & Verschleiss: Passat Variant Trendlinie 1.6 l TDI CR DPF BlueMotion Technology, 105 PS, Normalpreis CHF 112.–, jetzt CHF 56.–. Berechnungsgrundlage: 36 Monate Laufzeit, Fahrleistung 30 000 km pro Jahr. Nur in Kombination mit einem neuen Leasingvertrag mit der AMAG LEASING AG. Maximale Gesamtfahrleistung 120 000 km. [3]Leasingbeispiel für Finanzierung über AMAG LEASING AG: effektiver Jahreszins 2,94 % (Laufzeiten 12 - 36 Monate, für Laufzeiten 37 - 48 Monate 3,97 %), Laufzeit 36 Monate (30'000 km/Jahr), Barkaufpreis: CHF 36 944.45, ohne Sonderzahlung. Leasingrate CHF 667.44/Mt exkl. Dienstleistung Service & Verschleiss, exkl. obligatorischer Vollkaskoversicherung. Alle Preise exkl. 8,0 % MwSt.

AMAG LEASING

Meravigliosa vista sul lago e la città di Lugano

Hotel Cadro Panoramica
A solo 6 km dal centro della città e con una meravigliosa vista su Lugano e il suo lago, l'albergo offre soggiorni di relax nella natura. Con sale conferenze, piscine, tennis e mini-golf, l'hotel accontenta gli amanti del wellness e del gourmet con un ottimo ristorante di cucina mediterranea. È l'ideale per il banchetto del vostro giorno più bello.

Hotel Cadro Panoramica
Only 6 km far from the city and an enchanting lakeview over Lugano. With its conference rooms, swimming pools and tennis courts, the hotel satisfies both well-being lovers and those keen on gastronomy, thanks to a very good mediterranean restaurant. The ideal place for your wedding party!

Hotel CADRO PANORAMICA
Via Dassone 4
6965 Cadro

Tel.: 091 936 07 07
Fax: 091 936 07 08
l.pianezzi@cadro-panoramica.ch
www.cadro-panoramica.ch

Lorenzo Pianezzi

★ ★ ★ ★

Hotel Cadro Panoramica
Lugano

A soli 10 minuti da Lugano
Meravigliosa vista sul lago e la città di Lugano
Raffinato Ristorante à la carte e Grottino- Pizzeria
Ideale per matrimoni e feste in famiglia
Moderne strutture e sale per seminari e conferenze fino a 1000 persone
Piscine, sauna e idromassaggio
Campi da tennis esterni e coperti
Campi da squash

KidsHotels. Plus.
Quality. Our Passion.

Via Dassone | 6965 Cadro | Tel. +41 91 936 07 07 | Fax +41 91 936 07 08 | info@cadro-panoramica.ch | www.cadro-panoramica.ch

Harmonisierung Tarife Quellensteuer – zum Vorteil aller

Esther Egger, Nationalrätin, Kanton Aargau

Das Schweizer Steuersystem ist geprägt von einer liberalen, politischen Kultur. Eine überbordende Bürokratie widerspricht diesem Prinzip diametral. Gemäss Bundesverfassung obliegt die Festsetzung der Tarife für die Quellensteuer der Autonomie der Kantone. Die unterschiedliche Höhe der Quellensteuertarife entspricht also den unterschiedlichen, kantonalen Steuertarifen. Ich bin seit je eine Verfechterin des Steuerwettbewerbs. Dieser stellt sicher, dass das Gemeinwesen seine finanziellen Ressourcen massvoll einsetzt. Ob im Bereich der Quellensteuer die kantonale Hoheit und damit der Föderalismus Sinn machen, wage ich jedoch zu bezweifeln. Die heutige Praxis der Quellenbesteuerung mit kantonal stark variierenden Ansätzen bedeutet nämlich für Arbeitgeber, Arbeitnehmer und Kantone einen beträchtlichen Mehraufwand.

Heutige Praxis birgt Nachteile

Die Erhebung der Quellensteuer ist Aufgabe des Arbeitgebers und bringt unzähligen KMU einen erheblichen Verlust an Ressourcen, wenn quellenbesteuerte Arbeitnehmende aus verschiedenen Kantonen beschäftigt werden. In einer Zeit, da Mobilität immer mehr verlangt wird und weiter zunimmt, wird auch diese administrative Mehrbelastung zunehmen – ohne dass sie einen Mehrwert bringt.

Die aktuelle Praxis zieht aber auch für die Kantone erhebliche Nachteile mit sich. Gemäss heutigem System können die Unternehmen selber entscheiden, an welchen Kanton sie die zurückbehaltene Quellensteuer abliefern wollen. Für sie stellt sich die Frage, ob das Geld in die eigene Staatskasse oder an jenen Kanton ausbezahlt wird, wo der Arbeitnehmende seine Anstellung hat. Wählt der Unternehmer seinen eigenen Kanton, kann es sein, dass Kantone über ein Jahr auf die ihnen zustehenden Steuern warten müssen. Es liegt also auf der Hand: Auch für die Kantone wäre es interessanter, ihre Debitorenverluste durch raschere Zahlungseingänge verringern zu können.

Systemvereinfachungen zahlen sich aus

Grundsätzlich ist an der kantonalen Steuerhoheit und am Steuerwettbewerb festzuhalten. Aber genauso wichtig sind die Entlastung der KMU und der Abbau administrativer Hürden. Als Beispiel sei aufgezeigt, wie unterschiedlich die Abgaben in den einzelnen Kantonen sind:

Ledige Person, Bruttoeinkommen von Fr. 8'051.– pro Monat

ZG:	551.–
ZH:	753.–
LU:	999.–
NE:	1'452.–
AG:	1'063.–

Einfachere Arten für die Erhebung der Quellensteuer sind also denkbar. Mit einem nationalen elektronischen Meldesystem (ELM) – welches bereits heute beispielsweise für die Abzüge der AHV oder von Versicherungsleistungen benutzt wird – liesse sich die Steuererhebung nicht nur vereinfachen, sie würde auf diese Weise in bereits existierende Arbeitsschritte integriert.

Der Bund könnte an bereits erfolgte, allerdings harzig verlaufene, interkantonale Harmonisierungsbestrebungen anknüpfen. So bin ich zuversichtlich, dass der Bundesrat meine Motion entgegen nehmen wird und damit ein weiterer Schritt zur Entlastung der KMU gemacht werden kann.

Esther Egger ist seit 2007 Nationalrätin der CVP und Mitglied der Finanz- und der Staatspolitischen Kommission.
www.esther-egger.ch

Anzeigen

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

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

Als SKV-Mitglied sparen Sie beim Büromaterial-Einkauf

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

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

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

Rettet unser Schweizer Gold!

Ulrich Schlüer, Nationalrat

In der vergeblichen Hoffnung, den Kurs des von Schwindsucht befallenen Euro damit stützen zu können, hat die Schweizerische Nationalbank letztes Jahr völlig überstürzt gegen 200 Milliarden Euro aufgekauft. Aus dieser «Investition» verliert die Nationalbank seither Monat um Monat mehrere Milliarden. Da nebst dem Euro auch der Dollar laufend sinkt, verzeichnet die Nationalbank innert etwas mehr als einem Jahr Verluste in der schwindelerregenden Höhe von über vierzig Milliarden Franken.

Sinken – vieles spricht dafür – Euro und Dollar weiter, dann dürfte die Nationalbank-Bilanz demnächst ins Negative kippen – eine äusserst alarmierende Entwicklung. Allein die Goldbestände – nach Verkäufen zur Unzeit besitzt die Nationalbank heute noch rund 1050 Tonnen Gold – können derzeit noch als echt werthaltige Reserven bezeichnet werden. Sie sind aber, seit die Nationalbank ebenso sinnlos wie fahrlässig Milliarden in Devisenspekulationen verliert, ernsthaft gefährdet.

Damit diese Goldreserven nicht auch noch verloren gehen, wird demnächst eine Volksinitiative «Rettet unser Schweizer Gold» gestartet. Sie enthält drei Forderungen: Erstens verbietet sie der Nationalbank kategorisch weitere Goldverkäufe. Zweitens verlangt sie die Rückführung aller heute noch im Ausland gelagerten Schweizer Goldreserven – nur gut die Hälfte davon lagert heute schon in der Schweiz. Drittens legt die Initiative fest, dass der Anteil des von der Nationalbank gehaltenen Goldes zwanzig Prozent der gesamten Aktiven der Nationalbank nie unterschreiten darf.

Lanciert wird diese Initiative von der Bürgeraktion «Gesunde Währung», die von den Nationalräten Lukas Reimann (SG), Luzi Stamm (AG) und Ulrich Schlüer (ZH) getragen wird.

Die Währungsreserven der Nationalbank sind Volksvermögen – nicht Manipuliermasse für international geltungssüchtige Notenbanker und Politiker. Die Initiative zwingt die Nationalbank zurück an ihre Hauptaufgabe: Die dem Volk gehörenden Währungsreserven sorgfältig zu verwalten. Der Schweizer Franken bleibt nur solide, wenn er auf solidem Fundament steht. Dafür hat die Nationalbank zu sorgen, tagein tagaus! Gold ist das sicherste Fundament.

Indem der Nationalbank aufgetragen wird, einen substantiellen Teil ihrer Reserven immer in – für die Nationalbank unverkäuflichem – Gold zu halten, werden ihr Spekulationsgeschäfte mit schwindsüchtigen Fremdwährungen massiv erschwert: Will sie ihre Bilanz durch überstürzte Devisenkäufe aufblähen, muss sie zwingend immer auch Gold kaufen.

Noch einmal: Die Nationalbank ist nicht «Global player», sie ist dazu da, im Interesse der Schweiz und ihrer Bewohner die Qualität das Frankens zu sichern durch sorgfältige Verwaltung des Volksvermögens. Das ist der Weg, die Schweiz aus desaströsen Währungskrisen herauszuhalten.

Dass sich die Nationalbank auf diese für unser Land, unsere Wirtschaft und unser Volk wichtige Aufgabe konzentriert: Das ist das Ziel der Initiative «Rettet unser Schweizer Gold». *Ulrich Schlüer, Nationalrat*

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

Anzeigen

KMU Agency.com

Grafik | Druck | Internet

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

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

«Neue Energiepolitik» und Steuerung der Verwaltung

Der Bundesrat will aus der Kernenergie aussteigen. Ein Ausstieg ist allerdings nur möglich, wenn die von der Kernenergie produzierte Energiemenge durch andere Energieträger (Sonnenenergie, Windkraft, Wasserkraft, Kohle etc.) ersetzt wird und der Energiekonsum reduziert wird.

In allen Planungsszenarien des Bundes sollen trotz der Zunahme der Bevölkerung durch Zuwanderung in die Schweiz auf acht oder neun Millionen Einwohner Privathaushalte, Dienstleistungen und Industrie ihren Energiekonsum massiv senken. Die Planungen sollen insbesondere mit fiskalischen Massnahmen erzwungen werden. Namentlich sollen die Preise für Benzin, Heizöl, Erdgas und Strom verdoppelt und verdreifacht werden (vgl. Bericht des Bundesamtes für Energie vom Mai 2011; in: www.bfe.admin.ch/themen/00526/00527/index.html?lang=de&dossier_id=05024). Eine derart massive Erhöhung der Energiepreise wird die Teuerung anheizen. Davon weniger betroffen sind die öffentlichrechtlichen Angestellten und die Angestellten von Grossunternehmen, weil ihnen in der Regel die Teuerung in der Lohntüte ausgeglichen wird. Keinen Teuerungsausgleich kennen viele Privathaushalte und vorallem die kleineren und mittleren Unternehmen. Können sie aufgrund der Wettbewerbssituation die Teuerung nicht auf die Verkaufspreise abwälzen, sinkt die Rentabilität und damit das Familieneinkommen kleinerer und mittlerer Unternehmer. Wer kann, wird deshalb versuchen, den Energiekonsum im Unternehmen zu reduzieren. Das Anreizsystem, das mit hohen Energiepreisen einen tieferen Energiekonsum erzwingen will, wird bei den KMU voraussichtlich funktionieren.

Ein grosser und wichtiger Energiekonsument sind die Verwaltungen von Bund, Kantonen und Gemeinden sowie die Staatsbetriebe (Post, SBB, SRG, Swisscom etc.). Müssen Post, SBB, SRG, Gerichte und Verwaltung mehr Geld für den Bezug von Energie und teuerungsbedingt mehr Geld für Löhne ausgeben, so werden einfach die Steuern und Gebühren erhöht. Ein Anreiz für die Monopolbetriebe oder für die Verwaltung mehr Energie zu sparen, besteht nicht wirklich. Es ist deshalb ein Instrument zu entwickeln, das sicherstellt, dass auch die Verwaltung und die Betriebe der öffentlichen Hand Anreize zum Energiesparen vermittelt erhalten. Die Lösung liegt in der Einführung der Energieerfolgsrechnung und der Energiebilanz bei der Verwaltung und bei den Betrieben der öffentlichen Hand.

Bund, Kantone und Gemeinden sowie die Betriebe der öffentlichen Hand erstellen heute eine Bilanz und Erfolgsrechnung, die die Einnahmen und Ausgaben spiegeln. Währung dafür ist der Schweizer Franken. So belegt etwa die Rechnung der Gemeinde Kriegstetten, welche Mittel durch Steuern und Gebühren zugeflossen und welche Ausgaben durchs Jahr getätigt worden sind. Aus ihr lässt sich feststellen, wieviel Geld die Feuerwehr für Benzin und Diesel aufgewendet hat oder wie hoch die Auslagen der Gemeindeverwaltung für Strom und Heizung waren. Weil die Energiepreise schwanken, lässt sich aus der Gemeinderechnung nicht herleiten, ob die Gemeindeverwaltung mehr oder weniger Energie verbraucht hat. Soll die auf Einsparungen basierende Energiestrategie des Bundesrates im Bereich der öffentlichen Hand greifen, muss der Energiekonsum der öffentlichen Hand dokumentiert werden. Dies kann beispielsweise dadurch erfolgen, dass in einem neu zu schaffenden Anhang zur traditionellen Bilanz und Erfolgsrechnung Rechenschaft über den Energiekonsum und über die Veränderungen gegenüber dem Vorjahr abgelegt wird.

Die Verzichts- und Einsparungsplanung beim Energieverzehr, die das UVEK von Frau Bundesrätin Leuthard (CVP, AG) den privaten Haushalten, dem Dienstleistungsgewerbe und der Industrie aufzwingen will, bleibt ohne nachhaltige Wirkung, wenn die öffentliche Hand nicht gezwungen wird, ihren Energiekonsum zu drosseln. Mit dem Instrument der Energiebilanz wird Transparanz beim Energiekonsum von Bund, Kantone und Gemeinden und bei den Staatsbetrieben geschaffen. Man würde beispielsweise den Energieverzehr im Jahr 2010 als Indexbasis definieren und verlangen, dass die Verwaltungen von Bund, Kantone und Gemeinden bis zum Jahr 2035 sukzessive ihren Energieverbrauch um eine bestimmte jährliche Quote senken müssen. Nur so kann verhindert werden, dass alleine die privaten Haushalte und die KMU den Preis für den Ausstieg aus der Atomenergie berappen müssen. *Dr. Manfred Küng*

Der Autor ist Anwalt (www.kueng-law.ch) mit Büros in Zug, Gossau SG, Bassersdorf, Zürich, Kriegstetten und Olten. Er ist Gemeinderat in Kriegstetten, Kantonsrat im Kanton Solothurn und kandidiert als Nationalrat (Kt SO, Liste 2).

Anzeigen

Unternehmertreffen 2011
Die Termine

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

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

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

Termine für Unternehmertreffen 2011

Monat	Datum	Kanton	Ort	Location
August	25.08.2011	ZH	Wädenswil	Kulturhalle Glärnisch
September	15.09.2011	ZH	Winterthur	Alte Kaserne
	22.09.2011	BS	Pratteln	KUSPO
Oktober	06.10.2011	SG	Jona	Kreuz, Stadtsaal
	13.10.2011	LU	D4 Root	D4 Businesscenter
	20.10.2011	SO	Solothurn	Landhaus
	27.10.2011	AG	Wettingen	Tägerhard
November	03.11.2011	BE	Thun	Kongresshotel Seepark
	10.11.2011	GR	Landquart	Forum Ried
	17.11.2011	ZH	Uitikon	Üdiker Huus

Anzeigen

jura

So glänzen Profis

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

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

SWISS MADE

Unternehmertreffen in Wettingen vom 26. Mai 2011

Die Kunden mit Honig ködern…

Natürlich ist diese Aussage nur symbolisch gemeint, könnte aber bei Beatrice Stocker durchaus seine Berechtigung haben. Mit dem Vertrieb von Honig aus der Provence in allen Varianten hat sich die umtriebe KMU-Frau nämlich ein Standbein aufgebaut und präsentiert ihre Produkte an allen Fronten von süss wie Lavendelhonig, über Rosmarinhonig, Waldhonig, Blütenhonig, Akazienhonig bis zu herb wie Kastanienhonig. Honig aus der Provence, produziert und importiert von Schweizer Imkern. In Wettingen konnte man sich davon überzeugen und sich den Honig als Leckerbissen um den Mund schmieren lassen **(www.mieldeprovence.ch)**. Neben unserem Stammpartner JURA Kaffeemaschinen **(www.jura.com)** aus Niederbuchsiten, wo am 30. Juni das letzte Unternehmertreffen vor den Sommerferien stattfindet, war MESOB Caffè aus Bergdietikon mit dem Motto «Ihr Partner für den traumhaften Kaffeegenuss» im Tägerhart in Wettingen vertreten. Geschäftsführer Johannes Bader präsentierte erstklassige Kaffees und Kaffeemaschinen für Ihren Bedarf **(www.mesob.ch)**.

Personaldienstleister

Ohne Personal geht oft nichts oder nicht viel. Mit KMU Jobs – Ihrem Dienstleister aus der Region für die Region, profitieren Sie von einem hervorragenden Netzwerk mit qualifizierten Berufsleuten und Hilfsarbeitern. KMU Jobs bietet eine breite Palette von Dienstleistungen von Temporärbereich über Feststellen, Try & Hire (mit Testen zum Erfolg), Payrolling (mit Rechnen zum Erfolg), Mandat (mit Sicherheit zum Erfolg) bis EU Fachkräften oder Outsourcing (mit Know-how zum Erfolg). Filialleiterin Tanja Grellinger gibt Ihnen gerne Auskunft **(www.kmu-jobs.ch)**. Auch bei Ursula Bopp sind Sie dank 25-jähriger Berufs- und Führungserfahrung im Personalwesen gut beraten. Ursula Bopp kann ein breitgefächertes Fachwissen in Personalselektion, Personalführung und -Administration vorweisen **(www.bopp-personal-management.ch)**. Als kompetente und flexible Partnerin nimmt sie die Bedürfnisse und Anliegen ernst und unterstützt sie bei der Entscheidungsfindung in wichtigen Personalfragen.

Werner Rupp

Anzeigen

Unternehmertreffen in Balgach vom 16. Juni 2011

Klein, aber fein und viele neue Gesichter

Nur knapp 30 Aussteller besuchten das Unternehmertreffen (www.netzwerk-stgallen) in Balgach im Rheintal. Vielleicht waren das garstige Wetter und die vorausgesagten heftigen Gewitter Gründe für die relativ kleine Teilnehmerzahl, aber ein aktiver Gewerbeverband hätte bestimmt für eine grössere Beteiligung sorgen können, wenn das Bedürfnis und der Wille vorhanden gewesen wären. Trotzdem erfreuten sich die Anwesenden einer guten Stimmung und hatten für einmal ausgiebig Zeit, sich neues anzuschauen und richtiges «networking» zu betreiben.

Nebst einem feinen Verpflegungsstand der **Bäckerei Eschenmoser**, die alle Teilnehmer mit feinen Sandwiches, frischem Käsekuchen und Süssgebäck verköstigte, waren natürlich die Sponsoren und Eventpartner vertreten. **Creditreform** mit dem Slogan «Gemeinsam gegen Verluste» hatte in Balgach in verdankenswerter Weise das Patronat dieses Anlasses übernommen. Nebst **TalkTalk, iba, MAYBE, stüsaschriften, Elotec EB AG, Win-Lux GmbH und decatron** waren mit **nikkenwellbeing** (Madlaina Fausch), **PROBODY AG** (Hansjörg Winiger) mit seiner neuen Kollektion an Businessanzügen, Mäntel und Hemden aus feinen italienischen Stoffen, **Bonity** (mit Bonity-Kundenkarte), **PriWaTec GmbH, itec Salutions und weiteren Unternehmern** etliche bewährte und regelmässige Teilnehmer in Balgach. Aber es gab auch neue Gesichter, die sich an am Un-ternehmertreffen präsentierten: **Chris Winery** (Weinhandel), **R&P Gebäudereinigung**, Heerbrugg, **Zettler GmbH** (Kärcher Reinigungsmaschinen / Lagereinrichtungen und **LYONESS** (mit cashback card) aus Staad, **Ergosystem AG**, Oberbüren (Bürostühle und Büroeinrichtungen), **informica** aus Wuppenau, um nur einige zu nennen. In gemütlicher Atmosphäre und gelöster Stimmung wurde Small Talk betrieben und Produkte präsentiert. Man hatte fast aussergewöhnlich viel Zeit und genoss es sichtlich, ohne Hektik und Zeitdruck neue Unternehmen und Produkte kennenzulernen. Mit vielen positiven Eindrücken ging der Abend trotz allem schnell zu Ende. *Werner Rupp*

Anzeigen

Bauen Sie Ihr persönliches Netzwerk aus

Das nächste Unternehmertreffen in Wädenswil in der Kulturhalle Glärnisch

Seit 2006 finden von März bis November die Unternehmertreffen jeweils am Donnerstag Abend in der Deutschschweiz statt. An diesen Unternehmertreffen, welche nicht vergleichbar sind mit Publikums- oder Gewerbemessen, da ausschliesslich aktive Unternehmerinnen und Unternehmer zu diesen Anlässen eingeladen werden, finden sich mittlerweile jedes Mal zwischen 100 und 200 Personen ein. Ziel dieser Anlässe ist die Vergrösserung des eigenen Netzwerkes und das Finden von neuen Synergiepartnern sowie die Anbahnung neuer Kontakte und Kooperationen.

Auf Wunsch vieler Firmen wurde bereits 2006 die Möglichkeit geschaffen, dass Firmen sich auch direkt vor Ort präsentieren und als Aussteller an der integrierten Tischmesse teilnehmen können.

Nutzen auch Sie die Möglichkeit, Ihr persönliches Netzwerk auszubauen, denn wo sonst haben Sie die Gelegenheit, 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.

Auf www.unternehmertreffen.ch finden sich übrigens zahlreiche weiterführende Informationen, Fotos und Videos so dass Sie sich ein Bild machen können, was ein Unternehmertreffen auch Ihnen und Ihrer Firma bringen kann.

Nichts ersetzt den persönlichen Kontakt!
Wir blicken auf 5 erfolgreiche Unternehmertreffen seit März 2011 zurück, es konnten wieder gute Kontakte geknüpft werden. Das positive Feedback und die ersten Erfolgs Stories, welche sich aus neuen Kooperationen ergeben haben, freut uns natürlich sehr und beflügelt uns noch mehr, solche Unternehmertreffen durchzuführen. Es ist schön zu sehen, wie aktiv die KMU sind und wie sie das Networking entdecken. Der persönliche Kontakt, bietet einen Grundstein, um ein verlässliches Beziehungsnetz entstehen zu lassen, welche im Business eine starke Bedeutung findet. Noch 16 Unternehmertreffen stehen dieses Jahr auf dem Terminkalender.

Sind Sie auch bei den nächsten Unternehmertreffen im Juni mit dabei?
Donnerstag, 25.08.2011 Wädenswil / ZH
Kulturhalle Glärnisch

Werden Sie Eventpartner und profitieren Sie von einer starken Präsenz!
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.unternehmertreffen.ch

Event-Ablauf

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

Anzeigen

ofwi Orell Füssli Wirtschaftsinformationen

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

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

Kundengewinnung – Identifikation – Risikoprüfung – Umfeldrecherche – Monitoring

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

Spezialangebot für SKV-Mitglieder:

Ihre persönliche SuisseID, der sichere digitale Identitätsnachweis

SKV Association Suisse des PME Associazione Svizzera delle PMI Schweizerischer KMU Verband
www.kmuverband.ch

QuoVadis
www.suisseid-shop.ch

TRÜB SWITZERLAND
www.trueb.ch

Die SuisseID wurde im Mai 2010 vom Bund resp. SECO lanciert und ist der erste, standardisierte Identitätsnachweis der Schweiz, mit dem sowohl eine rechtsgültige elektronische Unterschrift als auch ein sicheres Log-in (Authentifizierung) möglich sind. Die SuisseID ist somit Ihre persönliche und sichere elektronische «Identitätskarte», die es Ihnen erlaubt, sich online auszuweisen, Daten oder Dokumente digital zu signieren und von zahlreichen Online-Dienstleistungen zu profitieren.

Ihre sichere elektronische Identität…
Die SuisseID beinhaltet digitale Zertifikate, dank welchen eine sichere Authentifizierung möglich ist und die digitale Signatur angewendet werden kann. Mit der digitalen Signatur wird ein Verfahren eingeführt, das rechtsgültig aufzeigen kann, von wem die digitalen Daten (zum Beispiel eine E-Mail oder ein Dokument) stammen (Authentizität) und mit dem ebenfalls rechtsgültig eine nachträgliche Veränderung des Dokumentes sofort erkannt werden kann (Integrität). Der Absender kann dadurch seine Identität nachweisen und der Empfänger kann sich zweifelsfrei vergewissern, wer der Absender ist und dass das Dokument während der Übermittlung nicht verändert wurde.

…und Ihr Schlüssel zur digitalen Welt
Der SKV plant diverse Dienstleistungen mit der SuisseID, die den Mitgliedern des Verbandes exklusiv zur Verfügung gestellt werden. Darüber hinaus können Sie bereits heute geschäftlich wie privat von zahlreichen elektronischen Funktionen und Dienstleistungen profitieren. Und die Anwendungsfelder wachsen: Allein in den letzten 12 Monaten sind über 200 Web-Anwendungen mit der SuisseID-Funktion ausgestattet worden. Nachfolgend einige Beispiele:

- **E-Government** Auszüge aus Straf-, Betreibungs- und Handelsregister, Steuerverwaltung, MwSt-Abrechnung, u.a.
- **Elektronische Signatur** Gesetzeskonforme Abwicklung von elektronischen Geschäften mit rechtsgültiger Unterschrift.
- **Secure e-Mail** Sichere, beweisfähige und vertrauenswürdige E-Mails, inklusive Verschlüsselung.
- **E-Commerce** Rechtsgültige und sichere Abwicklung von geschäftlichen Transaktionen auf elektronischen Plattformen und in Web-Shops.

Spezialangebot für SKV-Mitglieder

Der SKV freut sich, Ihnen in Zusammenarbeit mit QuoVadis und Trüb AG Ihre persönliche SuisseID im Rahmen einer Spezialaktion anzubieten.
Das Spezialangebot finden Sie in der nächsten Ausgabe von ERFOLG.

Kontrolle ist gut, Vertrauen ist besser

Claudia Sigel

Ein Arbeitsumfeld, in welchem Vertrauen gegenüber Kontrolle der Vorzug gegeben wird, kann unter Vorliegen der richtigen Voraussetzungen wie offener Kommunikation und grosszügiger Fehlerkultur, viel zum Erfolg einer Firma beitragen.

Der Originaltext der im Titel zitierten Wendung lautet «Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser!» und soll eine Redensart Lenins sein. Das Zitat stammt somit aus der Jahrhundertwende des letzten Jahrhunderts. Kontrolle war zu jener Zeit sicherlich berechtigt, wurde doch das Proletariat über einen langen Zeitraum hinweg von der Obrigkeit ausgenutzt und betrogen.

Heute leben wir jedoch im 21. Jahrhundert, wo überwiegend demokratischen Denkmustern gefolgt wird. Globalisierung und Demographie sind in einem gut funktionierenden Wirtschaftsumfeld nicht mehr wegzudenken. Kulturelle Unterschiede, Schnellebigkeit und Omnipräsenz im Management dank Multimedia prägen den heutigen Geschäftsalltag, wobei persönliche Begegnungen immer weniger im Vordergrund stehen. Menschen aus verschiedenen Kulturkreisen treffen aufeinander und haben ihren Fokus auf einen gemeinsamen Nenner zu richten, wenn sie zusammen erfolgreich sein wollen. Frauen wie Männer, die neben ihrem Berufsalltag noch eine erzieherische Aufgabe wahrzunehmen haben, benötigen flexible Arbeitszeitmodelle. In einem derartigen Umfeld ist es wichtig, aufeinander zählen und sich gegenseitig vertrauen zu können. Für Kontrolle verbleibt nicht nur aus Zeitgründen, sondern auch aus reinem Pragmatismus wenig Raum.

Vertrauen im Geschäftsalltag dient nicht nur der Effizienzsteigerung, auch die Leistungsfähigkeit eines Teams und das Verantwortungsbewusstsein des Einzelnen werden gestärkt. Die Mitarbeitenden haben sozusagen die Möglichkeit, über sich hinauszuwachsen. Entgegengebrachtes Vertrauen wird nicht selten durch ausserordentliche Loyalität dem Vorgesetzten gegenüber und verstärkten Einsatz honoriert. Vertrauen schenken sollte jedoch nicht mit Naivität verwechselt werden. Zur Aufgabe einer Führungsperson gehört deshalb stets die Vornahme einer rigorosen Abwägung, wann die Mitarbeitenden an einer sogenannt längeren Leine belassen werden können und wann es ratsam ist, eine etwas straffere Führung an den Tag zu legen. Auch hier sollte jedoch Kontrolle vermieden werden, da dies bei den Mitarbeitern Druck erzeugt, welcher wiederum zu Gegendruck führt. Es besteht die Gefahr, dass die Mitarbeiter Fehler machen, die sie sonst nie begehen würden. Ratsamer ist deshalb ein gezieltes Mitarbeiter-Coaching durch den Vorgesetzten.

Vertrauen in andere setzen kann jedoch nur, wer Vertrauen in sich selbst hat, denn Vertrauen setzt primär die Fähigkeit voraus, angstfrei und intuitiv handeln zu können. Angstfreies Akzeptieren der eigenen Intuition ermöglicht es abzuschätzen, in wen und zu welchem Zeitpunkt Vertrauen geschenkt werden kann. Selbstvertrauen aufbauen kann, wer sich mit alten Glaubensmustern auseinandersetzt und sie loslässt. Hierzu empfiehlt sich ein gezieltes Coaching, entweder vorbeugend oder jedes Mal, wenn festgestellt wird, dass in einer bestimmten Situation eine innere Blockade beim Schenken von Vertrauen aufgebaut wird.

Für Mitarbeitende ist es wichtig, in einem Umfeld zu arbeiten, in welchem offen kommuniziert wird und das Begehen von Fehlern erlaubt ist. Werden diese beiden Faktoren zu sehr vernachlässigt, besteht die Gefahr, dass Mitarbeitende wichtige Geschehnisse verheimlichen, was schliesslich wiederum zu Vertrauensverlust führen kann. Der Einbezug einer offenen Kommunikations- zusammen mit einer grosszügigen Fehlerkultur in die Unternehmenswerte, allenfalls angereichert durch eine gesunde «Speak out» Politik, trägt viel dazu bei, ein Arbeitsklima zu schaffen, welches auf gegenseitigem Vertrauen basiert und dadurch einen grossen Beitrag an den Unternehmenserfolg leistet.

Der Aufbau von Vertrauen wird aber nicht nur durch die Förderung sozialer Kompetenz ermöglicht, auch das Pflegen und schliesslich Bestehen langfristiger Geschäftsbeziehungen fördert Vertrauen. In jenen Fällen, in denen persönliche Kontakte unter Mitarbeitenden oder Geschäftspartnern rar sind, empfehlen sich juristische Prozeduren wie das Abfassen von Verträgen.
Ist einmal das Vertrauen infolge eines Konfliktes gestört, kann eine mittels Mediation erarbeitete Lösung viel zum Wiederaufbau von Vertrauen beitragen. In der Mediation werden die Konfliktparteien von der Mediationsperson darin unterstützt, ihren Streit einvernehmlich zu lösen. In freiwilligen und vertraulichen Verhandlungen entscheiden die Parteien selbst über ihre Möglichkeiten und Ergebnisse.

Natürlich gibt es Situationen, in denen Kontrolle nötig ist. Nichtsdestotrotz ist es ratsam, vor der Anwendung von Kontrolle stets eine Abwägung dahingehend vorzunehmen, ob Kontrolle in einem spezifischen Fall tatsächlich anzuwenden ist und, falls ja, in welcher Vehemenz, will ein Unternehmen den Entwicklungen, wie sie eingangs umschrieben wurden, Rechnung tragen.

Claudia Sigel, Rechtsanwältin
Mediatorin SDM-FSM/ Coach
www. sigelconsult.ch

Gutes Risikomanagement minimiert Währungsrisiken

Christian Spaltenstein

Währungen sind seit jeher grossen Schwankungen ausgesetzt. Seit Anfang 2011 schwankte der Euro gegenüber dem Schweizer Franken um rund 7 % und der USD gar um 10%. Diese hohe Volatilität kann für jedes Unternehmen, welches international tätig ist, gravierende Auswirkungen haben.

Unternehmen, welche vom Ausland importieren, müssen ihre importierte Ware meistens in Fremdwährung bezahlen. Je nachdem, wo der gesetzte hausinterne Devisenumrechnungskurs festgelegt wird, kann der Währungswechsel die Gewinne der im Inland verkauften Produkte drastisch schmälern.

Was kann man dagegen tun?

Eine realistische Preisgestaltung sicherstellen
Es kann schon sehr entscheidend sein, mit welchem hausinternen Devisenumrechnungskurs man kalkuliert. Hier ist entscheidend, wie weit im Voraus dieser festgesetzt werden muss und was man sich gegenüber seinen Konkurrenten und Kunden erlauben kann. Des Weiteren stellt sich die Frage, ob es sich um Einzelgeschäfte oder um einen mehrmals verwendeten Durchschnittskurs handelt.

Sobald Sie als Importeur Ihren Kaufauftrag in einer Fremdwährung bestätigen, müssen Sie mit den Wechselkursrisiken zurechtkommen.

Die richtigen Informationen einholen
Akkurate Marktinformationen können Ihnen entscheidend dabei helfen, zum richtigen Zeitpunkt und mit dem richtigen Instrument Ihren Fremdwährungsbedarf abzudecken. Sobald Sie Ihren Zielkurs und die Zeitspanne mit Ihrem Kundenbetreuer besprochen haben, wird er Sie über die Marktgeschehnisse auf dem Laufenden halten, so dass Sie einen optimalen Zeitpunkt für den Kauf finden können.

Sich gegen Währungsschwankungen schützen
Die richtigen Instrumente sind entscheidend. Das Termingeschäft ist die unkomplizierteste und günstigste Variante um sich gegen Währungsrisiken abzusichern. Das Instrument beinhaltet die Festsetzung eines Umrechnungskurses (basierend auf dem aktuellen Kurs zur Zeit der Absicherung) für den Kauf eines bestimmten Betrages der Währung zu einem späteren Zeitpunkt. Mit Hilfe von Termingeschäften können Unternehmen ihr Geschäft vor Währungsschwankungen schützen, ohne vorab Devisenkäufe tätigen zu müssen, die ihren Cashflow belasten.

Eine weitere Alternative bieten Limitierte Aufträge. Ein Limitierter Auftrag ist eine mündliche oder schriftliche Anweisung, einen bestimmten Währungsbetrag zu einem im Voraus vereinbarten Wechselkurs zu kaufen oder zu verkaufen. Dies räumt Ihnen die Möglichkeit ein, Kursschwankungen rund um die Uhr bereits für kleinste Beträge mittels eines Limitierten Auftrags zu ihrem Vorteil zu nutzen, ohne den Markt kontinuierlich beobachten zu müssen.

Ein verlässlicher Partner ist entscheidend
Associated Foreign Exchange (Schweiz) AG, kurz AFEX, kann auf eine über 30-jährige Firmengeschichte zurückblicken und zählt zu den weltweit führenden Devisen- und Zahlungsverkehrsspezialisten für KMU. Sie bietet ihren Kunden konkurrenzfähige Wechselkurse, internationale Zahlungsverkehrsprodukte, fundierte Marktexpertise sowie einen unvergleichlichen persönlichen Service. Lassen Sie sich von ihren transparenten und günstigen Wechselkursen, von der Einfachheit des Systems sowie des massgeschneiderten Services überzeugen. Kosteneinsparungen für KMU mit Fremdwährungsbedarf können bis zu 2 % des Umsatzes betragen.

Christian Spaltenstein

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

Anzeigen

itm TRAVEL AG
...for business and holiday!

itm Travel AG
Habsburgerstrasse 37
6003 Luzern

phone +41 41 280 90 00
email luzern@itm-travel.ch
www.itm-travel.ch

FLY & DRIVE FLORIDA AB CHF 1070.00 PRO PERSON FÜR 10 TAGE

Flüge mit der Delta Airlines über Atlanta in Economy Klasse
Mietwagen Chevrolet Aveo 4-Türig mit All Inclusive Versicherung

STRANDFERIEN SARDINIEN AB CHF 1595.00 PRO PERSON FÜR 7 NÄCHTE

Direktflüge mit der Edelweiss nach Olbia in Economy Klasse
Hotel Agrustos Village* in Budoni, Doppelzimmer Landseite inklusive Vollpension**

Spannende Jungunternehmen auf «investiere»

In der Juni-Ausgabe haben wir Ihnen die neuartige Start-up Investitionsplattform «investiere» vorgestellt. Zusammen mit Experten sichtet das Team von «investiere» jährlich 300 Schweizer Businesspläne. Nach einem rigorosen Auswahlprozess dürfen sich nur die besten Start-ups auf investiere.ch präsentieren. Privatinvestoren können dann selbst entscheiden, bei welchem Start-up sie Aktionär werden wollen.

Heute stellen wir Ihnen zwei der aktuellen Investitionsgelegenheiten kurz vor.

MEDUDEM AG – Die richtige Information verbessert Ihre Gesundheit

Hand aufs Herz – als Sie das letzte Mal beim Arzt waren – wurden Sie da ausreichend und verständlich informiert? 80% der Patienten wünschen sich bessere Informationen von ihrer medizinischen Fachperson. Gleichzeitig explodieren die Kosten im Gesundheitssystem. MEDUDEM AG mit der gleichnamigen Lösung bringt gleich mehrere Vorteile mit. Zum einen haben medizinische Fachpersonen schnellen Zugriff auf eine Vielzahl von qualitativ hochwertigen Gesundheits-Informationen, die auf die Patientenbedürfnisse zugeschnitten sind. Zum anderen können sie diese Infos in Sekundenschnelle an einen oder mehrere Patienten weiterleiten. Und qualitätsgesicherte Informationen können einen wesentlichen Beitrag zur Senkung von Therapiekosten leisten.

nanotion ag – «because small things count…»

Der Einsatz von Nanomaterialien ist heutzutage in der Herstellung vieler Konsumprodukte kaum noch wegzudenken. Dabei kann deren Verwendung sowohl als Risiko aber auch als Chance betrachtet werden. So werden etwa Medikamente noch wirksamer, Lebensmittel haltbarer und Materialien mit erstaunlichen neuen Eigenschaften hergestellt. Allerdings treten in vielen Industrien Fragen der internen Qualitätskontrolle auf und in Kürze werden viele Gesetzgeber die Hersteller zur Deklaration von Nanopartikeln verpflichten.
Nanotion, ein Spin-off Unternehmen der ETH Zürich, hat für diese Anforderungen eine innovative Technologie zum direkten Nachweis von Nanoteilchen in flüssigen Produkten entwickelt. Mit dieser Technologie ist nanotion weltweit das erste Unternehmen, welches in Echtzeit die Qualität und Produktsicherheit nano-technologischer Konsumgüter sicherstellt und direkt deren Produktionsprozesse optimieren kann.

Während sich Investoren im Fall von nanotion schnell entscheiden müssen, um noch auf den Zug aufzuspringen ist MEDUDEM neu auf «investiere».

Weitere Infos unter:
www.investiere.ch
www.facebook.com/investiere.ch

Anzeigen

Auch Gesundheits-Praxen sind KMU:

Ärzte, Naturärzte und Therapeuten haben Anspruch auf ausreichende Liquidität, Risiko-Minimierung und Entlastung von Büro-Arbeit

Walter Forthuber
Vorsitzender der Geschäftsleitung eines bereits 1975 gegründeten liechtensteinischen Factoring-Unternehmens

Sorgen wegen steigendem Praxis-Aufwand und schlecht zahlenden Patienten? FACTORING hat dieses Problem seit vielen Jahren erfolgreich gelöst.

Die Aufgabe einer guten Ärztin oder eines guten Arztes ist es, sich ausschliesslich auf den Gesundheits-Erfolg der Patienten einstellen zu dürfen. Dafür wurde ein sehr langes und teilweise auch entbehrungsreiches Studium absolviert und über viele Jahre hindurch die praktische berufliche und menschliche Erfahrung gesammelt.

Doch mindestens 7 Sorgen, die bei der Behandlung von Patienten nicht belasten sollen, konnten mit einem **GESUNDHEITS-Praxis-FACTORING** nachhaltig unterbunden werden:

1. Der Gesundheits-Praktiker muss einem Patienten sofort – manchmal notfall-mässig – mit seiner ärztlichen Hilfe zur Seite stehen. Nun ist es nicht mehr als legitim, wenn auch die Gegenleistung (Honorar-Bezahlung) sofort zu erfolgen hat. Dass dies oft für den Patienten nicht möglich ist, liegt auf der Hand. Dafür gibt es **FACTORING**, welches die Bezahlung sofort vornimmt und dann das Zahlungs-Ziel gegenüber der Patientin oder dem Patienten abwartet.
2. In einer Gesundheits-Praxis fallen viele administrative Verwaltungs-Arbeiten an. Diese sollten aber keinesfalls am Arzt, Natur-Arzt oder Therapeuten hängen bleiben, und können grösstenteils von einem **GESUNDHEITS-Praxis-FACTORING** konsequent, höflich und routiniert erledigt werden.
3. In einer Gesundheits-Praxis ist das Anmahnen von überschrittenen Fälligkeits-Terminen zwar wichtig, aber zugleich auch problematisch. Gerade zwischen Arzt und Patient muss jeder Konflikt-Ansatz vermieden werden. Deshalb ist es unabdingbar notwendig, dass das Mahnwesen **– an ein FACTORING-Unternehmen –** ausgelagert wird.
4. Da der Patient nicht von der Gesundheits-Praxis, sondern von einer «Rechnungs-Verwaltungs-Stelle» angemahnt wird, bleibt das Vertrauens-Verhältnis zwischen Arzt und Patient unbelastet.
5. Zahlungs-Ausfälle durch Patienten darf es nicht geben – dazu war die Arbeit der Ärztin oder des Arztes zu wertvoll. Andererseits ist nicht jeder Arzt darauf ausgebildet oder willens, eine Forderung mit vielen Anmahnungen oder sogar Gerichts-Gewalt hereinzuholen. Das ist auch nicht notwendig, denn ein **GESUNDHEITS-Praxis-FACTORING** übernimmt das 100%ige Ausfall-Risiko, gleichgültig ob die Honorar-Forderung letztendlich einbringlich gemacht werden kann oder nicht.
6. Die gesamt Verwaltung der Honorar-Rechnungen darf eine Gesundheits-Praxis nicht belasten. **AVV-Praxis-FACTORING®** gehört einem im 36. Geschäftsjahr stehenden Factoring-Unternehmen an, welches neben der ganz natürlich notwendigen Höflichkeit gegenüber Patienten auch die ärztliche und medizinische Terminologie beherrscht, um höflich, seriös, aber auch konsequent im Sinne des Auftrages vorzugehen.
7. Arzt-Assistentinnen sollen qualitativ hochwertige Arbeiten für die Gesundheits-Praxis und die Patienten erfüllen können. Aufgrund Ihrer hohen Ausbildung sollen Sie nicht für administrative Hilfs-Dienste «missbraucht» werden. Das kann ein spezialisiertes **FACTORING-Unternehmen** spielend und routiniert bewerkstelligen.

Eine Gesundheits-Praxis, die mit **FACTORING** arbeitet beweist, dass sie qualitativ aufgewertet ist. Die erlernten und erfahrenden Fähigkeiten kommen noch effizienter dem Wohle der Patienten einer solchen Praxis zugute.

Walter Forthuber
www.kmu-factoring.com

Anzeigen

Liquidität für immer

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

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

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

International registrierte Voraus-Finanzierungen:

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

Optimieren Sie Ihr Pensionskassenguthaben

Viele Arbeitnehmer nutzen das Sparpotenzial nicht aus, das ihre Pensionskasse bietet: Sie zahlen weniger ein, als erlaubt ist, nehmen keinen Einfluss auf die Anlage ihres PK-Geldes, kennen nicht alle Möglichkeiten für einen steueroptimierten Bezug etc.

Pensionskassenguthaben geniessen grosse steuerliche Vorteile: Einzahlungen in die Pensionskasse darf man vom steuerbaren Einkommen abziehen, das Guthaben ist nicht als Vermögen und die Zinserträge nicht als Einkommen zu versteuern. Diese Vorteile machen freiwillige Einkäufe – besonders für Erwerbstätige mit hohem Einkommen – trotz der aktuell tiefen Verzinsung sehr attraktiv. Die Rendite eines PK-Einkaufs ist umso höher, je höher die Steuerersparnis bei der Einzahlung ist und je kürzer das Geld in der Pensionskasse bleibt. Wer das PK-Guthaben oder einen Teil davon bei der Pensionierung in Kapitalform beziehen will, muss sich spätestens drei Jahre vorher einkaufen.

Einkaufspotenzial erhöhen

Wie viel ein Versicherter maximal einzahlen darf, hängt davon ab, wie der Vorsorgeplan der Pensionskasse ausgestaltet ist. Viele Vorsorgepläne nützen den gesetzlichen Spielraum aber bei weitem nicht aus. Maximal erlaubt sind Sparbeiträge bis 25% des AHV-Einkommens. Die meisten Vorsorgepläne sehen jedoch nur die minimalen Sparbeiträge von 7/10/15/18% in 10-Jahresschritten ab dem 25. Altersjahr vor. Den Versicherten entgehen dadurch massive Steuerersparnisse. Werden im Vorsorgeplan die reglementarischen Sparbeiträge erhöht, steigt auch das Einkaufspotenzial. So können schnell einmal einige Zehntausend Franken zusätzlich in die Pensionskasse einbezahlt werden.

Ein geschickter Bezug spart viel Steuern

Ein grosses Optimierungspotenzial besteht auch beim Bezug des PK-Guthabens, allen voran beim Entscheid, ob man sein Pensionskassenguthaben als Rente bezieht oder sich mindestens teilweise auszahlen lässt. Die Pensionskassenrente ist vollumfänglich als Einkommen steuerbar. Der Kapitalbezug hingegen unterliegt einer einmaligen, reduzierten Steuer. Steuerlich ist der Kapitalbezug auf Dauer häufig attraktiver, weil nach der Kapitalauszahlung nur noch geringe steuerbare Erträge anfallen. PK-Guthaben sollten jedoch nicht im gleichen Jahr bezogen werden wie Guthaben aus 3. Säule-Konten, damit die Progression bei der Auszahlungssteuer gebrochen werden kann. Wer den Bezug seiner verschiedenen Vorsorgeguthaben geschickt plant, spart in der Regel mehrere Zehntausend Franken Steuern. Wenn ein Bezug von Vorsorgeguthaben bevorsteht, kann sich auch ein Wohnortwechsel auszahlen. Die Steuern auf Kapitalbezügen fallen von Kanton zu Kanton unterschiedlich aus. Bei einem Pensionskassenbezug zum Beispiel von 750'000 Franken werden bei Verheirateten in Zürich rund 88'000 Franken Steuern fällig. In Appenzell fallen jedoch nur rund 44'000 Franken an. Wer beim Kapitalbezug im Ausland wohnt, zahlt anstelle der Kapitalsteuer eine Quellensteuer. In so einem Fall lohnt es sich oft, das Guthaben vor der Auszahlung in eine Freizügigkeitsstiftung mit Sitz in einem Kanton mit niedriger Quellensteuer einzubringen.

Freizügigkeitsguthaben splitten und aktiv bewirtschaften

Scheidet jemand vor der Pensionierung aus seiner Pensionskasse aus und tritt nicht gleich eine neue Stelle an, muss er sein PK-Guthaben innert 30 Tagen nach dem Austritt auf ein Freizügigkeitskonto überweisen lassen. Freizügigkeitspolicen bei einer Versicherung eignen sich weniger gut und sind zu teuer. Das gilt bei einem Stellenwechsel auch für den Teil des Guthabens, der nicht in die neue Pensionskasse eingebracht werden muss/kann. Viele Versicherte wissen nicht, dass sie ihr Guthaben in so einem Fall auf zwei verschiedene Freizügigkeitskonten überweisen lassen können, um die beiden Konten später gestaffelt zu beziehen. Unter Umständen lässt sich das Freizügigkeitsguthaben aber auch nachträglich noch splitten.

Es lohnt sich zudem, die Freizügigkeitsguthaben aktiv zu bewirtschaften und nicht einfach über Jahre hinweg auf einem schlecht verzinsten Konto liegen zu lassen. Zwischen den Anbietern von Freizügigkeitskonten bestehen beträchtliche Zinsunterschiede. Der beste Anbieter bot im Juni 2% Zins, der Schlechteste einiges unter 1%. Schon eine scheinbar geringe Renditedifferenz wirkt sich über mehrere Jahre hinweg aufgrund des Zinseszinseffektes sehr stark aus. Ein Wechsel zu einem anderen Anbieter ist jederzeit und meist kostenlos möglich.

Stefan M. Wyss FCII CIB
Geschäftsführer – Partner
eidg. dipl. Versicherungsfachmann – Versicherungsbetriebswirt (DVA)

Aktiv Beratungs-GmbH
Feldstrasse 80, 8180 Bülach, Telefon 044 860 38 80

Anzeigen

AKTIV Versicherungsbroker

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

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

trust sympany

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

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

Internet am Arbeitsplatz

lic. iur. Christian Leupi, Rechtsanwalt

Internet und E-Mail sind aus dem modernen Geschäftsleben nicht mehr wegzudenken. Allerdings bergen diese Kommunikationsformen für die Arbeitgeber auch Risiken. So sind Internet und E-Mail Einfallstore für Schadprogramme aller Art, welche das Unternehmensnetzwerk nachhaltig schädigen können. Auch wird der (privaten) Internetnutzung am Arbeitplatz häufig nachgesagt, sie habe einen negativen Einfluss auf die Produktivität der Mitarbeitenden. Viele Unternehmen überlegen sich deshalb, die private Internet- und E-Mail-Nutzung zu verbieten bzw. einzuschränken und die Nutzung zu überwachen. Vielfach herrscht aber Unsicherheit, ob ein Nutzungsverbot möglich bzw. eine Kontrolle und Überwachung der Nutzung überhaupt zulässig ist.

Recht auf Internet am Arbeitsplatz?

Ob und wie die Mitarbeitenden (privaten) Zugriff auf Internet und E-Mail haben, bestimmt der Arbeitgeber. Oftmals bestehen in Unternehmen aber keine Regeln für die Benutzung von Telekommunikationsmitteln am Arbeitsplatz. In diesem Fall dürfen die Mitarbeitenden davon ausgehen, eine private Nutzung in vernünftigem Umfang sei gestattet. Ein Arbeitgeber, der dies unterbinden oder einschränken will, muss deshalb die private Nutzung ganz verbieten oder diese detailliert regeln. Ein totales Verbot dürfte aber in der heutigen Informationsgesellschaft weder sinnvoll noch zweckmässig sein. Die Mitarbeitenden sollten auch die Möglichkeit haben, in vernünftigem Rahmen ihr (Privat-)Leben vom Arbeitsplatz aus organisieren zu können. Dies geschieht heute in hohem Masse über Internet und E-Mail.

Wie steht es mit der Überwachung?

Steht dem Arbeitgeber beim Festlegen des Umfanges bzw. der Zulässigkeit der Internetnutzung ein grosser Spielraum zu, hat er jedoch bezüglich Kontrolle und Überwachung wichtige gesetzliche Leitplanken zu beachten. So ist es nicht zulässig, alle Mitarbeitenden und deren Verhalten systematisch und permanent mittels technischer Massnahmen zu überwachen. Eine personenbezogene Überwachung ist aber grundsätzlich möglich, dieser sind jedoch enge Grenzen gesetzt. Die spezifische Überwachung einzelner Mitarbeiter darf erst bei klaren Anhaltspunkten auf Missbrauch erfolgen. Zudem muss die Überwachung im Vorfeld angekündigt oder angedroht und die Verhältnismässigkeit gewahrt werden, d.h. die Überwachung darf nur den tatsächlich notwendigen Umfang bzw. Zeitraum umfassen. Erlaubt ist zudem ein kontinuierliches System- oder Netzwerkmonitoring, welches Nutzungsdaten nur anonymisiert und damit nicht personenbezogen erfasst.

Prävention kommt vor Überwachung

Vor der Überwachung sollte jedoch immer die Prävention des Missbrauchs, also die rechtliche und technische Regulierung der Nutzung stehen. Aus technischer Sicht schränkt beispielsweise eine restriktive Vergabe von Benutzerrechten, das Sperren von ausführbaren Attachements oder der Einsatz von Webfiltersoftware die Missbrauchsmöglichkeiten bereits präventiv stark ein. Aus rechtlicher Sicht ist primär Zweck und Umfang der Nutzung festzulegen. Auch einer Regelung, welche Inhalte erlaubt sind, sollte nicht vernachlässigt werden. Dieses Nutzungsreglement wird, wo möglich, als Anhang in den Arbeitsvertrag aufgenommen oder als Zusatzvereinbarung von den Angestellten unterzeichnet. Denkbar ist auch, dass die Angestellten vor der Nutzung des Systems die Nutzungsbedingungen per Mausklick anerkennen und akzeptieren. Mit solchen technischen und rechtlichen Massnahmen lässt sich im Vorfeld dafür sorgen, dass das heikle Parkett der Personenüberwachung gar nicht erst betreten werden muss.

lic. iur. Christian Leupi, Rechtsanwalt
MAS Business Information Technology
Partner bei Grossenbacher Rechtsanwälte, Luzern
(www.gr-law.ch)

Grossenbacher Rechtsanwälte AG
Zentralstrasse 44, 6003 Luzern
T +41 41 500 56 56, F +41 41 500 56 57

Anzeigen

Buchhaltungs programme.ch

«Buchhaltungsprogramme.ch – Bis 10% Rabatt für SKV Mitglieder!»

Konkubinat und Grundstückerwerb

Marius Brem

Neben manchem anderem haben Konkubinatspaare mit Ehepaaren gemeinsam, dass sie eine Lebensgemeinschaft sind – und oft gerne eine Wohnung oder ein Haus ihr eigen nennen möchten. Was aber geschieht bei einer Trennung oder dem Tod eines Partners?

Alleineigentum

Hat einer der Partner die Immobilie zu Alleineigentum erworben, so ist wenigstens in sachenrechtlicher Hinsicht die Konsequenz klar. Bei Trennung oder Tod eines Partners hat der Nicht-Eigentümer höchstens wertmässige Ausgleichsansprüche, aber keinen Anspruch auf das Eigentum.

Sofern der Alleineigentümer-Partner das ganze Eigenkapital alleine geleistet hat, ergeben sich in der Regel kaum Probleme. Die Beiträge des anderen Partners beispielsweise an die Hypothekarzinsen und Nebenkosten sind im Rahmen des Konkubinats zumeist als Beiträge an die gemeinsame Lebensführung zu qualifizieren und es ergeben sich daraus keine Ersatzansprüche.

Anders verhält es sich, wenn der Nicht-Eigentümer überdurchschnittlich zur Kostentragung beiträgt. Im Falle von Trennung oder Tod eines Partners kann dies zu Rückforderungsansprüchen führen. Dasselbe gilt für den Fall, dass beide Partner Eigenkapital zum Erwerb der Immobilie zur Verfügung stellen, aber nur einer als Eigentümer eingetragen wird. Schriftliche Vereinbarungen der Partner können dieses Problem entschärfen. Dennoch sollte, wer mitfinanziert, auch Miteigentümer sein oder sonstige Sicherheiten (Inhaber-Schuldbrief) erhalten.

Miteigentum

Auch die Eintragung der Partner als Miteigentümer löst nicht sämtliche Probleme. Bei Trennung der Partner kommt als Lösung in aller Regel nur die Übernahme durch einen der Partner oder der Verkauf an Dritte in Frage. Beides kann dauern oder an nicht beeinflussbaren Umständen scheitern. So beispielsweise dann, wenn die finanzierende Bank die wirtschaftliche Leistungskraft des übernahmewilligen Miteigentümers als ungenügend erachtet oder die Partner sich nicht über den Verkaufspreis einig werden. Letzteres ist vor allem dann der Fall, wenn ein Verlust realisiert werden müsste.

Tod eines Partners

Verstirbt einer der Partner (ohne Testament oder Erbvertrag), so erbt der überlebende Partner nichts. Der Miteigentumsanteil des verstorbenen Partners wie auch sein gesamtes übriges Vermögen geht an dessen Angehörige. Der überlebende Partner muss sich im Resultat mit neuen Miteigentümern wie etwa dem Noch-Ehegatten des verstorbenen Partners oder dessen Kindern auseinandersetzen. Die Erben des verstorbenen Partners können jederzeit die Aufhebung des Miteigentums verlangen.

Dieses Resultat wünschen sich die meisten Konkubinatspartner nicht und versuchen dem zumeist erbvertraglich entgegen zu wirken. So können Geschwister von der Erbfolge gänzlich ausgeschlossen und Kinder bzw. Eltern auf den Pflichtteil gesetzt werden. Je nach Sachlage kann es sich auch empfehlen, dem Partner den Miteigentumsanteil als Vermächtnis zuzuwenden oder zu dessen Gunsten auf das eigene Ableben hin eine Nutzniessung zu begründen.

Marius Brem
Rechtsanwalt und Notar, Kriens

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

Anzeigen

Lenovo empfiehlt Windows® 7 Professional.

ERFOLGSZIELE SICHER ERREICHEN

ThinkPad T510 Notebook: Top-Leistung und Zuverlässigkeit für Profis

swisscom

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

Best.-Nr.: NTIGFMZ

intel CORE i7 vPro inside

Alles im Griff

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

lenovo

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

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

SuisseEMEX'11: Im Zeichen der (R)Evolution

Die SuisseEMEX'11 – die grösste Schweizer Fachmesse für Marketing, Kommunikation, Event und Promotion – präsentiert vom 23. bis 25. August 2011 in der Messe Zürich den gesamten Wertschöpfungsprozess zum Kommunikationsalltag der Zukunft. Zentral an der fünften Ausgabe der SuisseEMEX ist die 360 Grad vernetzte Marketingwelt im Zeichen der (R)Evolution: Vom Direct Marketing über integrative CRM- und Online-Lösungen bis hin zu innovativen Startup-Unternehmen im KMU-Bereich ist alles miteinander vernetzt und auf die rasanten Entwicklungen der jüngsten Zeit ausgerichtet.

Erstmalig an der SuisseEMEX'11 lässt die Schweizerische Post gemeinsam mit elf namhaften Partnern aus der Direct-Marketing-Branche einen ganz besonderen Messestand entstehen. Das Motto: Tasten, fühlen, schmecken, riechen, hören – Besucher tauchen in eine Direct-Marketing-Welt ein, die alle Sinne anspricht. «Wie wirkt mein Mailing beim Empfänger? Womit gewinne ich seine Aufmerksamkeit?» – Tipps zur überzeugenden Wahrnehmung und Wirkung einer Direct-Marketing-Massnahme mit allen Sinnen gibt es erstmalig an der diesjährigen SuisseEMEX. Ob als duftender Brief, Rubbelmailing oder aussergewöhnliches Sampling: physische Mailings können im Gegensatz zur elektronischen Kommunikation alle Sinne ansprechen und damit bei Empfängern deutlich mehr Reaktionen auslösen. Briefe und Pakete eignen sich besonders gut, um Botschaften zu überbringen und den Empfänger zu überraschen. Sei es mit dem Inhalt, der Gestaltung oder dem Material. Von der kreativen Idee bis zum Versand: Die Schweizerische Post und ihre Partner zeigen die Vielfalt des Direct Marketing und beantworten dem Fachpublikum alle Fragen zur Entstehung von aussergewöhnlichen und wirkungsvollen Mailings.

Trends, Innovationen und Business Kontakte

An der fünften SuisseEMEX stehen die aktuellsten Innovationen der vernetzten Kommunikation und zukunftsweisende Trends der Marketing- und Eventbranche im Mittelpunkt. Dabei profitieren die Besucher neben einem erlebnisreichen Aussteller-Mix von einem kostenlosen Fachkongress auf drei Bühnen – von Direct bis Digital Marketing, von CRM-Lösungen bis Innovationen der Live Communication und Business Solutions für KMU. Umrahmt wird der Fachkongress von Expertenstudios, Tabletalks und Networking-Events. Hier erfahren die Fachbesucher von Experten in einem interaktiven Networking-Dialog, welche Neuheiten es im Kommunikationsalltag gibt. Ein weiteres Thema, das die Branche bewegt, ist der User Experience Bereich: Unternehmen aller Branchen erkennen jetzt, dass erlebbarer Nutzen, gute Usability und konsistentes Brand Design der Produkte oder Services über die Gunst ihrer Kunden entscheiden. Diesem Bedürfnis begegnet der neue Zukunftsmarkt der SuisseEMEX'11. Mehr zur grössten Marketingfachmesse und zum Kongressprogramm unter www.suisse-emex.ch.

Predrag Jurisic

Die SuisseEMEX'11 auf einen Blick

Facts & Figures:
350 Aussteller
12'500 Fachbesucher
50 Expertenvorträge in 3 Foren
30 Führungen und Events
15'000 m² Messeerlebnis

Öffnungszeiten:
Dienstag, 23. August 2011 (Unternehmertag)
12.00–19.00 Uhr

Mittwoch, 24. August 2011
(XING Business Networking Tag)
09.00–18.00 Uhr

Donnerstag, 25. August 2011 (Erlebnistag)
09.00–17.00 Uhr

Messeort:
Messe Zürich, Wallisellenstrasse 49, 8050 Zürich-Oerlikon, www.messe.ch. Anreise bequem mit ÖV bis zur Haltestelle Hallenstadion. Fahrplanauskünfte unter www.sbb.ch. Für die Anreise mit dem Auto steht das Parking der Messe Zürich zur Verfügung, Einfahrt Hagenholzstrasse.

Ticketing und Programm:
Im Vorverkauf erhältlich unter www.suisse-emex.ch oder an der Tageskasse. Ein Tageseintritt «all-inclusive» für die Fachmesse mit integriertem Kongress kostet CHF 50.00 bzw. CHF 30.00 für Studenten und AHV-Bezüger. Das detaillierte Event- und Messeprogramm ist ebenfalls auf der Webseite zu finden.

Specials:
- EMEX Wiesn Fest am Dienstag, 23. August 2011 in den Messehallen – Networking in bester Stimmung nach Messeschluss
- Early Morning Ticket: Gratis-Eintritt bis 10.00 Uhr inkl. Kaffee & Gipfeli
- 30minütige Special Interest Guided Tours für Besucher

Messe-Veranstalter:
EMEX Management GmbH
Lindenbachstrasse 56, 8006 Zürich
info@suisse-emex.ch, www.suisse-emex.ch
Tel.: +41 (0)44 366 61 11

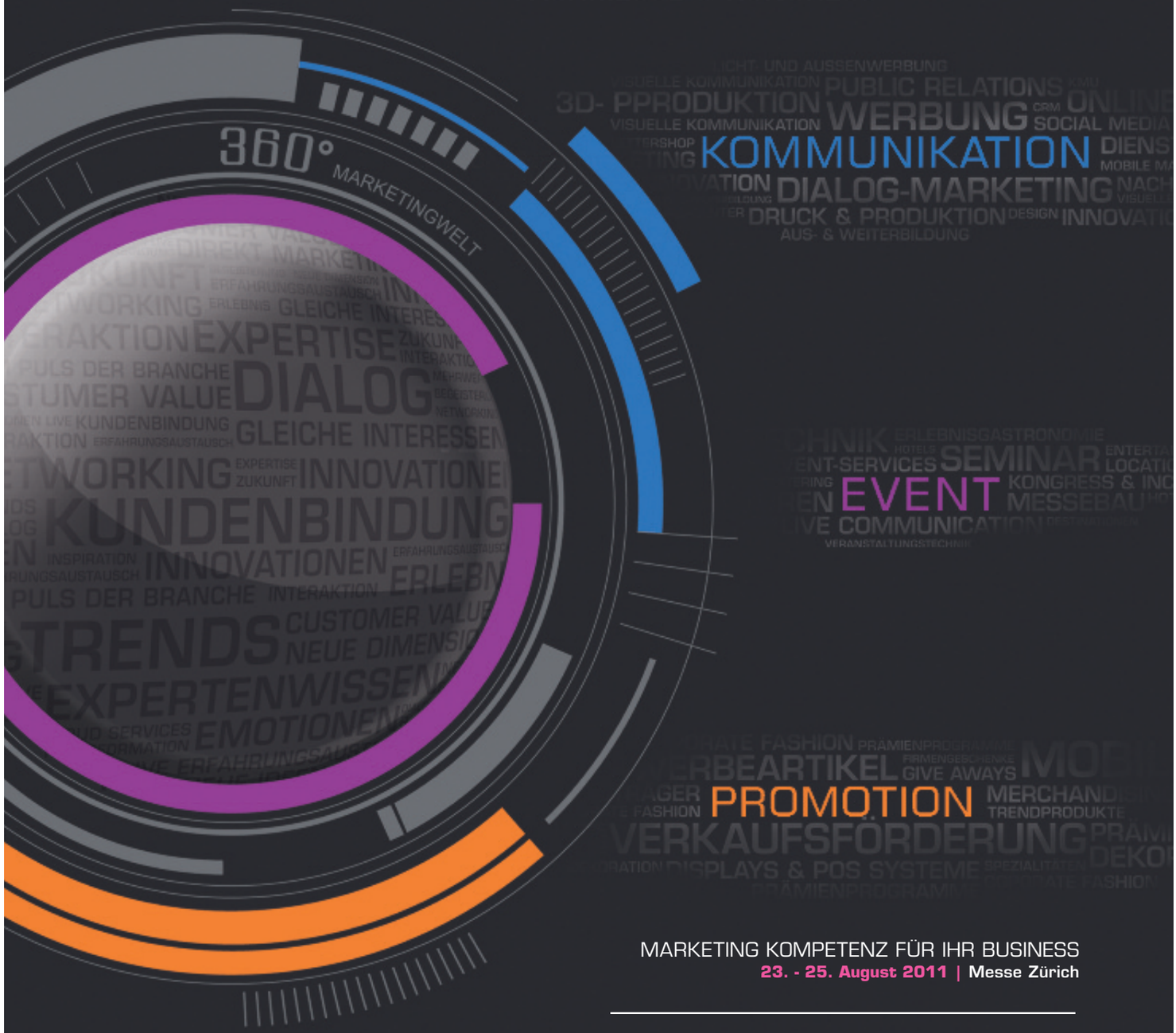
Ewa Ming, Geschäftsführerin
EMEX Management GmbH
ewa.ming@suisse-emex.ch

Predrag Jurisic, Medienbeauftragter
EMEX Management GmbH
predrag.jurisic@suisse-emex.ch

suisse emex '11

360° MARKETINGWELT

FACHMESSE & KONGRESS



MARKETING KOMPETENZ FÜR IHR BUSINESS

23. - 25. August 2011 | Messe Zürich

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

EMEX Management GmbH

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

SKV-Mitglieder profitieren als Mitaussteller im KMU Business Park gleich mehrfach

Der SKV hat für seine Mitglieder im KMU Business Park der SuisseEMEX'11 – der grössten Schweizer Marketingfachmesse mit integriertem Kongress – ein besonders attraktives Aussteller-Package geschnürt: Im Vorfeld zur SuisseEMEX'11, die vom 23. bis 25. August 2011 in der Messe Zürich stattfindet, erhalten teilnehmende Mitglieder eine ganzseitige PR- und Inseratemöglichkeit und monatliche Erwähnung mit Logo in der Zeitung «*ERFOLG*» sowie in eNewslettern an 72'000 Unternehmen.

Während der SuisseEMEX'11 profitieren die SKV-Mitglieder als Mitaussteller von einem all-inclusive Angebot:

- Ausstellermarketingpaket im Wert von Fr. 600.–
- 4 m² Bodenfläche
- Stromanschluss
- Stromverbrauch und Abfallentsorgung
- Möblierung: Pylone mit hinterleuchteter individueller Grafik
- Unterbau als Stauraum (nicht abschliessbar), 1 Barstuhl
- Prospekthalter A4
- Standbeschriftung
- Teppich, Beleuchtung
- 2 Ausstellerausweise
- Bar & Lounge sowie gesamter KMU Park in edlem Design, gestellt durch den SKV
- Visitenkartenwettbewerb an der Messe: Die Partner erhalten danach alle Kontakte

Nach der Messe werden die Aussteller im Nachbericht zur SuisseEMEX'11 mit ihrem Logo erwähnt, erhalten eine ganze Seite PR inklusive Inserat sowie Adressen aller Standbesucher, welche am Wettbewerb teilgenommen haben.

Dieses komplette KMU Standpartnerpaket kostet bescheidene Fr. 4600.–. Ein unschlagbarer Preis für all diese Leistungen für einen professionellen Auftritt bei mehr als 12'000 Fachbesuchern.

Jetzt Infos anfordern unter: Tel: 041 761 68 52 oder Email info@kmuverband.ch.

Predrag Jurisic

Kerstin | Robert Zauberkünste www.zauberkünste.at
aranea marketing
GREENKERN MEDIA
mdm training
Der KMU-Lotse
BallonBox®
SÜDOSTSCHWEIZ PRINT
ADVENTURE WORLD KIDDYS® www.kiddys.ch

Über die SuisseEMEX'11

SuisseEMEX'11 – die führende Schweizer B2B Fachmesse für Marketing, Kommunikation, Event und Promotion – geht **vom 23. bis 25. August 2011 in der Messe Zürich** in die fünfte Runde. Ausgestellt werden Produkte und Dienstleistungen rund um die Themen **Marketing, Promotion, Werbemittel, Event und Live Communication**.

Die Vorbereitungen zur SuisseEMEX laufen auf Hochtouren: **Rund 300 führende Unternehmen** haben sich bereits für eine Messebeteiligung an der SuisseEMEX'11 entschieden – die letzten freien Standplätze sind begehrt.

Profitieren jetzt auch Sie als Mitglied des Schweizerischen KMU Verbandes vom KMU Business Park und den attraktiven all-inclusive Standlösungen. Rufen Sie uns an – wir beraten Sie gerne:
Tel: 041 761 68 52 oder schreiben Sie uns eine Email info@kmuverband.ch.

Ob im Startup Park, im Online Bereich, im KMU Businesspark, im CRM oder Promotionsbereich – für jedes Unternehmen der Marketing-, Kommunikation-, Event- und Promotions-Branche bietet die Suisse EMEX'11 attraktive Themenparks und Messebereiche für eine gezielte und erfolgreiche Unternehmenspräsentation. Für interessierte Aussteller gibt es zahlreiche Möglichkeiten, sich in den verschiedenen Themenbereichen zu präsentieren.

Den Besucher erwartet ein Mix von Ausstellern, die sich innovativ und erlebnisreich präsentieren. Parallel zum Messegeschehen findet auf drei thematisch unterschiedlich gestalteten Fachbühnen ein hochkarätig besetztes Kongressprogramm statt. 80 Referenten informieren praxisnah über aktuellste Marketingthemen aus dem ganzen Marketing-Mix und zeigen auf, wohin die Reise in die Zukunft der Kommunikation geht. Das Themenspektrum reicht von Online Marketing und Mobile Marketing, Social Media, Blog über Trends in der Werbung, Datenschutz bis hin zu nachhaltigen Events und «günen» Meetings.

Erwartet werden über 12'000 Fachbesucher, die auf der Suche nach zukunftsweisenden Strategien, aktuellsten Trends und professionellem Know-how in Sachen Marketing und Kommunikation sind und die SuisseEMEX als Schweizer Businessplattform für neue Kontakte und ihr persönliches Networking besuchen.

Wie Onlinevideos Marken beeinflussen

Oliver Lauter

Noch vor wenigen Jahren konnten sich nur grosse Marken Fernsehwerbung leisten. Kein Wunder, kostete doch eine Werbesekunde zur Primetime bei RTL rund 20.000 Franken und mehr. Die Produktion eines Werbespots kratzte nicht selten am Millionenbudget. Gleichzeitig hatten nur grosse Marken oder bahnbrechende Erfindungen die Chance, als Story ins Free-TV zu gelangen.

Doch mit der Einführung von Videoportalen wie Youtube, MyVideo, Clipfish, Sevenload, Vimeo und Co. hat sich die Medienwelt plötzlich verändert. Mit der Aufnahmetechnik sinken nicht nur die Produktionskosten, sondern gleichzeitig vervielfachen sich noch die Sendeplätze. Fernsehexperten gehen davon aus, dass die jetzt 10jährigen in 10 Jahren überhaupt kein klassisches Fernsehen mehr schauen, heisst sich vor ein Empfangsgerät setzen und warten, bis ein spannendes Programm läuft. Sie werden Videos nur noch on demand – bei Bedarf abrufen und schauen.

Die Entwicklung der Videoportale bietet KMU ungeahnte Chancen. Denn sie können zu selbst Programm machen. Sie werden vom Empfänger plötzlich selbst zum Sender. Was kaum eine KMU weiss, dass es bereits heute zu vergleichsweise günstigen Konditionen sogar mit einem eigenen Firmenkanal auf Youtube zu starten. Komplett durchgestylt in der eigenen Corporate Identity, mit Texten in der eigenen Firmensprache. In Netzwerk-TV.ch des Schweizerischen KMU Verbands (SKV) können sich Unternehmen kostenlos anmelden.

Spannend ist der strategische Einsatz von Online Videos vor allem, weil sich der Nutzen gleich vielfach darstellen lässt:

1. Videos bieten über Ton, Personen, Story Bewegung und Musik Emotionen, die Produkte Images verpassen. Keine Kommunikationsart arbeitet so wirksam an der Einstellung zu Marken.

2. Über Mail und Socialmedia-Plattformen wie Facebook lassen sich Videos sekundenschnell weltweit teilen und verbreiten.

3. Im Gegensatz zum klassischen Werbespot im TV steht im Internet kein Video ohne Zusammenhang beim Zuschauer: Überschriften, Textbeschreibungen, Suchworte (Tags) und Links bieten den direkten Link zum Adressaten oder zur Produktinformation.

4. Onlinevideos schaffen Vertrauen: Zum Beispiel für Bewerber als Hintergrundinformation über das Unternehmen in einer Jobbörse.

5. Onlinevideos klären auf: Wie funktioniert was? Mit Onlinevideos lassen sich technische Filme und Videobedienungsanleitungen weltweit verschicken oder als Archiv anlegen.

6. Immer häufiger werden Youtube Kanäle zum Beispiel für die virale Einführung von neuen Produkten genutzt, um ein erstes Feedback vom Markt zu bekommen. BMW praktiziert das zum Beispiel mit Prototypen.

Musikvideos und virale Videos, verschlingen relativ hohe Kosten. Denn nur, wenn sie professionell gedreht sind und auch unterhalten, kommen sie beim Zuschauer an. Viral heisst, sie müssen es schaffen, den User dazu zu bewegen, das Video an andere weiterleiten zu wollen.

Spannend ist die Verknüpfung mit Localsearch (lokale Suche im Netz) wie Qype oder Google Maps: Wer hier einen Film vorzuweist, hat ganz klar einen Wettbewerbsvorteil. Denn ein gut gemachter Film ist wie ein Vertrauensvorschuss. Und noch einen Vorteil hat ein Online-Video: Suchmaschinen bewerten Firmen mit Video generell höher als Unternehmen ohne Video Content. Wichtig ist allerdings: Firmenvideos mit belangloser Gratismusik, allgemeinen Bildern und austauschbaren Texten sollten im Jahr 2011 tabu sein. Der Trend geht eindeutig zu sehr persönlichen Portraits mit Begeisterung und Emotionen. Nur dann schafft ein Online Video das, was es soll: Vertrauen aufbauen zu neuen Kunden und Zulieferern, die das Unternehmen nicht kennen.

Oliver Lauter

GREENKERN MEDIA GMBH
Erlenbrunnenweg 8A
5442 Fislisbach
056 470 01 89
www.greenkern.ch

Live-Berichterstattung von der SUISSE EMEX 2011

Exklusiv berichtet die GREENKERN MEDIA GMBH live für den Schweizerischen KMU Verband (SKV) von der SUISSE EMEX 2011.

Neben Interviews und Diskussionen gibt es auch Ausstellerportraits und Reportagen für das Videoportal www.netzwerk-tv.ch und den Youtube-Kanal des SKV.
www.youtube.com/kmuverband

Wer live bei den Videoproduzenten und Mediengestaltern über die Schulter blicken will, schaut einfach beim KMU Businesspark des Schweizerischen KMU Verbands vorbei.

Auf dem Stand von **GREENKERN MEDIA** und dem **aranea marketing** Stand können sich Marketingexperten und Unternehmer individuell zum Thema Online-Video, Videomarketing und Corporate Language beraten lassen. EMEX Aussteller können hier Ihr persönliches Ausstellervideo buchen.

HOSTPOINT

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

UNSER DANKESCHÖN FÜR SIE ALS MITGLIED DES KMU VERBANDES

GUTSCHEIN

12 Monate
BUSINESS
Server

→ Gültig bis
30.09.2011

WERT CHF 298.–*

KEIN GUSCHEIN VORHANDEN?

Fordern Sie Ihren Gutschein-Code an bei **croellin@hostpoint.ch**
Diesen können Sie dann via **www.promo.hostpoint.ch** einlösen

367% mehr Anfragen dank online Controlling

Translation-Probst hat sich dank Qualitätsgarantie und Express-Lieferung vor allem bei Firmenkunden eine führende Position im Schweizer Markt erarbeitet. Mit gezielten Internetmarketing-Massnahmen konnte der jährliche Umsatz um weitere 25% gesteigert und die Konversionsrate des Online-Preisrechners um 367 % erhöht werden.

Angesichts der hohen Ansprüche an die Qualität und die Anpassung der Übersetzungen an die Zielgruppe setzen renommierte Kunden wie Swisscom, Migros, Heineken oder Phonak seit Jahren auf Translation-Probst. Nachdem die Übersetzungsagentur seit 2005 immer wieder Versuche über Google AdWords gemacht hat, wollte der Geschäftsführer Roman Probst die online Kundengewinnung auf eine professionelle Basis stellen. Da er während Jahren immer wieder von den nachhaltigen Erfolgen von Kunden gehört hatte, welche mit Worldsites zusammengearbeitet haben, kam für ihn nur diese Agentur in Frage.

Analyse des Besucherverhaltens als Basis der Optimierung

Als Basis für alle weiteren Massnahmen wurde als Erstes ein Controlling des Besucherverhaltens eingeführt. Zwar setzte die Übersetzungsagentur bereits seit 2007 Google Analytics ein. Die Analytics-Spezialisten von Worldsites mussten aber zuerst einige Anpassungen an der Konfiguration vornehmen, damit Google Analytics auch sinnvoll eingesetzt und die richtigen Daten systematisch gemessen werden können. Wie bei den meisten Firmen, die Google Analytics einsetzen, zeigte sich, dass die eingesetzte Standard-Konfiguration ungenügend war und wichtige Kenngrössen, Kontaktaufnahmen und Downloads nicht wiedergegeben wurden.

Das Ergebnis der angepassten Google Analytics Konfiguration besteht darin, dass nun genau verfolgt werden kann, von welchen Auftritten und mit welchen Suchbegriffen diejenigen Besucher auf die Website gelangen, die ein Angebot eingeholt oder den Preis online berechnet haben. Auch die Zahlen über die besuchten Seiten und die Absprungraten stimmen nun, so dass gezielt einzelne Seiten angepasst werden konnten, welche nicht den Kundenbedürfnissen entsprachen und deshalb den Kunden nicht zu 100% abholten. Auch der Online-Preisrechner konnte punkto Benutzerführung zielgerecht verbessert werden, da nun verfolgt werden kann, welche Besucher den Preisrechner besuchen und in welchem Schritt die Besucher wieder verloren gehen.

Ansprache neuer Kunden über Google

Mit Hilfe des aufgebauten Controllings kann nun detailliert verfolgt werden, welche Begriffe echte Interessenten auf den Auftritt bringen. Darauf aufbauend wurde die bestehende Google AdWords Kampagne entsprechend optimiert. Das Ziel bestand im ersten Schritt darin, während einigen Wochen ein möglichst breites Spektrum an Interessenten anzuziehen. Somit konnte herausgefunden werden, über welche Begriffe effektive Interessenten angezogen werden. Dies ist im Bereich Übersetzungen nicht so einfach, da die Suchbegriffe derjenigen, welche nur eine kostenlose online Übersetzung suchen und denjenigen, welche ein professionelles Übersetzungsbüro beauftragen wollen, sehr nahe beieinander liegen.

Mit Hilfe des aufgebauten Controlling-Systems konnte nun die Adwords-Kampagne gezielt auf die Begriffe mit dem besten Return-on-Investment ausgerichtet werden. Zudem wurden diejenigen Begriffe erkannt, für welche es sich lohnt, bei den organischen Suchergebnissen gefunden zu werden. Translation-Probst will schliesslich nicht nur diejenigen potentiellen Kunden ansprechen, welche bei Google auf die Werbung klicken, sondern bei den guten Begriffen auch die Mehrheit erreichen, welche auf die organischen Suchergebnisse klickt.

Für wichtige Begriffe wie «Übersetzungsbüro» ist Translation-Probst heute bei Google die Nummer 1.

367% mehr Konversionen durch Optimierung der Inhalte

Mit Hilfe des aufgebauten Controlling-Systems wurde auch erkannt, welche Website-Inhalte die jeweilige Zielgruppe nicht überzeugen. Aufgrund dessen wurden für die wichtigsten Zielgruppen eigene Inhalte aufgebaut, in denen die Kundensprache verwendet wird um die Kunden gezielt abzuholen und zu möglichst vielen Abschlüssen zu führen. Einzelne Inhalte mussten auch deswegen umgeschrieben werden, da sich zeigte, dass die Kunden andere Suchbegriffe verwendeten als diejenigen, welche auf www.translation-probst.com verwendet wurden. Natürlich sind solche Anpassungen ein ständiger Verbesserungsprozess und auch heute noch gibt es viel Optimierungspotential. Die bisher erreichten Ergebnisse sind jedoch bemerkenswert.

Die Worldsites Experten analysierten auch den Online-Preisrechner und schlugen verschiedene Anpassungen am Layout vor. Dadurch konnte die Konversionsrate (der Anteil der Personen, die eine Anfrage auf dem Preisrechner starten im Verhältnis zu den erhaltenen Aufträgen) **um 367% gesteigert werden**. Die durchgeführten Massnahmen führten also dazu, dass einerseits mehr Besucher auf den Preisrechner gelangen und andererseits ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein Besucher des Preisrechners auch einen Auftrag erteilt, um 367% gestiegen.

Roman Probst ist mit den erreichten Ergebnissen mehr als zufrieden. Das bereits vor der Zusammenarbeit mit Worldsites erfolgreiche Unternehmen konnte nicht nur den Umsatz um 25 % steigern. Er schätzt vor allem auch die kompetente Unterstützung und Beratung in Marketingfragen, welche immer auch darauf ausgelegt sind, einen Know-how Transfer zu vollziehen. Damit wird das Wissen in seinem Unternehmen über erfolgreiches Online Marketing vertieft. Er hat also nicht nur neue Kunden gewonnen, auch seine Wahrnehmung der Kundenbedürfnisse wurde geschärft. Durch ein noch Kunden- und praxisorientierteres Denken schafft es Translation-Probst heute mehr denn je, den Mitbewerbern eine Nasenlänge voraus zu sein. *Beat Z'graggen*

Weitere Informationen:
Translation-Probst
Tel. 0840 123 456, info@translation-probst.com
www.translation-probst.com

suisse emex '11

Gratis-Tickets für Suisse-Emex
Unverbindliche Beratung wie Sie den Umsatz erhöhen in Halle 4, Stand 4.312
Worldsites GmbH
Tel. 041 799 80 99, info@worldsites-schweiz.ch
www.worldsites-schweiz.ch

Beeinflusst der Kunde uns – oder wir den Kunden?

Robert W. Haas

Wer einen Hammer kauft, möchte nicht unbedingt einen Nagel in die Wand hämmern, sondern vielleicht ganz einfach ein schönes Bild aufhängen.

Was hier etwas spitzfindig kling ist nichts anderes als das eigentliche Ziel einer Handlung wieder ins Zentrum unserer Aufmerksamkeit zu rücken. Daher stelle ich hier bewusst provokativ die Frage: «Sind wir uns bei der Kundenkommunikation bewusst was das eigentliche Ziel unserer Kunden ist?»

Der Benutzer von sozialen Medien möchte nicht einfach mit Firmen kommunizieren – auch wenn es viele so formulieren – er möchte einfach für ihn besser angepasste Produkte für sein Geld bekommen. Dazu benötigt er natürlich mehr Informationsaustausch zu den Produkten und die sozialen Medien sind sein «Hammer» oder das Werkzeug um an Produktinformation zu gelangen und um seine Wünsche oder Bedürfnisse an die Industrie zu vermitteln.

Die Information (Wünsche), welche der Kunden an eine Firma weitergibt, ist enorm wertvoll für letztere. Die sozialen Medien dienen den Herstellern zur Verbesserung ihrer Produkte und werden vermehrt auch als Marktforschungsinstrument eingesetzt, obwohl die statistischen Kennzahlen (z.B. Varianz, Standard Abweichung) nicht immer ersichtlich sind. Bisher haben Firmen neue Produkte, trotz klassischer Marktforschung, im Elfenbeinturm ihrer F&E Abteilungen entwickelt ohne dabei nach den wirklichen Kundenbedürfnissen zu fragen. «Die Entwicklung von Handys z.B. ginge zu schnell um dafür Kunden nach ihren Wünschen zu fragen» hörte man oft. Steve Jobs hat mit dem iPod, iPhone oder dem iPad nun genau das Gegenteil bewiesen. Der Kunde kauft schlussendlich das Produkt, welches ihm den grössten (empfundenen) Nutzen bietet.

Wer frägt, bekommt eben nur die Antwort auf seine Frage. Wer kommuniziert bekommt neue Ideen, also Antworten auf Fragen die noch gar nicht gestellt wurden.

Deshalb stellt sich heute die Frage: «Können wir die Kunden weiterhin beeinflussen oder werden wir langsam von unseren Kunden beeinflusst?» Die Technologie hat die Kommunikationsweise verändert und damit den Stellenwert des Kunden und daher verändert letzterer nun die Industrie. Mit der klassischen Werbung war das Machtgefälle einseitig, mit dem Internet und den sozialen Medien hat sich dies nun hin zum Kunde verschoben.

Die Welt verändert sich, die Märkte verlagern sich und die sozialen Medien stellen unsere Geschäftswelt regelrecht auf den Kopf. Bi-direktionale Kommunikation (im Sinne Marktforschung & Marketing) muss als Ganzes betrachtet werden und in der Gesamtstrategie einer Firma eingebettet sein. Die Firmen sollten sich daher zusammen mit ihren Kunden verändern um ihnen auch weiterhin einen wertvollen Nutzen liefern zu können. Nur eine kohärente Zusammenarbeit zwischen Industrie und Kunden kann und wird in einer Welt des permanenten Wandels überleben.

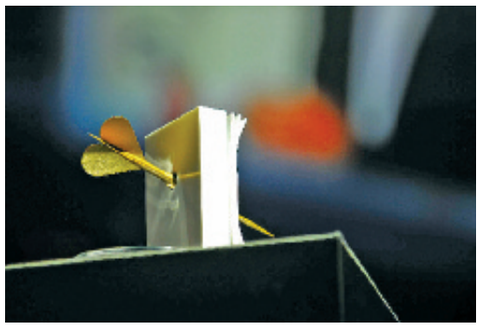
Verändern wir uns mit unserem Kunden, damit Überleben wieder Leben bedeutet.

Ihr KMU-Lotse *Robert W. Haas*

Der KMU-Lotse c/o
DatAnalytics GmbH
Innere Güterstrasse 2
6300 Zug
www.datanalytics.ch

Anzeige Aussteller der SuisseEMEX'11

Die Marketing-Trophy Image-Cashflow für Unternehmer



Die Marketing-Trophy, der «Oskar» der Marketer, ist die höchste Auszeichnung, die in der Schweiz für herausragende Leistungen im Marketing verliehen wird. Der Aufwand für Organisation und Durchführung ist gross, der Imagegewinn für die Beteiligten und vor allem die Prämierten ebenfalls.

Wenn am 6. März 2012, am Schweizerischen Marketing-Tag im KKL Luzern die Bühne wieder frei ist für den Oskar der Marketer, liegen viele anstrengende Arbeitsstunden hinter den Organisatoren. Der Löwenanteil der Vorbereitungsarbeiten liegt bei Swiss Marketing und hier zu diesem Zeitpunkt bei der Geschäftsstelle und Herrn Marcel Weibel, Bereichsleiter Verbandswesen. Er beantwortet Anfragen bezüglich Prozedere und erteilt entsprechend Support.

Neutralität und Verantwortung

Die 11-köpfige Jury nimmt naturgemäss eine ganz besondere Verantwortung wahr. Planungsarbeit im engeren Sinne gibt es für die Crew zwar nicht. Sie geht völlig unbelastet und in Unkenntnis von Anzahl und Art der Eingaben an ihre Arbeit. Das gewährleistet von Grund auf eine unvoreingenommene und absolut neutrale Bewertung. Juryarbeit ist aber nicht für jedes Jurymitglied gleich. Jurypräsident Marco Bernasconi muss sich schon im Vorfeld um die Pre Selection kümmern und die Kurzeingaben zeitnah prüfen. Es geht hier noch nicht um Qualität, beurteilt wird einzig, ob alle Vorgaben eingehalten wurden. Erst wenn das der Fall ist, wird eine weitergehende Prüfung überhaupt möglich. Bei der genauen Kontrolle des eingereichten Materials wird nicht so sehr auf den Umfang, sondern vielmehr auf die Güte und Vollständigkeit der Aufbereitung geachtet. Wo nötig, werden Zusatzinformationen aus dem Internet recherchiert. Der Raster der für die Eingabe benutzt wird ist jedoch so straff und konzis, dass sehr schnell ein erster Eindruck bezüglich den relevanten Eckwerten feststeht. Die vertiefte Analyse und der intensive Meinungsaustausch in der Jury erfolgt dann dort, wo Unsicherheiten bestehen und ergänzendes Material wie Marktforschungsergebnisse, Absatzzahlen, Kommunikationskonzepte oder Budgets gezielt konsultiert werden.

Die gründliche Prüfung der Eingaben ist aufwendig. Fehlt ein wichtiger Aspekt wie der Erfolgsnachweis, ist auch die beste Präsentation in Frage gestellt. Dazu Jurypräsident Marco Bernasconi: «Aufgrund profunder Erfahrung wissen wir, dass kurzfristiger Erfolg noch absolut kein Garant ist für das langfristige Ergebnis.»

Die Jury wird weiblicher

Die Jury ist ab sofort nicht mehr wie bisher fast ausschliesslich männlich geprägt. Gleich drei Frauen bereichern und verstärken die Urteilskraft des Gremiums:

Niina Eschmann von der Axpo Holding, Leiterin Markenführung, Sponsoring und Werbung

Sabina Furler, Chief Executive Officer Beldona AG

Christine Hallier Willi, ZHAW School of Management an Law, Dozentin für Marketing

Die männlichen Jurymitglieder sind weitgehend dieselben:

Lic. phil. Marco Bernasconi
Jury-Präsident, Geschäftsführer WEMF AG für Werbemedienforschung

Frank Bodin -> Werber des Jahres 2009, Chairman & CEO der Euro RSCG Group Switzerland
Jury-Chairman ADC
(Art Directors Club Schweiz)

Anzeige Aussteller der SuisseEMEX'11

Innovative Lösungen...
Qualität aus einer Hand!

Wir sind Aussteller und freuen uns auf Ihren Besuch
Stand Nr. 5.110

DekoPoint Displaylösungen

Gewerbezentrum Arova
CH-8247 Flurlingen

Tel. +41 52 659 13 22
Fax +41 52 659 13 23

info@dekopoint.ch
www.dekopoint.ch

Prof. Dr. Claus-Michael Domenghino
Professor, Dozent Fachhochschule Nordwestschweiz, Olten

Roger Harlacher
Direktor Marketing und Verkauf
Zweifel Pomy-Chips AG
Präsident SWA
(Schweizer Werbe-Auftraggeberverband)

Marcel Kohler
Geschäftsführer
20 minuten

Lic. oec. HSG et lic. iur Peter E. Naegeli
Präsident des Verwaltungsrats von Abegglen Management Consultants AG

Dr. Christoph Theler
Leiter Category Management B+H, Coop

Prof. Dr. Sven Reinecke
Universität St. Gallen (HSG),
Institut für Marketing
Direktor

Die Auswahl der Jurymitglieder wurde mit dem Präsidenten von Swiss Marketing, Uwe Tännler, abgesprochen. Auswahlkriterien sind Erfahrung, Leistungsausweis und eine ausgewogene Zusammensetzung bezüglich der Tätigkeitsfelder. Die Bewertungskriterien und der Prüfungsprozess sind festgelegt und haben sich in den letzten Jahren bezüglich Konsistenz und Relevanz bewährt.

Trophy-Sieger sind oft auch Marktsieger

Den Aussagen ehemaliger Gewinnern zufolge, ist es ein bedeutender Imageschub für das Unternehmen, eine grossartige Motivation der Mitarbeiter und ein klares Signal für eine überdurchschnittliche Marketingkom-petenz. Jurypräsident Marco Bernasconi: «Jeder seriöse Preis kann und soll kommuniziert werden. Man darf durchaus damit zeigen, dass man Bestleistungen erbringt. Aufmerksamkeit und Wertschätzung steigern die Attraktivität des Unternehmens gegenüber Kunden, Handel und Mitarbeitern.»

SWISS MARKETING (SMC)
Baslerstrasse 32, Postfach 1016, 4603 Olten
Tel. +41 62 207 07 70, Fax +41 62 207 07 71
www.swissmarketing.ch

Nutzen Sie Ihre Gewinnchancen für die Marketing-Trophy 2012!
Reichen Sie Ihre Arbeiten jetzt ein. Starten Sie mit einer Kurzbewerbung im PDF-Format. Das erspart Ihnen viel Arbeit. Denn die Jury wird die Chancen Ihrer Kurzbewerbung innerhalb von 3 Wochen prüfen und Sie dann über den Stand Ihrer Bewerbung informieren. Erst dann ist es sinnvoll, eine umfängliche Arbeit schriftlich einzureichen. Abgabetermin für die Kurzbewerung (Pre-Selection) ist der 31. August 2011. Sie kann unter der folgenen E-Mail eingesandt werden: sekretariat@swissmarketing.ch, Vermerk: «Kurzbewerbung Marketing-Trophy».

Über die Bewerbung wird keine Korrespondenz geführt. Melden Sie sich jetzt an. Ein Sieg verschafft Publizität, bestätigt den professionellen und effizienten Umgang mit dem Marketing-Budget und würdigt die eigenen Mitarbeitenden.

Kategorien und Voraussetzungen
Die Fachjury beurteilt innovative Marketing-Projekte in 4 Kategorien. Am Schweizerischen Marketing-Tag vom 6. März 2012 wird in jeder Kategorie ein Gold-Gewinner prämiert. Projekte können von allen Unternehmen, NPO´s und Institutionen eingereicht werden. Auch die beteiligten Kreativ-Agenturen werden bei der Auszeichnung berücksichtigt. Seit 2011 wird auch ein Sonderpreis verliehen. Er zeichnet Projekte aus, die durch hervorragende Ideen oder innovative Teilaspekte auffallen, den strengen Regeln der Marketing-Trophy aber nicht vollumfänglich entsprechen. Trotzdem sind sie förderungswürdig und verdienen mediale Aufmerksamkeit. Der Sonderpreis ist im Gegensatz zur Marketing-Trophy nicht an einzelne Kategorien gebunden.

Weiterführende Informationen auf www. marketingtrophy.ch

Anzeige Aussteller der SuisseEMEX'11

Facebook-Fanseite von Lehrlingen für Kleinstbetriebe

«Meine Lehrlinge sind ständig auf Facebook – wie kann ich diese Seite sperren?» «Ich habe keine Zeit für Social Media, wir müssen Geld verdienen und nicht rumsurfen.» «Wir sind ein Blumenladen / eine Papeterie / ein Hair-Stylist / Haushaltwarenladen / eine Schreinerei / ein Feinkostgeschäft – wir brauchen keine Fanseite, oder?»

3 Fragen aus dem Alltag mit einer einfachen Lösung des Problems: binden Sie Ihre Auszubildenden in die Kommunikation für Ihr Unternehmen ein. Natürlich alles im Rahmen der Lernziele und Möglichkeiten und mit ein paar Spielregeln, aber Sie können gleich 3 Fliegen mit einer Klatsche schlagen. Warum?

1. Wenn Ihre Lehrlinge ohnehin auf Facebook sind, werden sie dies wohl auch in den Pausen sein: mit Smart- und iPhones.
2. Wenn sie nach Hause kommen erscheinen Status-Updates wie «mein Chef ist ein Nerd» und «sie hält Facebook wohl für einen Roman». Das muss nicht sein.
3. Jeder Mitarbeiter ist auch ein Botschafter Ihres Unternehmens, privat wie beruflich, also nutzen Sie dieses Potential und lassen Sie Inhalte erstellen – Sie werden überrascht sein, wie schnell diese auch neue Kunden erreichen.

Dieser Artikel soll Geschäftsinhabern und Lehrmeistern mit **5 einfachen Tipps, 3 Hinweisen** und **einer Anleitung** zur Seite stehen. Er zeigt, wie einfach eine Fanseite erstellt werden kann, auf was geachtet werden muss, was gut ankommt bei Kunden und wie Sie diese Kunden, mit Hilfe Ihrer Mitarbeiter, zu Fans machen.

5 einfache Tipps

1. Zu allererst müssen Sie bei allen Beteiligten ein **Bewusstsein schaffen**, dass Social Media zur heutigen Kommunikation dazugehört. Natürlich gibt es Betriebe, welche (noch) davon ausgenommen sind, wie z.B. Krankenhäuser, aber selbst Schreinereien und Veloläden sehen das Potential, wenn sie ihren Kundinnen und Kunden einen kleinen Einblick ins Betriebsleben geben können.
2. **Definieren Sie Ziele.** Was möchten Sie erreichen? Einen Einblick geben? Auf Aktionen hinweisen wie Events und Workshops? Wichtig ist: überlegen Sie sich, was Menschen interessieren könnte um auf Ihrer Fanseite vorbeizuschauen und verwechseln Sie es nicht mit Produktwerbung. So kann für einen Floristen ein Blumenworkshop mit entsprechend veröffentlichten Bildern interessant sein. Gesundheitstipps von der Apotheke oder schöne Türen für eine Schreinerei wie Frisuren von Heiratspaaren für eine Hair-Stylistin. Sie definieren Ihr Bild im Netz und damit Ihr Ziel, wen Sie ansprechen möchten.
3. Vereinbaren Sie **Häufigkeiten und Verantwortung**. Wer veröffentlicht, übernimmt Verantwortung. Ein einfacher Tipp ist, wenn der oder die Autorin ein Kürzel am Ende des Postings (z.B. /rb) hinzufügt. So bleiben Veröffentlichungen zuordnungsbar (im Rahmen des gegenseitigen Vertrauens). Aber publizieren Sie nicht täglich etwas. Vierzehntäglich oder wöchentlich reicht. Gute Tage für Postings sind übrigens Donnerstag und Freitag (und Sonntags), da sind die meisten Menschen «im Netz».
4. **Geheimnisse sind geheim und internes bleibt intern.** Eine Gerüchteküche, Unmut über den Chef oder Difarmierendes über die Konkurrenz gehören nicht auf Facebook. Besprechen Sie lieber die Dinge in der Kaffeepause, sprechen Sie Ungereimheiten offen an und weisen Sie Mitarbeiter darauf hin, dass private Inhalte nicht auf eine Betriebsseite gehören.
5. Seien Sie **offen für Kritik** und reagieren Sie gelassen auf Veröffentlichungen Ihrer Fans. Mit der Ausnahme von SPAM und unerlaubter Werbung, rassistischen oder difarmierenden Inhalten sollten Sie sog. «Posts» nicht löschen. Reagieren Sie darauf, indem Sie antworten oder kommentieren bzw. beantworten lassen nachdem Sie darüber im Team gesprochen haben. Nutzen Sie die Feedbacks um zu lernen und mehr über die Beweggründe zu erfahren.

Tipp: *schreiben Sie diese 5 Punkte in Ihren Worten auf ein A3 Blatt, gemeinsam mit Ihren Lehrlingen und ergänzen Sie wo nötig und möglich, lassen Sie es unterschreiben und hängen es irgendwo als «Credo» auf. Das ist somit Ihr erster, wenn auch Offline, Pinnwand-Eintrag.*

3 Hinweise

Zum Ersten: Social Media erfordert kontinuierliches Engagement. Integrieren Sie darum Social Media in Ihren Betriebsalltag – aber ohne sich zu verbiegen. Sammeln Sie Ideen während der Kaffeepause oder einem monatlichen gemeinsamen Mittagessen, schreiben Sie Ideen vielleicht auf ein Plakat an der Wand, schaffen Sie sich eine Digitalkamera an um den Betrieb und Ihre MitarbeiterInnen zu fotografieren. Aber hier vorsicht: Pausen sind auch für die Erholung da und wenn jemand nicht fotografiert werden möchte, ist das ihr oder sein gutes Recht.

Zum Zweiten: Social Media ist nicht wie klassische Werbung, sondern ein Dialog. Hören Sie zu, wenn Sie etwas veröffentlichen: wie sind die Reaktionen? Was gefällt und was wird geteilt? Stellen Sie Fragen, lassen Sie abstimmen und machen Sie Wettbewerbe auf Ihrer Fanseite um mit den Fans zu interagieren. Sie haben die einmalige Chance, wertvolle Informationen von Ihren Kundinnen und Kunden zu erhalten und erhöhen damit auch die Chance, dass diese Ihre Seite und damit Ihr Geschäft weiterempfehlen.

Zum Dritten: Lassen Sie sich Zeit. Es muss nicht alles von Anfang an perfekt oder durchstrukturiert sein. Ein paar Tipps, hübsche Fotos und engagierte Mitarbeiter reichen für den Anfang. Die Seite und auch die Fangemeinde wird wachsen, bleiben Sie dazu einfach am Ball und achten Sie (und Ihre Lehrlinge) auf die 5 oben genannten Punkte.

Tipp: Starten Sie doch nächste Woche und fragen Sie Ihre Lehrlinge, was sie davon halten, eventuell werden Sie überrascht sein, welches Potential in ihnen steckt.

Anleitung: Erstellung einer Fanseite

Was es braucht ist ein privater Facebook Account (für den Ersteller und die zusätzlichen «Administratoren». Nach dem einloggen ganz nach unten scrollen und auf der unteren Leiste neben «Über uns» und «Werbung» den Begriff «Seite erstellen» anklicken. Dann aus den verschiedenen Kategorien eine auswählen (z.B. lokales Unternehmen), die Details wie Firmenname etc einfügen, das Häkchen setzen, um mit den Richtlinien für Facebook-Seiten einverstanden zu sein und schon gelangt man auf die eigene Fanseite. Vor dem eigentlichen Verbreiten empfiehlt es sich einige Informationen zu ergänzen: z.B. ein Logo hochladen, Öffnungszeiten, einem kleinen «über uns» Text und so weiter ergänzen. Ab 30 Fans kann man übrigens einen «Direktlink» erstellen (www.facebook.com/username). Jetzt gehts los mit den Admins zuteilen: dazu müssen die Lehrlinge und Mitarbeiter erst «Fan werden» von der Seite. Auf der linken Seite kann man dann auf «Personen denen das gefällt» klicken und die entsprechenden Personen «zum Adminstrator ernennen». Voilà.

Roger Basler ist Betriebsökonom FH und Inhaber der Astraeus KMU Beratung. Als Betriebswirt mit internationaler Fachrichtung hat er im In- und Ausland zahlreiche Projekte geleitet und betreut. Im Vordergrund standen dabei das Management der Kommunikation sowie der Aufbau von kundenorientierten Organisationsstrukturen.
www.astraeus.ch

Das Testen von Software

Das Testen von Software ist sehr aufwendig und bindet wertvolle eigene Ressourcen oft auch in ungewohnten Tätigkeiten, welche anderweitig nutzbringender in den Kernkompetenzen eingesetzt werden könnten.

Seit Jahren sind wir als Testmanager, Tester, QS/IKS Prüfer, Auditoren tätig und stellen immer wieder fest, dass neue oder wiederkehrende Tests oft ohne Methodik, Standards, Portfolio wie auch mit anderen Beteiligten neu oder anders aufgesetzt und durchgeführt werden. Diese aufwendige Handhabung bindet wertvolle eigene Ressourcen auch in ungewohnten Tätigkeiten, welche anderweitig nutzbringender in den Kernkompetenzen eingesetzt werden könnten.
Vielfach wird bei der Einführung einer neuen Software-Applikation oder beim Ausbau bestehender Funktionalität nur getestet weil es halt zum guten Ton gehört, dass man testet. Beim Installieren eines neuen Software-Release wird sogar oft auf das Testen verzichtet. Dem Management ist oft auch nicht bewusst, dass die erarbeiteten Teststrategien, Testpläne und Testscripts sorgsam verwahrt und gewartet werden sollten. Eine à jour gehaltene Testinfrastruktur erlaubt es jederzeit nach Veränderungen an der Software-Applikation gezielt, schnell und kostengünstig neue Funktionalitäten zu testen und teure Fehler auf dem Produktivsystem zu vermeiden. Nach unserer Erfahrung verursacht der Aufbau einer professionellen Testinfrastruktur in einem Projekt einmalig ca. 10–15 % der gesamten Projektkosten. Mit dem dauernden à jour halten dieser Testinfrastruktur können neue Funktionalitäten beinahe gratis nachgetestet werden.

Unser Weg zur erfolgreichen Bewältigung der Testproblematik?

Erster Schritt «Transparenz»
Um Transparenz zu schaffen und das Optimierungspotential aufzuzeigen, haben wir einen Checkup erarbeitet, den wir allen Interessierten als unverbindlicher, kostenloser Service anbieten:

Mit dem «T-Fit-Checkup» wird der momentan aktuelle (Projekte, Changes) wie auch der zukünftig wiederkehrende betriebliche Testbedarf, das Testmanagement, die Testorganisation, die Handhabungen, das Testvolumen, der Aufwand, die Kenntnisse, etc. strukturiert aufgenommen und analysiert. Aus der gewonnenen Transparenz und den zusätzlichen Erkenntnissen wird ein nachhaltiges modulares Test-Handling abgeleitet und festgehalten.

Zweiter Schritt «Transfer»
Anlässlich einer Präsentation beim Besteller des «T-Fit-Checkup» werden die erarbeiteten Ergebnisse besprochen. Je nach Kombination der Kriterien Bedürfnisse des «T-Fit Checkup Besteller» und «Ergebnisse des T-FIT-Checkup» bieten sich dann folgende, zukünftige Vorgehensvarianten an:

Der T-Fit-Checkup Besteller entschliesst sich
a) selber Massnahmen zur Optimierung zu planen und umzusetzen
b) Teile aus dem Testnet-Angebot zu beziehen oder
c) den Bereich «Testbereich» an Testnet zu outsourcen

Dritter Schritt «Bezug von Teilangeboten Testnet»
Mit unseren Arbeitspaketen können x-beliebige individuelle Service-Angebote zusammengestellt werden. Nachfolgend einige kurze Beschreibungen unserer Arbeitspakete:

- **Management:** Führung, Koordination, Moderation, Support, Change-Management, Tracking
- **Preparation:** Testkonzept, Testorganisation, Prüfkriterien, Testscripts, Testpläne, Methoden, Vorlagen
- **DOIT:** Testing nach Testarten: Funktion, Sequenz, Cluster, Prozess, Integration, Massen, Performance, Schnittstellen, Migrationen, Usability, Berechtigungen
- **Care:** Fortlaufende Aktualisierung vom ganzen Testportfolio, Bereitstellung für neue Tests, Organisation und Durchführung Regressionstest
- **Audit:** Situations audit, QS-Sicherung, IKS Testing, Projekt-Audit, Ressource audit, Meilenstein-Audit
- **T-Tool:** Test-Tool Einsatz: Customizing, Schulung, Support, Auswertung

Vierter Schritt «Outsourcing, Bezug vom Gesamtangebot Testnet»
Der Gesamte Bereich «Testen von Software» wird an Testnet ausgelagert.

Nutzen
- Mit dem T-Fit-Checkup wird die Situation um das Testing von neutraler Seite begutachtet und transparent gemacht. Anhand der Analyse und daraus abgeleiteten Vorschlägen können Massnahmen zur langfristigen Optimierung ergriffen werden.
- Mit Services von TESTNET werden wertvolle interne Ressourcen vom Testing massgebend entbunden.
- Nach- oder Neutest können zu äusserst geringen Kosten zur Sicherstellung einer produktiven Software-Applikation durchgeführt werden
- Mit TESTNET zieht man einen kompetenten erfahrenen Partner hinzu, der Testing als Kernkompetenz ausweist.
- Mit TESTNET als Outsourcing-Partner sichert man ab, dass zukünftig die gleichen Ressourcen mit Know-how und Kapazität für alle anfallenden Testarbeiten mit der gleichen Methodik zur Verfügung stehen.

Fritz Ketterer und Victor Rüetschi

Fritz Ketterer ist Eidg. Dipl. Organisator und als Testmanager bei coaching-point gmbh, 044/942 58 69
Victor Rüetschi ist Eidg. Dipl. Organisator und als Testmanager bei serexo ag, 079/206 12 08

testnet… der kompetente Partner wenn es um «Testing» geht…
www.testnet.ch, testnet@testnet.ch
Tel. 044/942 58 69

Anzeigen

kmuhelp
Die permanente Dienstleister-Messe
www.kmu-help.ch

Vorhersagen sind schwierig, …

informica®
…klein und stark.

… insbesondere, wenn Sie die Zukunft betreffen. (Karl Valentin)

Am Wochenende wurde mir am Kiosk flau im Magen. Ich las die Überschrift einer der meistverkauften Sonntagszeitungen der Schweiz. Zukunftsforscher hatten allerlei Szenarien entworfen, wie die Schweiz untergehen wird. Dies um Politikern zu helfen, die richtigen Entscheidungen zu treffen. Es traf sich zufällig, dass ich vor kurzem ein Buch las, welches am Rande die Zukunft der Computerindustrie vorhersagte. Das Buch war 22 Jahre alt und liegt voll daneben. Dumm, dass es damals das Wort Internet noch nicht gab. Email war gerade im Embryonalzustand – denn Lotus Notes war erst in der Entwicklung. Zukunftsforscher sind intelligente Menschen die wissen, dass sie oft daneben liegen, doch letzten Sonntag war es an der Grenze des Erträglichen. Entweder wurden sie für den Wahlkampf engagiert (denn Zukunftsforscher sind Politiker nicht unähnlich die surreale Horrorszenarien entwerfen, die nur verhindert werden können, wenn *a)* sofort an alle Waffen ausgegeben werden, *b)* der Schweizer Migrationshintergrund schonungslos aufgedeckt wird, *c)* Steuern gesenkt/erhöht werden (je nach Hintergrundfarbe) oder sie haben die Studie an einem ziemlich feucht-fröhlichen Teamevent geschrieben. Es ist ein zutiefst menschliches Bedürfnis, die Zukunft kennen zu wollen. Aber wir machen das schlecht. Börsenanalysten können nicht den nächsten Börsen-Tag voraussagen. Bei längeren Zeiträumen kommen Kriege, Blasen, oder niederträchtige Buchhalter südeuropäischer Staaten dazwischen und schon wird aus einem Bullen ein (Teddy-) Bear. Wenn jemand glaubt, er könne die weit komplexeren Veränderungen einer Gesellschaft für 20 Jahre vorhersagen, so hat er, meiner bescheidenen Meinung nach, einen Realitätsverlust erlitten. Vor 6 Monaten wäre jedem, der in Deutschland den Atomausstieg für 2020 vorausgesagt hätte, nahegelegt worden, brav weiter kleine grüne Pillen zu nehmen. 9/11 war eine andere Zäsur der Geschichte und es werden weitere kommen. Vor 100 Jahren sagten Experten, die Physik sei am Ende des Wissens angelangt. Dann kam ein kleiner Beamter des Patentamtes in Bern. Wir sollten keine extremen Vorhersagen ernst nehmen. Die liegen immer am weitesten daneben. Der Weltuntergang wurde auch schon oft verschoben.

Christian Tillmanns,
info@informica.ch
informica gmbh
Greutensberg 9
9514 Wuppenau

Anzeigen

Soci_l Medi_

Wir füllen Wissenslücken für KMU.
Damit Sie auch morgen mitreden können.

Social Media Konzept für CHF 300
(Workshop Facebook, Twitter und Co. auf Anfrage)
Telefon 044 586 07 97

astraeus KMU Beratung www.astraeus.ch

Kolumne

GRATIS!

Eigentlich wollten wir nur neue Clogs (diese modischen Gummifinken) kaufen. Dummerweise fahren wir an der Gratis-Wurst-Aktion des Restpostendiscounters vorbei und natürlich haben alle im Auto Hunger. Kostet ja nichts. «Papa, warum verschenken die eigentlich Würste an so viele Leute? Das kostet die ja bestimmt eine Menge Geld!» Ich mag intelligente Fragen intelligenter Kinder – vor allem, wenn es meine sind. «Weisst Du, die rechnen damit, dass die Leute dann bei ihnen viel einkaufen. Dann machen sie mehr Umsatz und verdienen mehr als sie verschenkt haben.» «Dann ist die Wurst gar nicht richtig gratis?» «Doch, die Wurst ist gratis – aber wenn wir schon hier sind, können wir uns auch hier umschauen. Da hat's auch Clogs, sieh mal!» «Das sind aber nicht die mit den Blümchen!» «Ja ja, dafür sind sie 2 Franken günstiger und eine Wurst gibt's obendrauf. Such dir ein Paar aus!» Inzwischen hat meine Frau schöne Blumentöpfchen und weitere hübsche Deko-Artikel gefunden, gemeinsam entdecken wir noch ein paar supergünstige Lebensmittel, ein Dart-Spiel und Geschenkartikel. Der Korb ist voll, die nette Kassiererin erhält 135.20 von mir und wir alle zur Belohnung die Gratis-Wurst. Wieder beim Auto höre ich den Vorwurf meiner Tochter: «Ein Falafel wäre mir lieber gewesen. Und die Clogs mit den Blumen auch. Das wäre bestimmt nicht teurer gewesen als all der Krimskrams. Versprichst Du mir, dass wir nie mehr eine Gratis-Wurst essen?»

Manchmal tun intelligente Fragen auch weh. Und das ist mir nicht Wurst – auch wenn sie gratis ist.

Serge Tischler

TOP!
in Suchmaschinen

Mehr Kontakte.
Mehr Anfragen.
Mehr ERFOLG!

Online Marketing zählt heute zu den effizientesten Werbeformen für die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen. Über 80 Prozent der Nutzer verwenden das Internet und insbesondere Suchmaschinen zu Recherchen, Produkt- und Preisvergleichen oder zum direkten Kauf – gefunden wird dabei aber nur, wer sich auch zeigt!

Mit mehr als zehn Jahren Erfahrung sorgt unser 30-köpfiges Team mit einem breiten Optimierungsansatz dafür, dass Ihre Website in Suchmaschinen dauerhaft gut gefunden wird. Neben der klassischen **Suchmaschinenoptimierung (SEO)** sind wir ebenso spezialisiert auf:

- **Google AdWords/SEA**
- **Display Advertising**
- **Corporate Blogs**
- **Online-PR**
- **Reputationsmanagement**
- **Web-Controlling**
- **Social Media Marketing**
- **Web-Development**

Mit einem umfangreichen Mix verschiedener Online Marketing Maßnahmen bieten wir Ihnen optimale Beratung und Betreuung und machen wir Ihre Website zu einem erfolgreichen Vertriebsinstrument.

Auszug unserer Kunden:

Pelikan, Volvic, BCD travel, Brunel, L'ORÉAL PARIS, SONY, Birkel, bon prix it's me!, TUI Wolters Reisen

Suchmaschinen-optimierung/SEO

Online-PR

Google AdWords/ SEA

Online Reputations-management

Online Marketing

Web-Controlling

Social Media

Spitzenpositionen für Ihre Website **www.trafficmaxx.de**

trafficmaxx®

BVDW ZERTIFIZIERT SEO 2011 · BVDW ZERTIFIZIERT SEA 2011 · Google ADWORDS ZERTIFIZIERTER PARTNER

META10 DSP «In den Wolken muss die Freiheit wohl grenzenlos sein»

Der Computer in der Cloud nimmt immer mehr und mehr Gestalt an wobei der Begriff Cloud (deutsch: Wolke) der Tatsache geschuldet ist, dass das Internet in Diagrammen oft als Wolkenumriss dargestellt wird. Cloud Computing bedeutet also das Internet als Computer zu benutzen.

Der Trend im Cloud Computing setzt sich immer mehr fort. Microsoft, Google, Apple… benützen den Begriff. Doch so einfach wie viele erzählen ist es doch wieder nicht. Daher hat META10 DSP eine explizite Lösung für KMU kreiert und bietet Cloud Computing schon seit über 7 Jahren an.

Wie schnell kann man auf eine Cloud Computing Lösung wechseln?
Die META10 DSP Lösung ist sofort implementierbar, flexibel, ohne Kapitalbindung, schnelle Skalierung von Kosten und Leistung nach oben und unten bei gleichzeitiger Erfüllung zahlreicher funktionaler Anforderungen.

META10 DSP Cloud Computing bietet Unternehmen somit gleich mehrere überzeugende Argumente. Kein Wunder springen immer mehr KMU auf diesen Zug auf und profitieren von den Vorteilen dieser Technologie.

Auf was muss man achten bei einem Wechsel zu einer Cloud Computing Lösung?
Um daraus einen effektiven Nutzen ziehen zu können, gilt es einige Punkte zu beachten. Kann der Partner alle benötigten Services aus einer Hand anbieten? Ist der Partner für die Zukunft gerüstet? Kann er mehr zur Verfügung stellen als ich momentan benötige? Wo und wie werden meine Daten gespeichert und wie sind diese rechtlich geschützt? Welchen SLA (Service Level) garantiert der Anbieter? Kann ich mit dem Partner auf Augenhöhe kommunizieren?

META10 DSP hat im Gegensatz zu vielen anderen Anbietern eigene Rechenzentren welche sich in der Schweiz befinden und schützt die Daten Gesetzeskonform nach OR 957–963. Desweiteren bietet META10 DSP ein Hosting für über 40 Applikationen an (Abacus, Honoris, Proffix, Sage, winVS… etc.).

Aber was macht META10 DSP so anders und warum sollte man sich für META10 DSP entscheiden?
Das Cloud Computing von META10 unterscheidet sich in wesentlichen Punkten deutlich von herkömmlichen SaaS und anderen am Markt angebotenen IT Outsourcing-Lösungen wie z.B. KMU Hosting / KMU Outsourcing. META10 verwendet daher den Begriff Desktop Service Providing oder abgekürzt DSP.

Beim Desktop Service Providing von META10 wird die gesamte EDV mit Software quasi aus der Steckdose bezogen. Ein Internet-Anschluss genügt für den Zugriff auf die gesamte Unternehmensinfrastruktur und -daten. Die Informatik ist dadurch zu 100 Prozent budgetierbar (keine versteckten Kosten), voll skalierbar (wächst mit den Anforderungen und Anzahl Arbeitsplätze in jede Richtung mit) und bietet einen zentralen Support für alle IT-Belange, egal ob für die Applikations- oder Infrastrukturebene. Die stetige Aktualisierung und optimale Abstimmung von Hard- und Software sowie ein garantiertes SLA für Daten und Service gehört bei META10 DSP zum Standard, ohne jegliche Mehrkosten.

Was für Kosten kommen auf ein Unternehmen zu?
Dank einem fixen Monatsbeitrag pro Benutzer ist die Kalkulation einfach und transparent. Das ganze Risiko für die IT-Infrastruktur wird von META10 DSP übernommen inkl. Wartung, Datensicherung, neue Server, neue Software, Installationen, Updates, Antivirensoftware, Antispamsoftware, u.s.w.

Ein Unternehmen benötigt für die Mitarbeiter nur einen handelsüblichen Computer ohne grosse Anforderungen und eine Internetleitung.

Mit META10 DSP hat man überall auf der Welt auf den eigenen Desktop Zugriff und man kann sich somit vollumfänglich auf das eigene Kerngeschäft konzentrieren.

Weitere Informationen:
META10
Desktop Service Providing
Haldenstrasse 5
6340 Baar

Tel: 041 500 11 00
dsp@meta10.com
www.meta10.com

20 Jahre ECM-Erfahrung: Das papierarme Büro als leichte Kost empfinden!

Hier setzen wir an, um unsere Kunden und Partner im Büro zu unterstützen. 20 Jahre Entwicklungserfahrung von automatisierten IT-Lösungen und dabei das Gefühl für den Kundennutzen nicht zu verlieren, sind Besonderheiten der Kinetic AG aus Lenzburg. Wir zählen zahlreiche Klein-, Mittlere,- und Gross-Unternehmen zu unseren zufriedenen Kunden.

Wünsche an ein DMS

Im Wesentlichen geht es darum, in die unstrukturierte Datenwelt, mit wenig Aufwand, Strukturierte Daten zu erhalten. Die zentrale Datenablage sollte zudem für den Anwender eine einfache und schnelle Datenauffindung ermöglichen.

Lösungsaspekte

Die Gesetzbücherverordnung (GBÜV) schreibt vor, dass Geschäftspapiere eine Aufbewahrungsfrist von 10 Jahren haben und entsprechend in nicht veränderbarer Form, aufbewahrt werden müssen. Daher werden heute Daten und Dokumente in vielen Ordnern wasser- und feuerfest bei geeigneter Raumtemperatur gelagert. Der Raum sollte zudem Einbruchsicher sein! Wenn auf Archivierungsunterlagen zugegriffen werden muss und / oder die Revisionsstelle kommt ins Haus, muss meist der Lehrling in den Keller und die angeforderten Unterlagen / Ordner suchen und in die Büroräumlichkeiten befördern. Der Akt ist heute mit grossem Zeit- und Kostenaufwand verbunden.

Elektronisches Archiv

Wenn heute auf Archivdaten zugegriffen wird, sitzt der Mitarbeiter vor dem PC und sucht am Bildschirm über eine entsprechende Suchfunktion, auf bereits vorgegeben Indexfeldern (Datum, Firma, etc.), nach den benötigten Unterlagen. Beim Einlesen (Scannen) der Daten und Informationen wird automatisch eine elektronische Akte erzeugt.

Revision

Kommt heute die Revisionsstelle ins Haus, wird dem Revisor vorher der Zugriff auf die jeweiligen Mandats-Akten freigeschaltet. Der Zugang kann der Revisionsstelle auch über das Internet freigeschaltet werden. Die Revision kann so ausserhalb des Unternehmens durchgeführt werden.

Für alle Daten, die auf keinen Fall verloren gehen dürfen: Langzeitdatenspeicher von Silent Cube

Kosten-/ Nutzen

In Anbetracht der ganzheitlichen Aufwendungen wie Personal-, Papier- und Raumkosten für die Bereitstellung einer Archiv-Ordnerablage, ist ein kurzfristiges und nachhaltiges Einsparpotential auch für Kleine- und Mittlere-Unternehmen, möglich.

Merkmale

Unstrukturierte Daten – Scanning – Archivierung – Managing – Workflow – revisionssicher – formstabil – sicher – Compliance – einfach – komfortabel – minimale Anforderung – günstig – Digitale Signatur – geringer Schulungsaufwand – leistungsstark – einzigartige Technologie – Gesetzes Konform – etc.

Vorteile

- Laufende Kosteneinsparung durch Vereinfachung und schnelle Rechnungsablage
- Optimierte Arbeitsabläufe durch schnelle Informationsfindung, effiziente Arbeitsprozesse und schnelle Auskunftsfähigkeit
- Keine unstrukturierte Daten mehr durch einheitlich strukturierte Datenhaltung
- Revisionssichere Datenablage durch Archivierung in nicht veränderbarer Form in ein langzeitstabiles Format
- Schutz vor Gefahren von aussen wie: Blitz, Einbruch, Wasser, Feuer

Ansprechpartner

Telefon 062 888 25 65 *Peter Kanele*
Marketing- und Medienarbeit (QM)

KINETIC ag
Niederlenzer Kirchweg 3
5600 Lenzburg
Tel.: 041 62 888 25 65
Fax: 041 62 888 25 75
www.kinetic.ch

Zurück zum Erfolg

Die Zahl der Firmeninsolvenzen ist in der Schweiz in den vergangenen Jahren stetig gestiegen. Die veränderte Wirtschaftslage, gerade auch mit dem historisch hohen Franken-Kurs, zeigt klar auf, dass es für die Unternehmen an der Zeit ist, herkömmliche Methoden zu überdenken und neue Wege zu gehen.

Die eigene Firma am Rande des Ruins. Mit diesem Szenario werden in letzter Zeit immer mehr Unternehmen konfrontiert. So kommt es beispielsweise vor, dass eine Firma etwa drei Millionen Franken Umsatz macht, diesem aber stolze ein bis zwei Millionen Franken Kredite gegenüber stehen. Die nötigen Investitionen sind in der jüngsten Zeit ausgeblieben und früher oder später prolongiert die Bank den Kredit nicht mehr. Die einen versuchen nun sich selbst aus der Misere zu ziehen, was aber selten gelingt. Schlauere hingegen bedienen sich professioneller Hilfe, um aus den roten Zahlen zu kommen. Es gibt Unternehmensberatungen, die sich auf die Sanierung wirtschaftlich angeschlagener Firmen spezialisiert haben.

Um eine schnelle Genesung zu erreichen, erfolgt zuerst eine *gründliche Bestandsaufnahme*. Dazu gehört zum einen die Ermittlung der aktuellen Finanzsituation und zum anderen die Prüfung der Marktstellung sowie der Marktaussichten. Aufgrund dieser Ergebnisse kann dann ein tragfähiges Sanierungskonzept zur Weiterführung der Firma entwickelt und mit dem Reduzieren der Forderungen begonnen werden. Hauptaugenmerk wird auf die Realisierung deutlicher und sofortiger Kostensenkungsmassnahmen gerichtet.

Daher werden gezielte Verhandlungen mit allen Gläubigern zur Reduzierung und Streckung der Verbindlichkeiten geführt. Oft reicht ein Verzicht von etwa 30 bis 50 Prozent der Forderungen, damit das Unternehmen zahlungsfähig bleibt.

Ein weiterer Punkt ist, die *Beschaffungskosten für sämtliche Waren und Dienstleistungen durch Einkaufskostenoptimierung* zu *verringern*. Damit den Gläubigern – in den meisten Fällen den Lieferanten – keine Nachteile entstehen, versuchen die Unternehmensberater wiederum die Einkaufkonditionen auch dieser Unternehmen deutlich zu verbessern. Neben der Aufrechterhaltung bestehender Geschäftspartner unterstützen die Experten auch den Aufbau neuer Lieferantenbeziehungen. Grundlage ist ein grosses Lieferanten- und Kundennetzwerk, um in kürzester Zeit gute und effiziente Kontakte herzustellen. Oft müssen auch die Mitarbeiter der Firmen Zugeständnisse machen. Ein Abbau der Beschäftigten oder ein Gehaltsverzicht ist oft nicht vermeidbar. Aber solch ein Einschnitt ist deutlich besser als der Konkurs des Unternehmens, der einen Verlust aller Arbeitsplätze zur Folge hat.

Ein weiterer Punkt sind *Outsourcing- sowie Insourcing-Massnahmen*. Um ein Unternehmen wieder profitabel zu gestalten, ist es zum Teil günstiger, unrentable Geschäftsbereiche auszulagern oder andererseits vorher auswärts gefertigte oder abgewickelte Tätigkeiten günstiger im eigenen Haus zu erledigen. Kosten entstehen den Firmen auch oft durch zu hohe Lagerbestände. Die Liquidität der Unternehmen ist angespannt und dort wird zudem noch unnötig Kapital gebunden. Um die Finanzsituation einer Firma in den Griff zu bekommen, muss die Mittelverwendung und Mittelkontrolle permanent überprüft werden. Sollte es erforderlich sein, ist die Unternehmensberatung auch bei der Kapitalsuche behilflich.

Bis zur endgültigen Sanierung begleiten Profis das Unternehmen durch permanentes Controlling der umgesetzten Massnahmen. Zu viele Firmen, die in den roten Zahlen stehen, scheuen sich leider heute noch, diese professionelle Hilfe in Anspruch zu nehmen. Doch genau das ist der Fehler, denn die jetzt historisch hohe Anzahl von Firmeninsolvenzen lässt sich erheblich verringern und angesichts der relativ schwachen wirtschaftlichen Perspektiven in vielen Branchen kann man sich jetzt schon gut für die Zukunft rüsten. Auf diesen Sanierungsbereich ist beispielsweise die *Advanced Buying AG* in Urdorf spezialisiert.

Dr. Lothar Bimberg, Geschäftsleiter

Advanced Buying AG
In der Luberzen 19
8902 Urdorf/Zürich

Telefon: +41 (0)43 819 11 60
Telefax: +41 (0)43 819 11 62
Skype: advanced8022

info@advanced-consult.ch
www.advanced-consult.ch

Anzeigen

Nie mehr Chaos im Büro!

Noch nie war es so einfach, den Überblick zu bewahren.

Classei möchte dem Menschen im Büro ein einfaches, flexibles und schnelles Arbeitswerkzeug an die Hand zu geben, um Transparenz und schnelle Ordnung herzustellen. Ein Ordnungssystem mit enorm schnellem Rückgriff auf Ihre Akten und das bei erheblichem Raumgewinn und optimaler Übersicht. Vor allem im Bereich Papier, dem menschenfreundlichsten Datenträger. Wichtig auch im rasanten IT-Zeitalter. Egal, ob Sie eine komplexe Wissensdatenbank, Kundenakten, Projekte, Termine oder weinige Schriftstücke verwalten.

Motivation mein Arbeitsplatz

Aufgeräumter und organisierter Arbeitsplatz

eben mal schnell notiert ...

ZPM-System und nichts wird übersehen!

Projekt-Unterlagen blitzschnell finden

Wer lange sucht hat keine Zeit zum Arbeiten!

Transparentes, greifbares WISSEN

Fachkreise stellen immer wieder in breitem Umfange fest, dass die Arbeit im Büro trotz technischer Fortschritte von Papierbergen und uneffektiven Arbeitsabläufen gekennzeichnet ist.

Technik kann eben nicht alles – erst die ideale Kombination von Papier und Elektronik schafft nahtlose Integration in Arbeits-und Geschäftsprozesse und somit wirtschaftlich hohen Nutzen.

Classei hat sich zur Aufgabe gemacht, ein Organisations-System zu schaffen, als perfekten Brückenschlag zwischen digitaler Welt und Büroalltag mit Papier. Ein Organisations-System mit enorm schnellem Rückgriff auf Ihre Akten, hoher Flexibilität und vor allem mit optimaler Übersicht und Transparenz- in jedem Bereich!

mvm unternehmensberatung, Eschenring 13, 6300 Zug, info@classei.ch, www.classei.ch

Wirtschafts- und Mitarbeiterkriminalität, ein profitabler Geschäftszweig

Roberto Cossai

Die Wirtschafts- und Mitarbeiterkriminalität ernährt als profitabler Geschäftszweig viele Beteiligte. Früher waren unter diesem Begriff meist Fälle aus der Banken- und Versicherungsbranche gemeint. Es sind die spektakulären Fälle, wie die des Bankers Nick Leeson (Barings Bank) oder des Börsenhändlers Jérôme Kerviel (Banque Société Général), die die Begriffe Wirtschafts- und Mitarbeiterkriminalität nachhaltig geprägt haben. Man ist geneigt zu glauben, dass es sich hierbei um extreme Einzelfälle handelt, die auch nur haben passieren können, weil die betroffenen Unternehmen ihrer Kontrollpflicht nicht nachgekommen sind.

Weit gefehlt! Heutzutage sind praktisch alle Branchen davon betroffen. Zugegeben nicht so spektakulär, dennoch können diese Fälle für die betroffenen Betriebe existenzielle Ausmasse annehmen! Gastro- und Hotelbetriebe, Detailhandel, Logistik-und Industrieunternehmen sowie alle KMU Betriebe. Ja sogar Staatsbetriebe, Vereine und Hilfsorganisationen sind davon betroffen! Diese Liste liesse sich beliebig erweitern.

Was passiert, wenn ein Fall von Mitarbeiterkriminalität aufgedeckt wird? Meistens werden dolose Handlungen durch einen Zufall entdeckt. Jeder Täter versucht seine Tat zu vertuschen. Durch diese Vertuschung hat der Täter auch eine spontane Ausrede parat, sollte er erwischt werden. Es liegt in der Natur der Sache, dass Täter nicht entdeckt werden möchten. Die Taten an sich und die Vertuschung hinterlassen jedoch Spuren, den ein Ermittler mit prüferischem Sachverstand in der Lage ist zu lesen. Oftmals handelt es sich um unauffällige, zuverlässige und sehr arbeitssame Mitarbeiter, die solche Taten begehen. Entsprechend schwer fällt es dem Vorgesetzten zu glauben, dass sein «bewährter Mitarbeiter» zu einer solchen Tat fähig war. Dabei handelt es sich doch um einen sehr grossen, irreparablen Vertrauensverlust.

Die Begehrlichkeit krimineller Mitarbeiter richten sich ausnahmslos auf alle Unternehmenswerte, die zur persönlichen Vorteilsgewinnung eingesetzt werden können. Dabei sind der Phantasie keine Grenzen gesetzt. Erfahrungsgemäss bestimmen Zugänglichkeit und Gebrauchswert des Diebesgutes sowie geringe Tatspuren die Präferenzen der Täter. Beliebteste Beute ist jedoch Bargeld, deren Herkunft man nicht ansieht. Es ist erstaunlich, welche Leistungen gelegentlich zur Lösung komplexer logistischer Probleme beim Abtransport sperriger «heisser Ware» erbracht werden.

Für den Täter sind besonders solche Aneignungsgegenstände interessant, bei denen eine direkte, schlecht kontrollierende Verfügungsgewalt auf die Vermögensgegenstände und die Möglichkeit eines mittelbaren Vermögenstransfers zusammenkommen.

Hier kann er seine dunklen Machenschaften mit vergleichsweise geringer krimineller Energie in normale geschäftliche Transaktionen einbetten. Die hieraus resultierenden (finanziellen) Vorteile haben lediglich einen indirekten Bezug zur Tat, hinterlassen wenig Spuren und können dementsprechend schwierig nachverfolgt werden.

Praktische Erfahrungen zeigen, dass überall dort, wo diese Zueignungsfaktoren zusammenkommen, ein hoher Anteil der Schäden verursacht wird. Treffen in geldnahen Firmenbereiche «schwache» Mitarbeiter und unzureichende Kontrollen aufeinander, sind Diebstähle unvermeidlich!

Die Erörterung präventiver Massnahmen im Zusammenhang mit Mitarbeiterkriminalität stösst in Unternehmen erfahrungsgemäss auf ein verhaltenes Interesse. Das ist verständlich. Niemand setzt sich gerne mit diesem ungeliebten Problem auseinander. Paradoxerweise müssen sich gerade diejenigen Unternehmen verstärkt mit betrügerischem Personal auseinandersetzen, welche sich dem Thema aufmerksam zuwenden. Demgegenüber erscheinen Betriebe, deren Beschäftigte unbehelligt von einer wirkungsvollen Prophylaxe weiterhin im Dunkeln wirken zu können, weniger oft betroffen.

Gehen Sie Ursachen von «Fehlern» in geldnahen Bereichen konsequent nach und stellen Sie diese ab. Viele Diebstähle und Täterkarrieren entwickeln sich erst aus solchen Fehlern und den damit eröffneten Gelegenheiten. Gelegenheit macht bekanntlich ja Diebe!

Der Gedanke, «kleinere Unterschlagungshandlungen» im Hinblick auf die Kosten präventiver Massnahmen zu akzeptieren, ist nicht zu rechtfertigen. Mit zunehmender Dauer und bei vorübergehender Vertuschung verursachen auch kleine Diebstähle veritable Schäden und können so zu einem ernsthaften Problem werden.

Ein verantwortungsbewusstes Management entzieht sich diesen Ungerechtigkeiten nicht durch Untätigkeit, sondern versucht, diese zu mildern, indem es seine Führungsprinzipien an objektiven Erfahrungen zu kriminellen Vorgängen ausrichtet. Die Einführung eines präventiven Kontrollkonzeptes hat sich in der Praxis bewährt. Dadurch werden Unternehmensprozesse transparent und somit kontrollierbar. Dies schreckt viele potenzielle Täter ab. Ungelegenheit macht bekanntlich keine Diebe!

Bei der Betrugsbekämpfung kommt es entscheidend darauf an, sich in die Gedankenwelt des Täters sowie seine möglichen Vertuschungstaktiken hineinzuversetzen.

Es kommt entscheidend darauf an, sich in die Gedankenwelt des Täters sowie seine möglichen Vertuschungstaktiken hineinzuversetzen. Erfahrungsgemäss fällt es dem verantwortlichen Management schwer, sich in die Psyche und Nöte des kriminellen Mitarbeiters einzudenken. Viele Signale für Personaldelikte bleiben so unentdeckt.

Roberto Cossai
Co-Founder, Managing Partner

INTERCEPT GmbH
Werftestrasse 4
6005 Luzern
www.intercept.ch

Integrale Sicherheit – das verkannte Problem

Marco Pezzetta

Können persönliche Daten in Ihrem Betrieb gestohlen werden?

Die meisten von uns haben in der täglichen Arbeit mit vertraulichen Daten zu tun. Die Arzthelferin hat Zugang zu sehr intimen Krankendaten von Patienten. Das Treuhandbüro ist im Besitz detaillierter Finanzdaten seiner Klienten. Behörden haben persönliche Daten von Bewohnern einer Gemeinde oder Stadt. Diese Liste liesse sich beliebig erweitern. Wir gehen immer davon aus, dass solche Daten vor den Blicken Unbefugter geschützt sind. Wir erwarten, dass unsere persönlichen Daten, die wir einer Arztpraxis, einer Behörde oder einem Anwalt anvertrauen auch vertraulich behandelt werden. Leider sieht die Realität oft ganz anders aus!

Geht man zum Beispiel an einem Sommertag in der Stadt spazieren, dann kommt man häufig auch an Bürofenster vorbei. Bleibt man stehen und schaut in das Büro, dann sieht man Bildschirme, Akten, Dokumente, die einfach offen herum liegen. Geht man etwas näher ran, dann kann man sogar Namen, Adressen, Bankverbindungen erkennen. Jedes Natel hat heutzutage eine hochauflösende Kamera, mit der man exzellente Bilder machen kann. Einen Anruf vortäuschen, schnell ein Bild gemacht und zuhause am PC vergrössern. So kann man alle persönlichen Daten in aller Ruhe bearbeiten und auswerten! Hierfür braucht man noch nicht einmal eine grosse kriminelle Energie. Mit relativ wenig Kreativität können solche intimsten Daten entwendet werden. Glücklicherweise ist die überwiegende Bevölkerungsmehrheit ehrlich und würden solche Dinge niemals machen. Leider gibt es aber genügend Individuen, die unehrlich, ja sogar kriminell veranlagt sind.

Genauso verhält es sich bei Behördengängen. Man hat einen Termin in der Verwaltung, der Mitarbeiter muss kurz das Büro verlassen, um etwas zu kopieren und schon hat man eine freie Sicht auf den Schreibtisch oder dem Bildschirm. Sogar weggeworfene Schriftstücke können interessante Daten enthalten. Kein Mitarbeiter kontrolliert, nachdem er ins Büro zurückgekehrt ist, ob etwas aus dem Papierkorb fehlt.

Was aber kann man gegen diesen Datenklau machen? Ganz wichtig ist es, die Mitarbeiter zu sensibilisieren. Jeder Mitarbeiter muss seinen Arbeitsplatz und seine Arbeitsorganisation hinterfragen. Liegen vertrauliche Daten herum? Können diese von aussen eingesehen werden? Sind Dokumente, die weggeworfen werden wirklich nichts mehr wert?

Konfrontiert man Mitarbeiter mit diesen Tatsachen, dann kommt meist die Antwort: Was soll denn ein potenzieller Datendieb mit diesen Daten anfangen? Diese Antwort deutet darauf hin, dass sich Mitarbeiter nicht in die kriminellen Machenschaften von Tätern hineinversetzen können. Genau das ist die grosse Gefahr.

Wie steht es bei Ihnen mit der Integralen Sicherheit?

Das Thema integrale Sicherheit wird immer wichtiger für Unternehmen. Deshalb bietet INTERCEPT den Kurs Integrale Sicherheit an. In diesem ein-tägigen Kurs lernen Sie den sicheren Umgang mit Informationen und Technologien am Arbeitsplatz und lernen durch die Berücksichtigung von Sicherheitsaspekten in Ihrer täglichen Arbeit, ihre Mitarbeiter und ihren Arbeitgeber wirkungsvoll vor folgenschweren Schäden schützen.

Den kompletten Kursbeschrieb finden Sie auf unserer Website www.intercept.ch

Machen Sie den ersten Schritt und schliessen Sie diese wichtigen Sicherheitslücken!
Kontaktieren Sie uns wir beraten Sie gerne!

Marco Pezzetta

INTERCEPT GmbH
Werftestrasse 4
6005 Luzern
www.intercept.ch

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

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

A. Frei Clean-System GmbH	Reinigungen, Reinigungsmaschinen
abalon telecom it ag	Telekommunikation
ABZ Suisse GmbH	Lehrgänge, Haus-Gebäudetechnik
Academics4Business	Karrierenplanung
Ackle Computer Technologie	It-Software / Technologie
Advokatur & Rechtsberatung Trias AG	Rechtsberatung
Alpamare Bad Seedamm AG	Wasserpark
APO NetCom AG	Telekommunikation
Atlantic Suisse AG	Sanitär, Heizungen, Lüftungen
Audia & Canali	Audio, Beleuchtungen
B.Peter Gebäudesysteme	Gebäudesysteme-und AV-Technik
Berufsbildungszentrum Dietikon	Bildung
Bitlis Music + Game Shop AG	Music & Games
Brunner Gravuren AG	Gravuren
Bruno Murer Weinspezialitäten	Weine
BW Mode GmbH	Masskleidung
CARDUN AG	Führung und Weiterbildung
CKP-Excellence GmbH	Finanzierung
Classei.ch	Büroorganisation
Comfortfloor	Bodenwärme
CWS-boco Suisse SA	Dienstleister
DekoPoint	Werbematerial
deltra Software GmbH	Software
DEON	Kaffeemaschinen
Desinova	Webdesign, CMS
Digicomp Academy AG	IT-Schulungen, Weiterbildung
dikay 51-swiss	Masshemden
dir-net gmbh	Internet-Security
Discountlens GmbH	Kontaktlinsen & Pflegemittel
Don Tabaco GmbH	Cigarren, humidor
DPG Systems-Engineering	Engineering
Druckerei Ennetsee AG	Druckerei
EDI GmbH	IT, Buchhaltungsprogramme
Educationpool AG	IT-Schulungen
eicom GmbH	Softwarehersteller
EMA Graphics	Grafik, Design, Druck
Energie Treff & Wellness Shop	Gesichtspflege, Massagen
Euro-Lotto Tipp AG	Euromillions, Tippgemeinschaft
Europokal	Pokale, Gravuren
EXECUTIVE Office GmbH	Telefon-Auftragsdienste
Extra Film AG	Fotoprodukte
fam office gmbh	Buchhaltung, Steuern, Marketing
Fanti Soft Heiz	Softwareinstallationen
Fengshui Coaching	FengShui, Farb-Raumberatung
Finca Son Boyvas	Reisen
gamper media	Internetauftritte, Schulungen
Golfodrome AG	Golf-Indoor-Academy
Hächler Services + Beratung	IT-Beratung / Buchhaltung
HardwareShop Ernst	EDV Dienstleistungen

Henke GmbH	Brandschutz
Hochsee Team AG	Segelferien
Hotel Seeblick	Seminarhotel, Ferienhotel
Hotelcard AG	Tourismus-Dienstleistungen
Hydrops	Aussenwhirlpool, Fitnessgeräte
Hygiene Technik AG	Entkalkungsautomaten
Inkasso Organisation AG	Inkasso Wirtschaftsauskünfte
K+S Kappeler + Studerus	Personalberatung
Laupeneck AG	Kleintierpraxis
Logista EG AG	Baugewerbe
MAF Zürich Consulting Group AG	Wirtschaftsrecht, Finanzierungen
movecom AG	Werbebranche, Beschriftungen
Mr. Lens GmbH	Kontaktlinsen, Pflegeprodukte
Mutzbauer & Partner	Zahnmedizin
net-to-print gmbh	Druck, Flyer, Visitenkarten
NewServ AG	IT-Services
Omnitext Markus Kessler	Partner für Texte und Werbung
PartnerConsult Hergiswil AG	Treuhanddienstleistungen
permanent-make-up	Kosmetik
PixelZauber Ingolg	Digitale Bildbearbeitung Schulungen
Predus AG	Coaching, Aus-und Weiterbildung
Prografik, Jean-Pierre Heinzer	Schrift & Grafik
ReverseSpeech.ch	Rückwärtssprache, Analysen
Richner - Sanitär Material AG	Baubedarf
Schlüssel Mittl AG	Schloss-und Schlüsselservice
Score Marketing	Marketingberatung
Secoma Controlling AG	Software, Buchführung, Beratung
SHIRA Consulting	Consulting, Treuhand; Personal
Sicherheitsberatung Wyder	Sicherheit, Objektschutz
Sinform GmbH	Consulting, Kundenbindung
SMC Computer AG	Administrationslösungen
SNV Schweizerische Normen-Vereinigung	Dienstleistung
SoleVitae Infrarottechnologie	Wellness und Gesundheit
Spirits & more	Whisky und Spirituosen
stüsa schriften	Beschriftungen, Reklamen
Sweet Promo GmbH	essbare Werbeartikel
TEC Thommen Engin. & Consulting GmbH	Elektroplanung, unabh. Kontrollorgan
Technik am Bau AG	Technik am Bau
TOKRA GmbH	Etikettiersysteme, Typenschilder
Treufin Reuter AG	Treuhand
TT Timeconsult Treuhand AG	Treuhandgesellschaft
UB-office AG	Software
WebSites4u	WebDesign
Webuniverse Informatik	WebDesign, PC-Schulungen
WECO INKASSO AG	Debitorenmanagement
WEKA Business Media AG	KMU Fachpublikationen
Welcome Hotzels & restaurants	Hotelerie, Gastronomie
Win-Lux GmbH	kundenspezifische IT-Lösungen
Zirkumflex AG	Telekommunikation / mit WIR

Werden Sie Mehrwertpartnerfirma

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

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

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

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

CARDUN AG Führung & Kommunikation

seit 1991 bringen wir Bewegung in die Kommunikation

Natural Communication for Partnership NCP™

Sehr geehrte Kundin, sehr geehrter Kunde

Mit unserer Verfahrensfairness tragen wir dazu bei, dass Sie selbst in einem ausgetrockneten Arbeitsmarkt die Menschen mit den richtigen Kompetenzen einstellen. In einem Gespräch mit Ihnen loten wir aus, welcher Mensch in Ihre Unternehmensphase passt. Wir schreiben für Sie das Inserat, welches Sie in den wichtigsten Medien platzieren. Mit einem fairen Verfahren begleiten wir Sie durch die Spannungen der Bewerbungsgespräche und beraten Sie, bis Sie „das Gelbe vom Ei" gefunden haben.
Ob Beratung, Workshops, Führungscoaching, Coaching, Teamentwicklung, Risikobeurteilung, Nachfolgeregelung oder Interims Management, – unser Mitgefühl für das Gesagte prägt Ihren Erfolg. Wir lösen Konflikte und Strategien, Führung und Kommunikation fair zugunsten von Fortschritt und Kooperation in Ihrer Unternehmensstruktur.

Gerne begrüssen wir Sie am KMU Unternehmertreffen vom 15. September 2011 ab 19 Uhr an unserem Ausstellungstisch in der Alten Kaserne in Winterthur.

Heiner Dübi, Inhaber

CARDUN AG Führung & Kommunikation, Heiner Dübi, Obergasse 34, 8402 Winterthur
Tel. 052 232 24 42; Fax 052 232 25 92; URL: www.cardun.ch; Mail: info@cardun.ch

TEC THOMMEN ENGINEERING & CONSULTING GMBH
ELEKTROPLANUNG UND ELEKTROKONTROLLEN

UNSER MOTTO : „GUT" IST NICHT GUT GENUG!

Deswegen sind wir immer bemüht noch ein bisschen besser zu sein. Unsere Auftraggeber wissen dies zu schätzen. Kundenorientierte Lösungsansätze, technisches und planerisches Know-how und jahrelange Erfahrung werden Sie überzeugen. Wir freuen uns auf neue Herausforderungen!

Wenn Sie zudem großen Wert darauf legen, Ihrem Bauvorhaben einen unverwechselbaren Charakter zu verleihen, unterstreichen wir diese Wirkung mit **individuellen Lichtlösungen**.

Wir zeigen Ihnen, welche Potenziale und Möglichkeiten intelligente Lichtplanung bietet.

Es lohnt sich also für Sie in jedem Fall, mit der Elektroplanung frühzeitig zu beginnen, denn nur so können die komfortablen und energieeffizienten Lichtlösungen berücksichtigt werden, so wie Sie sich das wünschen.

ELEKTROKONTROLLEN
Elektrizität ist nur dann sicher, wenn elektrische Einrichtungen und Installationen professionell erstellt, fachgerecht unterhalten und kontrolliert werden. Wir sind bestens dafür gerüstet, **Schlusskontrollen** oder **periodische Kontrollen** für Sie durchzuführen.

TEC Thommen Engineering & Consulting GmbH
Hans-Peter C. Thommen
Eggenwilerstrasse 39, 5620 Bremgarten AG
Tel. 056 631 87 31 / Fax. 056 631 87 33
www.tecthommen.ch / admin.ag@tecthommen.ch

Franchising für KMU
Strategisch erfolgreich wachsen

Prof. Veronika Bellone und Thomas Matla
Bellone FRANCHISE CONSULTING GmbH

Multiplizierter Erfolg: Für weltweites Wachstum und Marktdurchdringung gibt es ein professionelles Erfolgsrezept, das Franchising. Darunter wird die schnelle und standardisierte Multiplizierung eines erfolgreichen Geschäftskonzeptes verstanden. Das Besondere: Es wird 1:1 adaptiert und mittels Ausbildung und fortlaufender Unterstützung auf einen Geschäftspartner (Franchise-Nehmer/in) gegen Entgelt übertragen. So können Existenzgründer/innen oder bestehende Firmen, die eine Franchise übernehmen, schneller und risikoärmer in die Erfolgszone kommen. Allein in Deutschland existieren gut 1.000 Franchise-Systeme, in Österreich ca. 400 und in der Schweiz ca. 350.

Starke Wettbewerbsposition
National, wie international werden Innenstädte und Gewerbezonen durch bekannte Marken geprägt. Ob Manpower, McDonald's, Yves Rocher, Swarovski, Kieser Training, Portas, Rüegg Cheminée oder Zaunteam, Franchising zieht sich durch alle Branchen. Es bietet KMU die Möglichkeit durch den Partnerverbund die Marktmacht eines Grossunternehmens zu erreichen. Die Vorteile kleiner Unternehmen (Reaktionsschnelligkeit, Anpassungsfähigkeit), bleiben erhalten. In der komplexer werdenden Welt erzeugen Franchise-Systeme, durch hohe Präsenz, Orientierung und Halt. Für KMU ergeben sich besondere Vorteile: grosse Marktnähe, überdurchschnittlich motivierte Franchise-Partner/innen, Strukturierung des Unternehmens sowie Bewertung. Gerade Letzteres ist wichtig für die Zukunftssicherung, wenn es um die strategische Ausrichtung, bis hin zur Nachfolgeregelung, geht.

Unser 8-Schritte-Einstieg für KMU verdeutlicht den Aufbau eines Franchise-Systems:

1. Franchising für gesunde Unternehmen
Franchising ist eine Wachstumsstrategie, wichtig ist deshalb der Gesundheitscheck des Unternehmen vor einer geplanten Expansion. Liegt ein Erfolg versprechendes Geschäftskonzept vor? Ist die Organisationsform marktgerecht? Können die Leistungen, Produkte und Prozesse standardisiert und multipliziert werden? Besteht ein Wille zum Wachstum? Klare und belastbare Ergebnisse erhalten Sie mit einer Unternehmensdiagnose anhand der SWOT-Analyse. Was sind Ihre Stärken (Strengths), Schwächen (Weaknesses), Chancen (Opportunities) und Bedrohungen (Threaths)? Das strukturierte Vorgehen, das wir auch in unserem «Praxisbuch Franchising» (mi-wirtschaftsbuch.de) erläutern, sensibilisiert die Wahrnehmung, strukturiert das Denken und zwingt zur Rationalität. Weitere Erkenntnisse gewinnen Sie in der Wahrnehmungsanalyse (Eigen-, Fremd- und Wunschbild).

2. Franchising als strategische Entscheidung
Nicht taktische Umsatzerhöhung oder kurzfristige Gewinnsteigerung ist das Ziel. Nachhaltiges Unternehmenswachstum, mit Partner/innen sowie deren Mitarbeitende, steht im Mittelpunkt. Entsprechend verantwortlich sollten die langfristigen Entscheidungen, auf Basis nachprüfbarer Informationen, getroffen werden. Formulieren Sie eine Vision und Mission sowie ein Leitbild, welches Ihr Wachstum begleitet.

3. Franchising braucht Vorsprungsmerkmale
Ihr Wachstum braucht differenzierende Merkmale, die sich von denen Ihrer Konkurrenten abheben. Im Franchising richten sich diese nicht nur auf den Endmarkt, sondern auch auf den Partner/innen-Markt. Auch Ihre Bezugsmärkte, Mitarbeitermärkte und Finanzmärkte «fordern» relevante Vorsprungsmerkmale.

4. Franchising braucht Persönlichkeit
Was mit einem Markennamen beginnt, ist ein umfassender Profilierungsprozess, der sich als wesentlicher Erfolgstreiber von Wachstumsprozessen herausstellt. Ohne eine zielgruppenrelevante Marken-Positionierung, ohne fokussierte Markenwerte, eine konsistente Markenkommunikation und ein zeitgemässes Markendesign ist ein nachhaltiges Unternehmenswachstum nicht vorstellbar.

5. Franchising heisst Interaktion, Innovation und Reflexion
Marktdurchdringung und Marktwachstum sind das Ziel, ständige Kommunikation und Interaktion die Treiber, aktuelle Informationen der Schmierstoff. Durch deren Analyse und Reflexion lassen sich zeitnah Anpassungen und Optimierungen realisieren. Die Folge: Franchise-Systeme bleiben innovativ und marktgerecht, eben nachhaltig.

6. Franchising erfordert Denken in Konsequenzen
Als Franchise-Geber/-Geberin übernehmen Sie eine verantwortungsvolle Rolle, schaffen Sie doch Existenzen für Franchise-Partner/innen sowie deren Mitarbeitende. Sie sollten deshalb gesamtgesellschaftliche Entwicklungen nie aus den Augen verlieren. Durch deren Nutzung erhöhen Sie die Überlebensfähigkeit Ihres Unternehmens. Neben der ökonomischen Nachhaltigkeit sind auch die ökologische und soziale Nachhaltigkeit im Auge zu behalten.

7. Franchising ist eine Kulturleistung
Geografische Markterweiterungen und länderübergreifende Expansionen, wie auch die Globalisierung und Digitalisierung verdeutlichen, wie wichtig die Etablierung einer eigenen Unternehmenskultur als Erfolgsfaktor ist. Franchise-Systeme werden dabei von Menschen geprägt. Hierbei sollte nichts dem Zufall überlassen werden. Eigene Schulungen und gelebte Werte sind wichtig.

8. Franchising bedeutet stetige Effizienzverbesserung
Franchise-Systeme sind lebende Organismen, für die ein Stehenbleiben der Tod bedeutet. Ständige Weiterentwicklung und Perfektionierung, getrieben durch den Informationsfluss der Franchise-Partner/innen, ist ein Muss. So bleiben Franchise-Systeme gesund und ihr stetiges Wachstum nachhaltig.

Prof. Veronika Bellone und Thomas Matla

Bellone FRANCHISE CONSULTING GmbH
Poststrasse 24
Postfach 1355
6300 Zug

Tel.: 041 712 22 11
Fax: 041 712 22 10
office@bellone-franchise.com
www.bellone-franchise.com

Die Verknüpfung von Lean Production und Lean Administration

Zwei Bausteine kombinieren, maximale Effizienz erzielen: Lean Adminstration und Lean Production entfalten erst dann ihr volles Potenzial, wenn beide Systeme gemeinsam wirken.

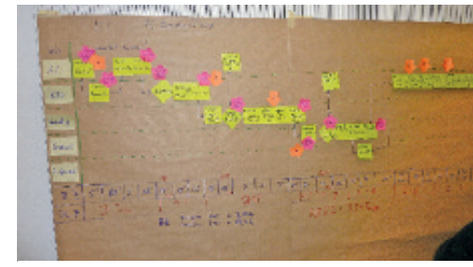
Wenn es um das Thema Prozessoptimierung geht, dann konzentrieren sich die meisten Betriebe fast ausschliesslich auf den Materialfluss. Bearbeitungs- und Durchlaufzeiten liegen in der Regel vor. Auch Ausschussquoten oder Fehlerhäufigkeiten können einfach ermittelt werden. Anders sieht es beim Informationsfluss aus. Genaue Daten sind hier meist unbekannt und es existiert bei den Beteiligten nur eine sehr vage Vorstellung über den exakten Ablauf.

Eindrucksvolle Verbesserungen können dann erzielt werden, wenn Administration und Produktion zusammenarbeiten und Prozessabläufe gemeinsam optimieren. Ein Beispiel aus der Praxis zeigt dies deutlich: In einem KAIZEN® Workshop kommen Teilnehmer aus dem administrativen Bereich und der Produktion an einem Tisch zusammen. Die Teilnehmer haben erkannt, dass Sie durch die Verknüpfung der beiden Bereiche ihre Produktivität deutlich erhöhen können.

Wertstromdesign, eine ideale Methode

Um Verschwendung zu erkennen und den Materialfluss für alle Beteiligten deutlich zu machen, ist das Wertstromdesign die ideale Methode. Als Plattform umfasst es alle Verbesserungsbestrebungen der Produktion und bildet in einer standardisierten und verblüffend einfachen Form alle wertschöpfenden und nicht wertschöpfenden Aktivitäten eines Unternehmens ab. Durch die visuelle Darstellung eröffnen sich neue Perspektiven für den Produktionsablauf. Den Wertstrom zu visualisieren, ist immer mit dem Ansatz verbunden, den Fluss der Produkte zu beschleunigen, die Produktivität zu steigern und die Qualität im Kundensinn zu erhöhen.

Wertstromdesign



Prozessmapping

Prozessmapping für mehr Transparenz

Um die Prozesse in der Administration transparent zu machen, ist vor allem das Prozessmapping hilfreich. Es zeigt auf, welche Tätigkeit von welchem Mitarbeiter zu welchem Zeitpunkt erledigt werden muss. Die Bearbeitungszeiten wie auch die Durchlaufzeiten werden gemessen und die Prozesskosten ermittelt. Die Zusammenhänge und die Schwachstellen werden offen gelegt, wodurch meistens eine erhebliche Reduktion der Durchlaufzeiten erzielt werden kann.

Durch Visualisierungen im Wertstromdesign und im Prozessmapping wird es deutlich einfacher, sich ein Gesamtbild zu machen und Umwege und Unstimmigkeiten zu erkennen. Nicht der einzelne Fertigungsschritt wird betrachtet, sondern der gesamte Ablauf in Verknüpfung mit der Administration. Hier liegen die grössten Herausforderungen und zugleich die grössten Optimierungspotenziale. So lässt sich ein optimaler Workflow aufbauen, der administrative Aufwand wird verringert, Kosten eingespart und somit eine signifikante Produktivitätssteigerung erzielt.

Eindrucksvolle Verbesserungen erzielen

Das KAIZEN Institut ist führend in den erprobten Expertensysteme ‹Total Flow Management› (TFM) sowie ‹Total Service Management› (TSM). Jedes System für sich bringt erstaunliche Erfolge und erhöht die Effektivität. Wirklich eindrucksvolle Verbesserungen werden jedoch dann erzielt, wenn beide Bausteine miteinander verknüpft werden.

KAIZEN Institute Consulting Group Ltd.
Gerardina Pepe-Spagnuolo
Bahnhofplatz, 6300 Zug
www.kaizen.ch
Tel.: +41 41 725 42 84

Anzeigen

Zehntausende Schweizer KMU vertrauen uns

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

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

sage

Eines der vorrangigen Ziele des Schweizerischen KMU Verbandes ist die Aus- und Weiterbildung der Mitglieder. Aus diesem Grund werden regelmässig Workshops und Seminare in der ganzen Deutschschweiz durchgeführt. Zusätzlich wurde, zusammen mit unseren Partnern, im Bereich Aus- & Weiterbildung ein umfangreiches Angebot an verschiedensten Themen zusammengestellt.

Zürcher Schule für Angewandete Wissenschaften ZHAW	**www.zhaw.ch**
ABZ-SUiSSE	www.abz-suisse.ch
ABB Technikerschule	www.abbts.ch
Bildungszentrum Living Sense	www.bildungszentrum-hls.ch
BOA LINGUA	www.boalingua.ch
Bildungszentrum BVS	www.bvs.ch
BWI Management Weiterbildung	www.bwi.ch
BWL Institut Basel	www.bwl-institut.ch
Berufsbildungszentrum Dietikon	www.bzd.ch
Bildungszentrum Interlaken bzi	www.bzi-interlaken.ch
Rochester-Bern Executive MBA	www.executive-mba.ch
Fachhochschule Nordwestschweiz	www.fhnw.ch
FSFM Fachverband Farb-, Stil- und Imageberatung	www.fsfm.ch
iek Personalmanagement	www.iek.ch
ipe Institut für Personalentwicklung	www.ipe-herzig.ch
AKAD-Compendio Bildungsmedien AG	www.kmu-weiterbildung.ch
Pixel Zauber Ingold	www.pixel-zauber.ch
Pro Linguis	www.prolinguis.ch
ROMAN - Consulting & Engineering AG	www.roman.ch
Consolving Ausbildung&Beratung für Sekretariat	www.sekretariatsentwicklung.ch
SNV Schweizerische Normen - Vereinigung	www.snv.ch
Spirit of Change ganzheitliches Unternehmenscoaching	www.spirit-of-change.ch
Stiftung Speranza	www.stiftungsperanza.ch
WEKA	www.weka.ch
Wortstark	www.wortstark-uster.ch
Wirtschaftsschule KV Winterthur	www.wskvw.ch
ZAK Zentrum für agogik GmbH	www.zak.ch

Anzeigen

Mit nur 100.– zur richtigen Entscheidung

Die Kunst der richtigen Entscheidung bietet Ihnen die einmalige Chance gemeinsam mit dem «inneren Freund» in den Ring zu steigen.

Erleben Sie, wie es gelingt, destruktivem Stress, Konflikten und Vielem mehr zu entgehen!

Auf www.ichentscheide.ch erfahren Sie mehr von diesem «etwas anderen» Seminar für Sie und Ihre Mitarbeiter!

ZHAW School of Management and Law

Im Jahr 1968 als eines der ersten Lehrinstitute der Schweiz für Wirtschaft und Verwaltung gegründet, stellt die ZHAW School of Management and Law heute eines von acht Departementen der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften dar. Mit international anerkannten Bachelor- und Masterstudiengängen, einem bedarfsorientierten und etablierten Weiterbildungsangebot sowie innovativen Forschungs- und Entwicklungsprojekten ist die ZHAW School of Management and Law eine der führenden Wirtschaftshochschulen der Schweiz.

Facts & Figures
Leitung
Prof. André Haelg

Studierende pro Programm (Herbst 2010)

Bachelor of Science	3057
Master of Science	135
Weiterbildung (MAS, DAS, CAS)	1426

Mitarbeitende (Dezember 2010)

Professoren	35
Dozierende	118
Mittelbau	114
Administrativ/technisches Personal	69

Institute und Zentren
Abteilung General Management
- Zentrum für Marketing Management
- Zentrum für Human Capital Management
- Zentrum für Wirtschaftsinformatik
- Zentrum für Strategie & Operations
- Fachstelle für International Business

Institut für Banking & Finance
- Zentrum für Alternative Investments & Risk Management
- Zentrum für Business Banking
- Zentrum für Risk & Insurance
- Fachstelle für Accounting & Controlling

Abteilung Public Sector
- Institut für Verwaltungs-Management
- Winterthurer Institut für Gesundheitsökonomie
- Zentrum für Kulturmanagement
- Zentrum für Wirtschaftspolitik

Institut für Wirtschaftsrecht
- Fachstelle für Unternehmensrecht
- Fachstelle für Steuerrecht
- Zentrum für Sozialrecht

Abteilung Studiengänge
- Fachstelle für Neues Lernen
- Fachstelle für Didaktik und Methodik

Alumni
2100 aktive Mitglieder seit 1971

Angebote Aus- und Weiterbildung
Ausbildung
Bachelor of Science in Betriebsökonomie mit 6 Vertiefungen:
- General Management
- Banking and Finance
- Accounting, Controlling, Auditing
- Economics and Politics
- Risk and Insurance
- International Management

Bachelor of Science in Wirtschaftsinformatik

Bachelor of Science in Wirtschaftsrecht

Master of Science in Business Administration mit 2 Vertiefungen:
- Marketing
- Public and Nonprofit Management

Master of Science in Banking & Finance

Weiterbildung
11 Master of Advanced Studies (MAS), 3 Diploma of Advanced Studies (DAS) und 33 Certificate of Advanced Studies (CAS) in folgenden Fachbereichen:
- Banking & Finance
- Business Information Management
- Gesundheitswesen
- Human Capital Management
- Management und Leadership
- Marketing
- Verwaltungsmanagement
- Wirtschaftsrecht

Das Institut Banking and Finance bietet speziell für KMU Workshops zum Thema Standortbestimmung, Zukunfts- und Nachfolgeplanung an.

Während drei Workshops bearbeiten Unternehmer und Nachfolger, angeleitet von Experten, wichtige Fragestellungen und Themengebiete. Das Handbuch, mit welchem die Teilnehmer arbeiten, dient als Kompass für die zukünftigen, unternehmerischen Schritte.
Zusätzlich bietet der «Marktplatz» die Möglichkeit, konzentriert an einem Anlass, mit unterschiedlichen Experten individuelle Fragen persönlich zu klären.
Kosten: CHF 550.00 pro Workshop und Marktplatz
Weitere Informationen unter:
www.zbb.zhaw.ch/workshops

ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
Hochschulsekretariat
Tel. +41 58 934 71 71
info@zhaw.ch

Die Vorteile einer Mitgliedschaft bei der SNV Schweizerische Normen-Vereinigung

Normen werden nicht willkürlich diktiert, sondern von Fachleuten aus den verschiedenen Branchen entwickelt. Als SNV-Mitglied sitzen Sie in der ersten Reihe, wenn es um die Gestaltung der zukünftigen, weltweiten Rahmenbedingungen geht.

Rund 700 Unternehmen und Institutionen profitieren bereits von den Vorteilen einer SNV-Mitgliedschaft. Nehmen Sie aktiv Einfluss im Normungsprozess, lassen sich vorzeitig aus erster Hand über technische Entwicklungen informieren und profitieren von den Vergünstigungen auf verschiedene Produkte und Dienstleistungen.

Ihr Nutzen

Einfluss im Normungsprozess – Zugang zu Normen-Komitees und die Möglichkeit neue Normen in Ihrem Sinne mit zu gestalten.
Innerbetriebliche Lizenzen – Legaler Einsatz von Normen und Standards.
Vergünstigungen – Rabatte beim Normenkauf und bei Seminaren.
Beratung – Kompetente Antworten auf Fragen rund um das Thema Normung.
Informationen – Aktuelle und regelmässige Informationen aus der Welt der Normung.
Monitoring – Überwachung der für Sie relevanten Normen und Rechtsdokumente.

Lernen Sie die SNV Schweizerische Normen-Vereinigung kostenlos an der
Info-Veranstaltung «Normen in der Schweiz» vom 14. September 2011 kennen.
Zeit: 13.30 bis 17.30 Uhr
Ort: Hotel Renaissance, Thurgauerstrasse 101, 8152 Zürich-Glattpark
Anmeldung: www.snv.ch, unter *Ausbildung und Seminare*

Über die SNV Schweizerische Normen-Vereinigung

Die SNV Schweizerische Normen-Vereinigung fördert die Erarbeitung und die internationale Harmonisierung von Normen und Standards. Als direkte Vertreterin der weltweiten Normung über ISO, der europäischen Normung über CEN und als Drehscheibe in weiteren nationalen und internationalen Nomen-Netzwerken nimmt die SNV mit ihren Fachbereichen eine Brückenfunktion zwischen den Normungsexperten und den Normenanwendern wahr. Die SNV handelt zum Nutzen der Schweizer Wirtschaft und Gesellschaft und vertritt deren Interessen.

SNV Schweizerische Normen-Vereinigung
Lisette Schenk, Bürglistrasse 29, 8400 Winterthur, T dir +41 (0)52 224 54 44, F dir +41 (0)52 224 54 75, www.snv.ch, lisette.schenk@snv.ch

Anzeigen

«Es entspricht einem zentralen Bedürfnis jedes Unternehmers, seine Firma mit dem sicheren Gefühl führen zu können, dass er die Informationen, die ihm sagen, ob er sich auf Kurs befindet, kurzfristig abrufen und nutzen kann, um seine Entscheidungen möglichst zeitnah zu treffen, d.h. dann, wenn eine notwendige Kursänderung angesagt ist, und nicht etwa erst, wenn er erkennen muss, dass er schon gefährlich weit von der gewünschten Linie abgekommen ist. *basic»Leadership* ist die Antwort darauf.»

Nationalrat Dr. Pierre Triponez
Direktor des Schweizerischen Gewerbeverbandes (SGV)

basic® leadership Finanz- und Liquiditätsplaner

Entscheidungsgrundlagen für die erfolgreiche Unternehmensführung

Sie wollen jederzeit wissen, wo Ihr Unternehmen steht, um rechtzeitig die richtigen Massnahmen zu ergreifen? Egal ob Sie ein Produktions-, Dienstleistungs- oder Handelsunternehmen, eine kleine oder eine grösseres Firma führen; mit basic® leadership verfügen Sie über ein exzellentes Controlling-Instrument, mit welchem Sie exakt auf die von Ihnen gesetzten Ziele zusteuern.

Ihre Vorteile:

- Die Betriebsbuchhaltung wird überflüssig, da der basic® leadership Finanz- und Liquiditätsplaner Ihnen jederzeit die nötigen Informationen liefert
- Sie haben stets einen Überblick über den Erfolg Ihres Unternehmens
- Einfach verständlich, da die Anwendung auf der Deckungsbeitragsbasis aufgebaut ist
- Sie erhalten Hilfestellung bei der Entscheidungsfindung betreffend Rabattgewährung, Auftragsdurchführung etc.
- Excel-Anwendung, keine Excel-Kenntnisse erforderlich

FÜR MITGLIEDER DES SKV ZUM SONDERPREIS VON CHF 298.–

Mit dem basic® leadership Finanz- und Liquiditätsplaner haben Sie jederzeit die wichtigsten Informationen zur Hand und treffen richtige Entscheidungen zeitnah. Bleiben Sie auf Kurs und setzen Sie auf eine praxisnahe und sichere Lösung für Ihre Unternehmensführung.

Der Finanz- und Liquiditätsplaner ist so konzipiert, dass Sie die Implementierung in Ihrer Firma eigenhändig vornehmen können. Ohne Risiko – mit 20 Tagen Rückgaberecht!

WEKA

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

Mehr informationen unter
http://wekaservices.ch/flm-skv

Spannender Firmenanlass für Ihre Mitarbeiter oder Kunden

Codes knacken. Rätsel lösen. Fährten aufspüren. Zu Land, zu Wasser, kreuz und quer durchs Revier. Das ist Foxtrail. Die verblüffendste Art, eine Stadt zu entdecken. Tausende von Unternehmen, Vereinen, Familien und Privatgruppen haben den Fuchs schon gejagt. Kein Team hat ihn erwischt. Aber alle hatten tierisch viel Spass. Jetzt sind Sie dran!

Was ist Foxtrail?
Foxtrail ist die spannendste Schnitzeljagd der Schweiz, bei der Sie ständig um die Ecke denken müssen. Denn der Foxtrail- Fuchs tut alles, damit jede seiner Fährten quer durch sechs verschiedene Schweizer Städte unentdeckt bleibt. Um ihm auf der Fährte zu bleiben lösen Sie viele verzwickte und technisch verblüffende Aufgaben. Egal, welcher Fährte Sie folgen, Foxtrail ist jedes Mal anders. Und jedes Mal schafft es das gerissene Tierchen mit seinen rätselhaften Hinweisen und Botschaften ganze Firmen, Vereine oder private Gruppen zu verblüffen.

Wer geht auf die Pirsch?
Foxtrail begeistert alle! Egal ob zu zweit, mit 50, 100 oder 300 Personen, morgens früh oder spät nachmittags, ob 8 oder 80 Jahre alt. Die Trails sind ideal für Firmen- oder Abteilungsausflüge, Seminargruppen oder Vereine.
Gestartet wird stets in kleinen Teams (2–6 Personen) – zeitlich versetzt auf demselben oder gleichzeitig auf verschiedenen Trails.
Das wetter- und saisonunabhängige Freizeiterlebnis fördert die Kreativität, weckt die Neugier und stärkt die Gruppendynamik. In den sechs Städten Basel, Bern, Luzern, St. Gallen, Thun und Zürich gibt es bereits über 30 verschiedene Routen. Foxtrail ist täglich an 365 Tagen im Jahr buchbar.

Wie nimmt man Witterung auf?
Lust den cleveren Fuchs selber zu verfolgen? Für Informationen, Anfragen und Online-Reservationen führt die erste heisse Spur auf **www.foxtrail.ch**

Buchen, Starten, Spass haben:
www.foxtrail.ch, mail@foxtrail.ch und Tel. 041 329 80 00

Swisscovery GmbH
Grünfeld Park 2
6208 Oberkirch

FOXTRAIL
Die spannendste Schnitzeljagd der Schweiz
www.foxtrail.ch

«Geothermie – Die Alternative»

«Um eine nachhaltige Energieversorgung gewährleisten zu können, wird eine intensive Nutzung der erneuerbaren Energien unumgänglich. Die geothermische Wärme- und Stromerzeugung erweist sich als Option, die ein grenzenloses Potenzial verspricht.» So lautet das Fazit des Buches «Geothermie – Die Alternative». Herausgeber ist Nationalrat Georges Theiler (FDP/LU), Autor der Luzerner Journalist Pirmin Schilliger. Das Buch ist ab Anfang Juli 2011 über den Verlag, die Homepage von Georges Theiler (www.theiler.ch) sowie im Buchhandel erhältlich. Parallel zur Buchproduktion haben Nationalrat Georges Theiler und die FDP-Liberale-Fraktion drei Motionen zum Thema eingereicht.

Der Luzerner Nationalrat Georges Theiler glaubt an das grosse Potenzial der Geothermie, schon seit Jahren. Er hat deshalb 2010 ein Buchprojekt lanciert, um die Chancen dieser alternativen Energiequelle auszuloten. Der Luzerner Wissenschaftsjournalist Pirmin Schilliger hat rund ein Jahr lang recherchiert, Fakten zusammengetragen, sie ausgewertet und gewichtet. Im Kern: Das weltweite Potenzial der Geothermie ist unerschöpflich. Für die Schweiz wird das langfristig erschliessbare Potenzial auf jährlich 17 TWh beziffert. Das entspricht mehr als einem Viertel des aktuellen Stromverbrauchs. Und: Verglichen mit anderen erneuerbaren Energien zählt die Geothermie mit Gestehungskosten von 7 bis 15 Rappen/kWh zu den günstigsten Energiequellen.

Auf einem riesigen Kachelofen

Sitzen wir wirklich auf einem riesigen Kachelofen, und kann man diese Energie zur Stromgewinnung nutzen? «Ja», meint Buchautor Pirmin Schilliger. «An anderen Orten, unter anderen Bedingungen, funktioniert das bereits. Die Nutzung der Erdwärme wird künftig in vielen Ländern eine grosse Rolle spielen.» Die Frage sei jedoch: «Funktioniert das auch in der Schweiz? Von welchen politischen, wirtschaftlichen, wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen hängt das Schicksal der Geothermie ab?» Pirmin Schilliger rät, sich mit Geduld zu wappnen. «Die effiziente Nutzung der Geothermie existiert in der Schweiz erst ansatzweise, aber man darf sie bei der gegenwärtigen Diskussion über den Ersatz von Atomstrom nicht ausser Acht lassen. Geothermie hat ihren berechtigten Platz als alternative Energieform nebst Biomasse, Sonne, Wind und Wasser», ist der Buchautor überzeugt. Wenn allerdings die Schweiz auch bei der Stromproduktion aus Erdwärme mit dabei sein wolle, müsse sie besondere Anstrengungen unternehmen.

Nationalrat Theiler will die politischen Weichen stellen

Dafür will sich Nationalrat Georges Theiler starkmachen. Die künftige Nutzung von Geothermie hängt wesentlich davon ab, ob die politischen Weichen richtig gestellt werden. «Für die Forschung und Entwicklung im Bereich Bohrtechnik, Geologie und Reservoirtechnik müssen mehr Mittel zur Verfügung stehen», erklärte Georges Theiler an der Medienkonferenz. «Statt jährlich 5 Millionen Franken sind mindestens 30 Millionen Franken pro Jahr notwendig.» Der Bund müsse zudem eine Pilotanlage zu Forschungszwecken finanzieren und eine ganze Reihe von Anschubfinanzierungen zusichern. Georges Theiler will sich in Bern auch dafür einsetzen, dass künftig klare rechtliche Regeln für Exploration und Standortsicherung mit vereinfachten, einheitlichen und beschleunigten Verfahren gelten und dass Bund, Kantone und Gemeinden bei der Standortwahl und bei Bewilligungen tatkräftige Unterstützung leisten.

Appell an die grossen Stromproduzenten

Georges Theiler ist nach wie vor vom grossen Potenzial der Geothermie überzeugt. «Jetzt, nach der Lancierung des Buches, umso mehr.» Er hoffe, dass dank des Buches die Geothermie endlich ihren berechtigten Platz in der Diskussion über erneuerbare Energien erhalte. Abschliessend appellierte er an die grossen Stromproduzenten: «Sie müssen sich künftig viel stärker für die Geothermie engagieren. In der Pionierphase der kommenden Jahre werden auch immer wieder die Stimmbürgerinnen und Stimmbürger gefordert sein, wenn es darum geht, für die Pilotprojekte Millionenkredite zu sprechen.»

Die 10 wichtigsten Massnahmen für die Förderung der Geothermie

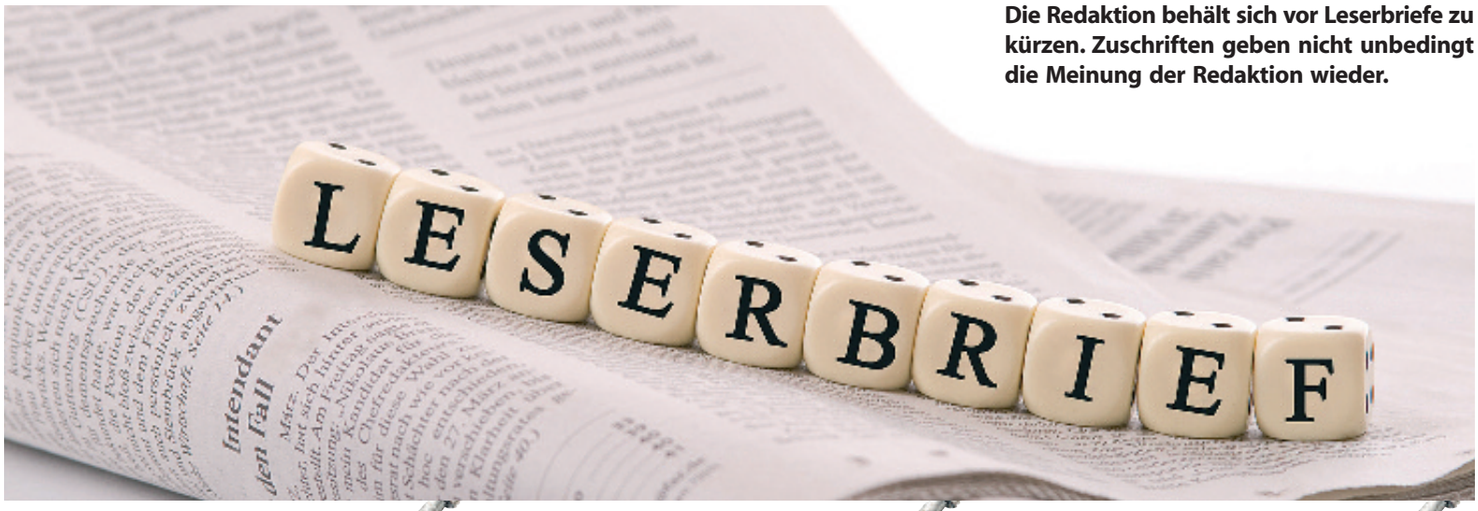
- Mehr Mittel für Forschung und Entwicklung in den Bereichen Bohrtechnik, Geologie und Reservoirtechnik (statt 5 Mio. Fr. jährlich 30 Mio. Fr.)
- Finanzierung einer Pilotanlage zu Forschungszwecken durch den Bund
- Anschubfinanzierung durch den Bund (Steuererleichterungen und Bürgschaften) bei kommerziell ausgerichteten Geothermiestromprojekten
- Ausbau der Fündigkeitsrisikogarantie und Ausdehnung auch auf reine Wärmeprojekte mit Anschubfinanzierung des Bundes bei kommerziellen Fernwärmenetzen
- Klare rechtliche Regeln für Exploration und Standortsicherung mit vereinfachten, einheitlichen und beschleunigten Bewilligungsverfahren
- Stärkeres Engagement und mehr Pioniergeist der Stromwirtschaft
- Flächendeckende geologische Erkundung und Exploration des schweizerischen Untergrunds durch eine finanziell und personell gut dotierte Organisation
- Politische Unterstützung von Bund, Kantonen und Gemeinden bei der Standortwahl und Bewilligung
- Schaffung einer Energie-Taskforce und Lancierung einer Kommunikationsoffensive zur Erhöhung der gesellschaftlichen und politischen Akzeptanz von Geothermie
- Aktive Beteiligung der Schweiz an internationalen Forschungs- und Pilotprojekten

«Geothermie – Die Alternative»
Wie Erdwärme zu Elektrizität wird; Georges Theiler und Pirmin Schilliger; Gamma Druck und Verlag, Altdorf; 208 Seiten; Preis: CHF 29

Erhältlich ab Juli 2011
Beim Verlag (www.gammadruck.ch/Verlag.php), über die Homepage von Georges Theiler (www.theiler.ch) und im Buchhandel.

Georges Theiler
Obere Bergstrasse 3, 6004 Luzern
076 491 74 49
www.theiler.ch, g.theiler@sunrise.ch

Die Redaktion behält sich vor Leserbriefe zu kürzen. Zuschriften geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.



Fragen stellen verboten

In den letzten Tagen habe ich mir erlaubt, zum Entscheid des Bundesrats für den Ausstieg aus der Kernenergie einige Fragen zu stellen. Dies als Realpolitikerin und verantwortungsvolle Aargauerin. Als Vorstandsmitglied des Vereins Geothermische Kraftwerke Aargau (VGKA) beweise ich, dass ich mich neuen Entwicklungen nie verschlossen habe. Ich bin keine blinde Befürworterin der Kernenergie.
Die Faktenlage für den Entscheid des Parlaments zu einem Ausstieg aus der Kernenergie ist äusserst dünn. Ein Masterplan des Bundesrats mit konkreten Massnahmen und Auswirkungen fehlt. Klimaziele sind nicht mehr wichtig. Vermehrte Auslandabhängigkeit, konkret importierter Strom bspw. aus Frankreich, wird in Kauf genommen. Dies alles kann ich noch akzeptieren. Ein solch weitreichender Entscheid schreit jedoch förmlich nach mehr Information. Vielleicht ist auch die Frage erlaubt, weshalb nun mit einer Endgültigkeit eine Technologie ausgeschlossen werden soll, die ihren wichtigen Beitrag zur Stromversorgung und gegen die Stromlücke liefert und nach Strategie des Bundesrats noch einige Jahrzehnte weiter leisten muss. Gleichzeitig werden auch Forschung und Entwicklung sowie Aus- und Weiterbildung für eine Technologie beerdigt, auf die auch gemäss Bundesrat in ein paar Jahren vielleicht sogar wieder zurück zurückgegriffen werden muss. Die Schweiz ist ein international anerkannter Forschungsstandort. Kann es sich unser Land leisten, kurzsichtig eine Technologie gänzlich auszuschliessen? Aktuell plädiere ich darum für ein sowohl als auch.
Legt der Bundesrat eine glaubhafte, durchdachte Energiestrategie vor, welche mir bestehende offene Fragen beantwortet, unterstütze auch ich den endgültigen Verzicht auf Kernenergie. Bis aber diese Strategie vorliegt, werde ich mir erlauben, weiterhin sachlich zu bleiben und kritisch zu hinterfragen.
Esther Egger, Nationalrätin, Kirchdorf

Ein Umdenken ist angesagt!

Was in Japan passiert ist und die Konsequenzen daraus sind sehr tragisch und traurig. Erdbeben, Tsunami-Flut und AKW-Explosionen.

Diese Katastrophen hat den Japanern ein unermessliches Leid gebracht, vor allem letztlich die Atomkraftwerke, und es ist noch gar nicht absehbar, was das an Folgeschäden für die Menschen und die Umwelt mit sich bringt.

Ein Sprecher in Tokio meinte, die Atomkatastrophe sei viel schlimmer als das Erdbeben und der Tsunami!

Es ist endlich an der Zeit, dass die Bewilligungen erteilt werden zur Erhöhung der «Grimsel-Staumauer» sowie die Erneuerungen der Fluss-Kraftwerke, welche mit der neuen Technologie wesentlich mehr Energie erzeugen könnten.

Weiter sollten die «Solar-Energie» und «Gas-Kraftwerke» gefördert werden.
Die Milliarden, die vorgesehen sind für neue oder zum Ausbau bestimmter «AKW`s», wären wesentlich besser investiert als Subventionsbeiträge an Hausbesitzer, die bereit wären, Solaranlagen auf ihre Dächer zu montieren und ihre Häuser isolieren zu lassen.

Es ist nun zu hoffen, dass in dieser Richtung einiges in Bewegung gesetzt wird, um die Gefahren stark zu reduzieren.

Mit freundlichen Grüssen

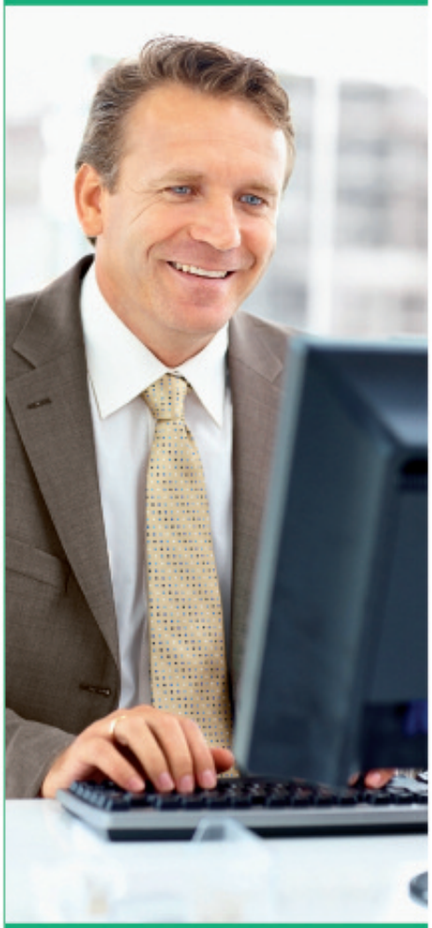
Werner Brauen

3206 Biberen, 15. März 2011

Energiewende ist Riesenchance für KMU

Der Atomausstieg und die Reduktion der Treibhausgasemissionen zwingen die Schweiz zu einer Energiewende, die einem Umbau der Wirtschaft gleich kommt. Die wirtschaftlichen Hauptprofiteure einer grünen Wirtschaft sind die KMU. Das hat vier Hauptgründe: Erstens verschafft die Energiewende klassischen KMU-Betrieben die meisten Neuaufträge. Zweitens führt die Energiewende zu einer Dezentralisierung der Energiewirtschaft und stärkt damit die lokale und regionale Wertschöpfung. Drittens sind die erneuerbaren Energien arbeitsintensiver als zentrale Grosskraftwerke. Und viertens bleibt mehr Wertschöpfung im Lande selber, weil weniger im Ausland eingekauft werden muss.
Für die obigen Annahmen sprechen Erfahrungen und Studien. In der Bundesrepublik Deutschland hat die von der rotgrünen Regierung eingeleitete Energiewende allein zwischen 2004 und 2009 zu einer Verdoppelung der Arbeitsplätze im Bereich der erneuerbaren Energien auf mehr als 340'000 Stellen geführt. Bis 2020 sollen dank dem Klima- und Energiepaket der Bundesregierung weitere 500'000 Jobs entstehen. Laut einer Untersuchung im Auftrag des Bundesumweltministeriums dürfte die deutsche Umwelttechnologiebranche ihren Umsatz bis 2030 auf rund ein Sechstel der landesweiten Industrieproduktion verviefachen und damit den Automobilbau und die Werkzeugmaschinenindustrie überholen. Innerhalb der Wirtschaft hat es unter den Aufsteigern überdurchschnittlich viele KMU. Besonders interessant für die Schweiz sind die spektakulären Fortschritte bei der Elektrizitätsgewinnung aus Sonnenlicht. Was die Schweiz in den letzten 20 Jahren – zum Nachteil der Ökologie und der KMU – verpasst hat, zeigt ein Vergleich der Hausdächer nördlich und südlich des Rheins. **Josef Lang, Nationalrat, Zug**
Lesen Sie den ganzen Artikel auf
www.netzwerk-verlag.ch Leserbriefe

FINANZEN



WEKA Praxis-Seminare

Kooperationspartner zh aw School of Management and Law

WEKA

Controlling mit Excel

ACHTUNG!
Wir bieten dieses Seminar für MS Excel 2007 an.
Ausnahme: Termin am 15.9.2011 (für MS Excel 2003)

Anleitungen für die professionelle Auswertung und Präsentation in der Praxis

Das Controlling versorgt die internen Entscheidungsträger mit den wesentlichen Daten aus den Auswertungsrechnungen. Für die Berechnung und Darstellung dieser Informationen eignet sich vor allem Excel. Gute Excel-Kenntnisse sind für Sie also unerlässlich.

Dieses Seminar zeigt Ihnen den **effizienten Umgang mit Excel,** insbesondere das Erstellen von Formeln, den Gebrauch von Standardfunktionen und die **optisch ansprechende Präsentation** der Daten. Sie erhalten auch viele Praxis-Tipps und Tricks für die tägliche Anwendung des Programms.

Wertvolle Excel-Praxis-Tipps

Damit Ihnen die Arbeit mit Excel anschliessend leichter fällt, üben Sie direkt am PC die Darstellung von Soll-/Ist-Vergleichen, Zeitreihen und Auswertungen. Die grafischen Aspekte und Ansprüche werden dabei auch berücksichtigt.

Excel auf hohem Niveau

Sie lernen, Informationen in Excel zu importieren und Verknüpfungen verschiedener Informationen vorzunehmen.

WICHTIG: Vor Ort sind für alle Teilnehmenden PC's vorhanden. So üben Sie gleich Ihre neuen Excel-Kenntnisse anzuwenden.

Akkreditiert durch FPVS 6 CREDITS

WEKA Praxis-Seminar
Controlling mit Excel

Donnerstag, 15. September 2011 (Für MS Excel 2003)
Mittwoch, 16. November 2011 (Für (MS Excel 2007)

Seminar-Inhalte — **Seminarleitung: Prof. Dr. Marcel Fehr**

Datenimport und Datenpräsentation
- Übernahme von Daten aus Buchungssystemen
- Filterfunktionen und Zwischensummen
- Benutzerfreundliche Darstellung der Daten

Controlling-Instrumente
- Deckungsbeitragsrechnung und Break-Even-Analyse
- ABC-Analyse
- Rentabilitäts- und Liquiditätskennzahlen berechnen

Bewertungsinstrumente
- Barwert-, Annuitätenfunktion
- Discounted Cash Flow-Berechnung

Visualisierung
- Datenreihen, Soll-/Ist-Vergleiche und Analysen in benutzerfreundliche Diagramme kleiden

Workshop
- Budgetzahlen konsolidieren, analysieren und präsentieren

Veranstaltungsort

TECHNOPARK
Technoparkstrasse 1
8005 Zürich

Seminartermine

- Donnerstag, 15. September 2011
- Mittwoch, 16. November 2011

Jeweils von 9.00 Uhr bis ca. 16.30 Uhr

Preis pro Seminar

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

20% RABATT FÜR SKV-MITGLIEDER

Das Seminar richtet sich an

Leiter und Mitarbeiter Rechnungswesen, Geschäftsführer, Geschäftsleitungsmitglieder, Leiter und Mitarbeiter Buchhaltung, Treuhänder

Teilnehmerzahl

max. 12 Personen

Melden Sie sich gleich auf www.kmuverband.ch unter Seminare an.

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

Datum	Ort	Veranstaltung	Weitere Infos
September			
08.09.	Winterthur, Hotel Römertor	Erfolgsfaktor Mitarbeiter	www.kmuverband.ch
29.09.	Pratteln, Restaurant Engel	Neue Kunden, wie finden wie binden	www.kmuverband.ch
29.09.	Pfäffikon, Seedamm Plaza	Damit Sie auch in Zukunft Verluste vermeiden	www.creditreform.ch
30.09./01.10.	Grenchen	Grundlagenseminar Mentaltraining	www.praxisbrücke.ch
Oktober			
20.10.	Gisikon-Root, Hotel Tell	Erfolgsfaktor Mitarbeiter	www.kmuverband.ch
27.10.	Zug, Parkhotel	Damit Sie auch in Zukunft Verluste vermeiden	www.creditreform.ch
November			
16.11.	Maienfeld, Swiss Heidi Hotel	Fachreferat Inkasso und Bonitäts-Check	www.creditreform.ch
20.11.	Geroldswil, Hostellerie Geroldswil	Neue Kunden, wie finden wie binden	www.kmuverband.ch
23.11.	Frauenfeld, Kartause Ittingen	Fachreferat Inkasso und Bonitäts-Check	www.creditreform.ch
30.11.	Abtwil, Hotel Säntispark	Fachreferat Inkasso und Bonitäts-Check	www.creditreform.ch

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

Geschäftsführer:
Roland M. Rupp

Abonnementsverwaltung:
Alexandra Rupp
abo@netzwerk-verlag.ch

Inserateverkauf:
Inserate@netzwerk-verlag.ch

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

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

Erscheinung:
erscheint monatlich

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

Redaktions-/Anzeigenschluss:
Jeweils 14 Tage vor Erscheinungstermin

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

Bilder:
Titelbild valdezrl, S5 Raoul Duke, S10 ravemotion, S40 mj-foto, S53 mapoli-photo, S55 MASP

Anzeigen

INTERCEPT®
Fraud Detection and Prevention

INTERCEPT hat über 15 Jahre Erfahrung und ist ein verlässlicher und diskreter Partner, wenn es darum geht Mitarbeiterkriminalität aufzuklären und gerichtsverwertbare Beweise zu liefern.

Als führender Qualitäts- und Einnahmesicherer verfolgen wir eine kundenorientierte, integere Unternehmensstrategie. Dabei konzentrieren wir uns auf komplexe Kundenbedürfnisse, die einen hohen Mehrwert für unsere Mandanten generieren.

Mit unseren sechs Geschäftsbereichen sind wir in der Lage die Bedürfnisse und Anliegen unserer Kunden branchengerecht zu ermitteln und massgeschneidert umzusetzen.

- INTERCEPT® Gastro
- INTERCEPT® Retail
- INTERCEPT® Logistic
- INTERCEPT® Industry
- INTERCEPT® Government
- INTERCEPT® Academy

INTERCEPT ist kompetent und unabhängig. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind als gut ausgebildete, erfahrene Fachkräfte praxisnah und effizient.

Wir sind der Ansicht: „Bei einem guten Qualitäts- und Einnahmesicherungskonzept geht es um mehr als um den kurzfristigen Erfolg. Es geht um Sicherheit, den richtigen Partner zu haben, es geht um verlässliche Vereinbarungen, es geht um Transparenz und Vertrauen."

Wir von INTERCEPT sind selbst Unternehmer. Wir denken wie Sie. Deshalb werden Sie von der Geschäftsleitung betreut. Dies garantiert eine diskrete, effiziente und lösungsorientierte Kommunikation auf Managementebene.

Wir bieten Ihnen zahlreiche Vorteile, die mit unserer Struktur, unserem Selbstverständnis und unserer Art des Unternehmens zusammen hängen und begleiten Sie während des gesamten Mandates.

Wir sind unabhängig und haben ein Netzwerk an Partnern zur Verfügung, die bei Bedarf Unterstützung bieten. Wir kennen die Gesetze und Verordnungen und pflegen gute Kontakte zu den Behörden.

„INTERCEPT, unser Einsatz zahlt sich aus!"

INTERCEPT GmbH
Werftestrasse 4
6005 Luzern

E-Mail: info@intercept.ch
Web: www.intercept.ch

Ansprechperson: Herr Pezzetta
Tel.: 079 557 64 27

Ansprechperson: Herr Cossai
Tel.: 079 557 64 28