ERFOLG

Offizielles Organ des Schweizerischen KMU Verbandes

Die starke Zeitung für Selbstständige, Unternehmer und Existenzgründer

Nummer 7 • August 2011 • 5. Jahrgang • Preis Fr. 3.90 • www.netzwerk-verlag.ch • AZB 6300 Zug

Schweizerischer KMU Verband
SKV KMU Golf Trophy 4
Unternehmertreffen 12/13

Politik
Wer hält's länger aus? 7
Cleantech: Chance für die KMU 8
Bürokratie-Stopp 10

Immobilien
Komfort- und Designhäuser 17

Finanzierungsmöglichkeiten
Privat-Investoren 20
Nutzholz produzieren 21

Marketing & Verkaufsförderung
Europa wacht auf 27
Mit den Richtigen sprechen 28
Erfolgreiches Dialogmarketing 29
SuisseEMEX'11 31
Markenwissen 32
10 Jahre Podium Limmattal 34/35
Leadgenerierung im Web 36
Vom Loch zur Innovation 38

Exportunterstützung
Ablösung des Formulars 42/43

Businessmode
Stilsicherheit im Beruf 58
Corporate Fashion 59

Marketing & Verkaufsförderung

KAPITALANLAGEN IN EDELMETALLEN

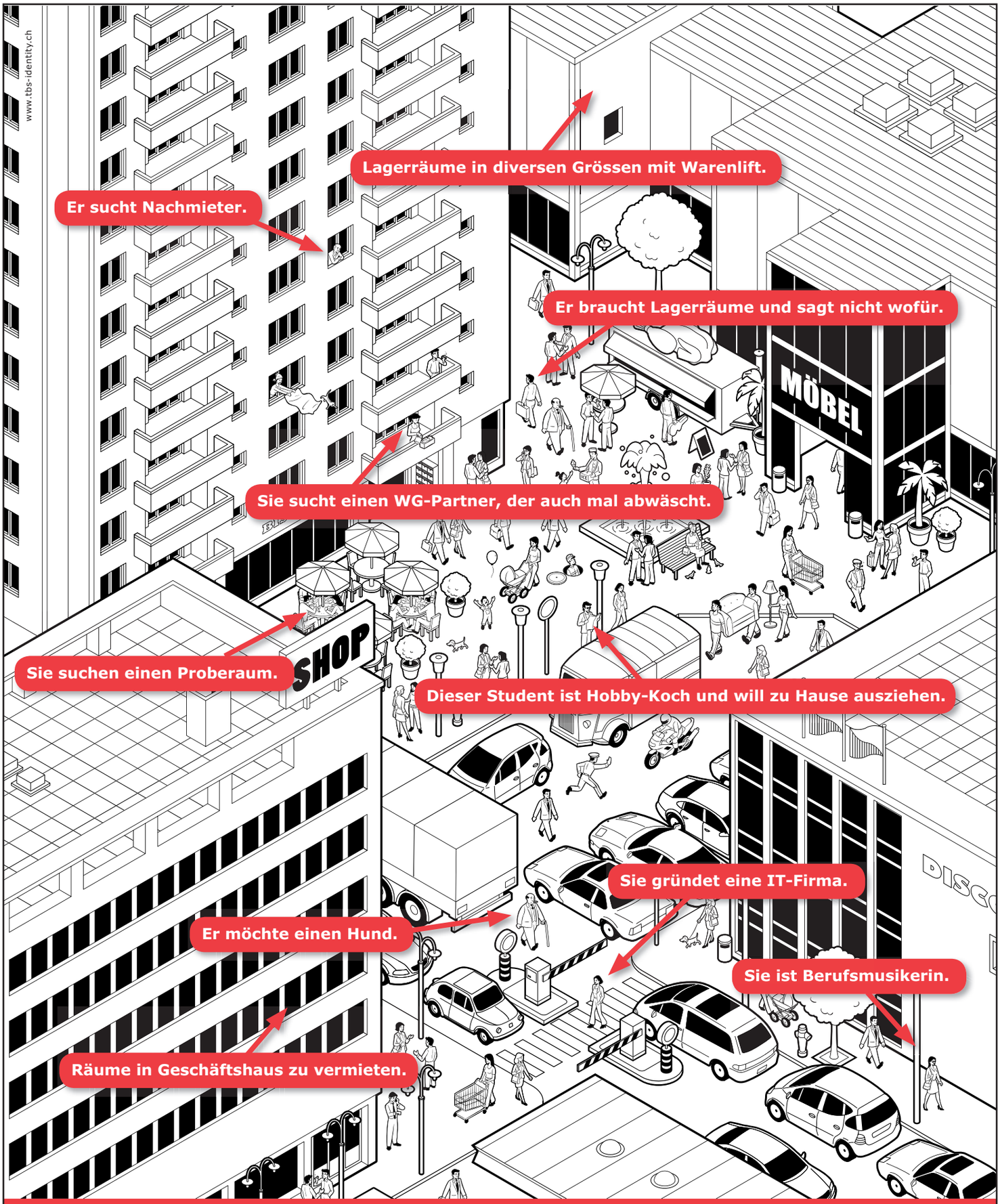
Barabholung
Wertlogistik
Schliessfächer
Zollfreie Lagerung
Umfassende Beratung

GEIGER
EDELMETALLE

Geiger Edelmetalle AG
Sonnenbergstrasse 1
8172 Niederglatt
Fon: 043 4 11 201-0
Fax: 043 4 11 201-8

mail: info@geiger-edelmetalle.ch
web: www.geiger-edelmetalle.ch

Öffnungszeiten:
Montag bis Mittwoch: 9.00 bis 17.00 Uhr
Donnerstag: 09.00 bis 20.00 Uhr
Freitag: 9.00 bis 17.00 Uhr



Einfach finden.

Wohnungen, Häuser, Gewerbeobjekte – 3,6 Millionen Besucher pro Monat wissen, wo man findet. Und 180'000 Inserierende, wo man gefunden wird. www.homegate.ch

homegate.ch
Das Immobilienportal

Editorial

Geschätzte Leserinnen und Leser

In seinem Zirkular Nr. 125/2011 an die Mitgliederorganisationen befasst sich der Schweizerische Gewerbeverband (SGV) mit uns, dem Schweizerischen KMU Verband (SKV) und hält wörtlich fest: «Während für den Schweizerischen Gewerbeverband sgv die klassische Lobbyarbeit im Vordergrund steht, konzentriert sich der SKV vor allem auf Dienstleistungen an seine Mitglieder!» Na, ist es nicht ein Kompliment, bescheinigt zu bekommen, dass wir vor allem für Sie da sind?! Wir werden auch künftig für unsere KMU da sein.

Eine andere Frage ist, wie die klassische Lobbyarbeit der sgv-Familie im Alltag konkret aussieht. Würden Sie erwarten, dass sich Gewerbeverbände für die Wahl von Gewerkschaftsfunktionären einsetzen? Was, Sie finden die Frage absurd? Dann schauen Sie sich doch einmal die Homepage des Solothurner Staatspersonal Verbandes an, das ist die Beamtengewerkschaft und dort finden Sie als Gewerkschaftssekretär Nationalrat Dr. Pirmin Bischof (www.staatspersonal.ch/geschftsleitung). Und dann schauen Sie sich die Homepage des Kantonal Solothurnischen Gewerbeverbands an und finden dort die Empfehlung für Dr. Pirmin Bischof (CVP, Solothurn) zur Wahl in den Ständerat als Gewerbevertreter (www.kgv-so.ch/Wahlen.39.0.html). Wenn ein Gewerbeverband soweit kommt und einen Gewerkschaftssekretär als gewerbenah qualifiziert, dann ist etwas faul. Verstehen Sie mich nicht falsch. Ich finde es richtig, dass Gewerkschaftsfunktionäre im Parlament Einsitz nehmen und dort die Interessen der Arbeitnehmer bzw. der Gewerkschaften vertreten, soll doch der politische Entscheidfindungsprozess unter Einbezug aller politischen Richtungen erfolgen. Es ist aber nicht nachvollziehbar, dass ein Gewerbeverband meinen kann, ein Gewerkschaftssekretär sei ein idealer Gewerbevertreter. Hier haben der Schweizerische Gewerbeverband und seine Mitgliedorganisationen ein Glaubwürdigkeitsproblem.

Als überparteiliche Organisation ist der Schweizerische KMU Verband nicht auf eine bestimmte Partei fixiert. Aber wir glauben auch nicht daran, dass Lehrer, Beamte, Staatsangestellte, Manager aus Monopolbetrieben und Gewerkschafter sich für unsere KMU einsetzen. Wir brauchen Gewerbevertreter im National- und Ständerat, aber natürlich keine Etikettenschwindler, sondern nur solche Politiker, die ein eigenes KMU führen und deshalb aus eigener Erfahrung wissen, mit welchen bürokratischen Lasten unsere KMU konfrontiert sind und was man ändern muss, um die Rahmenbedingungen für kleinere und mittlere Unternehmen zu verbessern.

Meine Wahlempfehlung: nehmen Sie erstens an den National- und Ständeratswahlen vom 23. Oktober 2011 als Wählerin oder Wähler unbedingt teil, nur so können Sie die Zusammensetzung des Parlaments beeinflussen. Schauen Sie sich zweitens die Kandidaten auf Ihrer Liste genau an und streichen Sie alle Kandidaten, die nicht selber ein KMU führen. Das ist KMU-Förderung mit nachhaltiger Wirkung.

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

Passwort für die Ausgabe 7: screen

Und so können Sie die aktuelle sowie die bisherigen Ausgaben auch online anschauen:

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

Inserieren und ERFOLG haben:
041 761 68 52

Inhaltsverzeichnis

Schweizerischer KMU Verband 4–6
Politik 7–10
Unternehmertreffen 11–13
Rechtsberatung 14–15
Riskmanagement 16
Immobilien 17
Spitzenruf Kolumne 18
Factoring 19
Finanzierungsmöglichkeiten 20–21
Inkasso 23
Versicherung 25
Treuhand 26
Marketing & Verkaufsförderung 27–38
Informatik 39
Franchising 40–41
Exportunterstützung 42–43
Sicherheit 44–45
Management 46
Aus- und Weiterbildung 47–49
Gesundheit 50–51
Gastro 52–54
Büroservice 55
Mehrwertpartner-Programm 56–57
Businessmode 58–59
Buchtipp 60
Leserbriefe 61
Veranstaltungskalender/Impressum 63

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
Erfolgreich planen – mit Freude bauen
Mauler
MAISON FONDÉE EN 1829
iba c'est sympa
CHÂTEAU ANDRÉ ZILTENER
golfart
KLuG KRANKENVERSICHERUNG

ANMELDEN

Medienpartner

Golf LEADER
Das Magazin rund um den Golfsport

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

KLuG Krankenversicherung: Klein, stark und fein.

Marianne Baumann, Geschäftsleiterin

Als einzige Zuger Krankenversicherung behauptet sich die KLuG seit mehr als neunzig Jahren erfolgreich im schnell lebigen Krankenversicherungsmarkt. Die Versicherung gehörte zu den ersten Schweizer Betriebskrankenkassen und war seit der Gründung stets dabei, wenn im Gesundheitswesen Neues geschaffen wurde. KLuG legte schon immer Wert auf eine vernünftige Preispolitik und Kundennähe.

Erfolgsgeschichte

Bereits auf eine über neunzig jährige Geschichte kann die KLuG Krankenversicherung zurück blicken.

Der Name «KLuG» weist auf den Ursprung der Versicherung hin: Die Landis & Gyr gründete 1918 eine eigene Betriebskrankenkasse. Ein Teil der Versicherten der KLuG stammt noch aus der früheren Belegschaft von Landis & Gyr und ihrer Nachfolgefirmen. Längst jedoch entwickelte sich die KLuG von der reinen Betriebskrankenkasse, welche zu ihren Spitzenzeiten rund 6500 Mitglieder hatte, zur heute öffentlichen, allen zugänglichen, schweizweit tätigen Krankenversicherung.

Seit 1996 das Obligatorium in der Krankenversicherung eingeführt worden ist, verschwanden viele kleine und mittlere Krankenversicherungen vom Markt oder schlossen sich einer grossen Versicherung an. Anders verhält es sich bei der KLuG.

Sie konnte sich als eigenständiges Zuger ***Klein***-Unternehmen im hart umkämpften Markt behaupten. Heute zählt die Krankenversicherung mit Sitz in Zug rund 15'000 Versicherte, darunter auch viele Unternehmen.

Vernünftige Preispolitik und Top Service

Der Erfolg basiert – wie diverse Untersuchungen durch Comparis zeigten – vor allem auf der vernünftigen Preispolitik, den erstklassigen Leistungen, der hohen Kundenzufriedenheit und nicht zuletzt der persönlichen Beratung. Denn diese sind die Basis der vorbildlichen Kundentreue der KLuG-Versicherten.

Die solide finanzielle Grundlage und die hohe Innovationskraft des Zuger Unternehmens bieten Gewähr, dass KLuG auch künftig so ***stark*** bleiben wird.

Mit wenigen Klicks eine Offerte einholen

KLuG setzt auf eine schnelle, administrative Erledigung der Versicherungsfälle. Dazu gehört auch eine umfassende Information zu sämtlichen Versicherungsfragen. Besuchen Sie die ***feine*** Website der Krankenversicherung. Unter www.klug.ch finden Sie nicht nur zahlreiche Inputs zu allen relevanten Versicherungsfragen sondern auch einen Prämienrechner. Mit nur wenigen Klicks können Sie sich unkompliziert und unverbindlich gleich selbst eine individuelle Offerte erstellen.

Neben der Obligatorischen Krankenpflegeversicherung bietet die KLuG auch ein umfassendes, qualitativ hoch stehendes Angebot an Zusatzversicherungen an, die in Zusammenarbeit mit dem grössten Krankenversicherer der Schweiz angeboten werden.

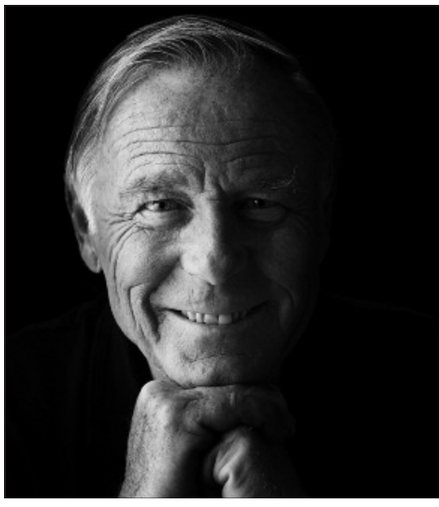
Das motivierte und kompetente KLuG-Team will auch in Zukunft die hohe Kundenzufriedenheit bei behalten, getreu dem Motto: **Klein, stark und fein.** *Marianne Baumann*

KLuG Krankenversicherung
Gubelstrasse 22, 6300 Zug
Tel. 041 724 32 78, Fax 041 724 20 45
team.klug@klug.ch, www.klug.ch

Kurz-Geschichte

1918	Gründung der Genossenschaft: Krankenkasse der Arbeiter, Arbeiterinnen und Angestellten der Firma Landis & Gyr AG.
1952	Namensänderung in «Betriebskrankenkasse Landis & Gyr».
1978	Juristische Änderung zum Verein: Krankenkasse Landis & Gyr.
1993	Registrierung der Marke KLuG®.
1996/97	Wandlung zur öffentlichen Krankenversicherung.
2008	Comparis Nr.1 (Kundenzufriedenheit).
2011	KLuG Krankenversicherung, klein stark und fein.

Anzeigen



Sind Sie KLuG versichert?

Klein, stark und fein.
www.klug.ch

KLuG KRANKENVERSICHERUNG

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

Besuchen Sie uns online und erfahren,
wie die neue SAP On Demand Lösung Ihren Business-Alltag erleichtert:

www.sap.ch/businessbydesign

SAP Business ByDesign™ YouTube

Wer hält's länger aus?

Ulrich Schlüer
Nationalrat

Ein Fall aus dem Alltag: Ein Kleinbetrieb, eine Bäckerei, wurde von einem Schicksalsschlag getroffen: Der Inhaber verstarb plötzlich. Ein Glück, dass sein Sohn im gleichen Gewerbe tätig war. Er arbeitete zum Zeitpunkt des plötzlichen Todes seines Vaters noch anderswo, musste aber umgehend den väterlichen Betrieb übernehmen.

Die junge Familie des jungen Bäckers zog ein ins Bäckershaus. Rasch wurde beschlossen, im Dachgeschoss eine zusätzliche Wohnung einzubauen für die Witwe, die Mutter des jungen Bäckers, die täglich im Familienbetrieb mitarbeitete. Der Architekt arbeitete rasch. Die Gemeinde versprach zügige Behandlung des Baugesuchs.

Aber kantonale Ämter blockierten: Die Parkplatz-Situation vor dem seit Jahrzehnten an der Hauptstrasse liegenden Geschäft sei angesichts des von Jahr zu Jahr wachsenden Verkehrs untragbar geworden. Drei Parkplätze vor der Bäckerei, längs der Hauptstrasse angeordnet: Das sei absolut ungenügend. Die Baubewilligung für das Dachgeschoss, also für die Wohnung der verwitweten Mutter des Bäckers, werde erst erteilt, wenn die Parkplatz-Situation befriedigend gelöst sei.

Das war eine unerfüllbare Auflage. Das Grundstück war schmal – vorne von der Hauptstrasse, hinten vom Dorfbach begrenzt. Für mehr Parkplätze war schlicht kein Platz. Man hätte geradezu eine Tiefgarage mit komplizierter Zufahrt erstellen müssen: Unsinnig und untragbar. Den Gemeindebehörden war klar: Würde so etwas verlangt, wäre dies das Ende der Dorfbäckerei. Ein Betrieb und eine Familie würden ihre selbständige Existenz verlieren – was die Funktionäre in der Hauptstadt allerdings kaum zu beeindrucken schien…

Da ordneten die Gemeindebehörden eine Begehung von Grundstück und Liegenschaft an. Nach einigem Hin und Her willigten die kantonalen Behörden ein.

Dabei kam der jungen Bäckersfamilie und der Gemeinde der Zufall – genauer: der Wettergott – bereitwillig zu Hilfe. Die Begehung fand an einem Januar-Termin statt. Es war an diesem Tag bitterkalt. Eine eisige Bise liess alles erstarren. Die Gemeinde nutzte die Chance: Alle Gemeindevertreter erschienen, als stünde eine Arktis-Expedition auf dem Programm. Die Funktionäre aus der Stadt waren weniger gefasst auf ein länger dauerndes Treffen. Doch der begrüssende Präsident legte fest, dass das Treffen wegen einer Dachwohnung ohne Parkplatzansprüche stattfinden müsse und dass mit Rücksicht auf die Bäckersfamilie, deren Existenz auf dem Spiel stünde, der Ort der Besichtigung von niemandem verlassen würde, bis die von der Sache her nicht wirklich zu rechtfertigende Parkplatz-Auflage in eine tragbare Lösung übergeführt sei.

Das dauerte seine Zeit. Die Ortsansässigen, winterlich warm bekleidet, überstanden die Diskussion gut. Die Städter schlotterten bald. Und dies immer sichtbarer. Das Seilziehen überdauerte eine Stunde, überdauerte anderthalb Stunden, ja zwei Stunden. Nach zweieinhalb Stunden schliesslich, als die Gäste aus der Hauptstadt offensichtlich durchgefroren waren, zeichnete sich ein Kompromiss ab: Es würde keine Dauerlösung getroffen – man begnüge sich mit einem (Dauer-)Provisorium: Der Bäckerei werde «bis auf weiteres» die Bewilligung erteilt, über dem Geschäft im Dachgeschoss eine Kleinwohnung einzubauen.

Dies geschah vor rund fünfzehn Jahren. Das Dauer-Provisorium ist noch immer in Kraft. Der junge Bäcker erwies sich als erfolgreicher Berufsmann. Sein Geschäft blüht und wird von vielen Kunden geschätzt. Das Dorf besitzt noch immer seine Bäckerei.

Gemeindebehörden können, wenn sie entsprechend zäh und schlau verhandeln, manchmal sogar bürokratische Regeln aus der Hauptstadt, die als in Blei gegossen erscheinen, im wahren Sinn dieses Wortes «zum Schmelzen bringen». *Ulrich Schlüer, Nationalrat*

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

Anzeigen

Cleantech: Chance für die KMU!

Pascale Bruderer Wyss, Nationalrätin

Der geordnete Ausstieg aus der Atomkraft muss ein konsequenter, rasch einzuläutender Umstieg ins Cleantech-Zeitalter sein.

Mit dem historischen Entscheid, schrittweise aus der Atomkraft auszusteigen, nehmen Bundesrat und Nationalrat die grossen Bedenken der Bevölkerung gegenüber dieser Technologie und ihren Restrisiken ernst. Selbst wenn Unfälle nur mit sehr kleiner Wahrscheinlichkeit eintreffen – ein solches Ereignis hätte gerade in der dicht besiedelten Schweiz verheerende Auswirkungen. Ausserdem ist die Endlagerung der radioaktiven Abfälle noch immer ungelöst und ein enorm belastendes Erbe für viele nachkommende Generationen.

Überzeugende ökonomische Argumente

Zur energiepolitischen Weichenstellung haben insbesondere volkswirtschaftliche Überlegungen geführt: Die Atomkraft wurde Jahr für Jahr teurer und es bleibt kein Zweifel, dass sich die Gestehungskosten nach der Katastrophe in Japan aufgrund zusätzlicher Ausgaben für Sicherheit, Nachrüstung und Entsorgung nochmals erhöhen werden. Die 20 Milliarden, die für den Bau neuer Atomkraftwerke in der Schweiz vorgesehen waren, lohnen sich schlicht nicht; sie wären weder politisch durchsetzbar noch ökonomisch begründbar – ganz im Gegenteil.

Energieeffizienz wird damit zum ganz grossen Thema, ausserdem werden die erneuerbaren Energien auf dem Markt immer konkurrenzfähiger und günstiger. Damit eröffnet sich eine Perspektive, die für innovative und auf Nachhaltigkeit ausgerichtete KMU zum grossen Erfolg werden kann: Cleantech.

Visionäres Schlagwort oder konkrete Chance?

Längst in aller Munde, werden unter Cleantech allerlei Aspekte subsummiert – von einzelnen Gütern bis hin zu ganzen Branchen. Dieses breigefächerte Verständnis ist weder falsch noch kommt es von ungefähr: Produkte, Verfahren sowie Dienstleistungen, welche die Leistung oder Effizienz steigern und gleichzeitig die Umweltbelastung reduzieren – das ist Cleantech. Damit kann dieser Grundsatz tatsächlich in sämtlichen Wirtschaftsbereichen umgesetzt werden und die ganze Wertschöpfungskette umfassen.

Droht nun die Gefahr eines weiteren visionären Schlagworts ohne Substanz? Mitnichten. Bestes Beispiel sind die vielen hervorragend positionierten Schweizer KMU, die mit ihren Leistungen für den Erfolg von Cleantech stehen und diesen tagtäglich konkret sichtbar machen: sei es mit Dienstleistungen im nachhaltigen Immobilien- oder Ressourcenmanagement, mit Innovationen im Bereich erneuerbarer Energien und Materialien oder mit Angeboten der nachhaltigen Mobilität, um nur ein paar Beispiele zu nennen.

Eine treibende Rolle spielen auch nachhaltig ausgerichtete Wirtschaftsverbände und Unternehmernetzwerke, welche die Energiewende mittragen und aktiv unterstützen. Zu Recht weisen sie auf den eigentlichen Schlüssel zur Versorgungssicherheit hin: Damit der Umstieg gelingt und als Jobmotor genutzt werden kann, müssen die Weichen rasch und konsequent auf Cleantech gestellt werden. Mit Fördermassnahmen und Innovationsanreizen sowie insbesondere mit einer Politik, welche auf die Internalisierung von externen Kosten zielt. Dieser marktwirtschaftliche Ansatz wird Kostenwahrheit schaffen und all jene Unternehmen belohnen, für die ein nachhaltiger Ressourceneinsatz bereits heute eine Selbstverständlichkeit ist.

Die Energiewende verlangt nach einem Brückenschlag zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Politik: Verhelfen wir Cleantech gemeinsam zum Durchbruch!

Pascale Bruderer Wyss
Nationalrätin und Mitgründerin der
IG Cleantech Aargau

www.pascale-bruderer.ch
www.cleantech-aargau.ch

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

Gehen Sie beim Auftritt Ihres Unternehmens keine Kompromisse ein. Setzen Sie auf eine E-Klasse und profitieren Sie schon ab dem ersten Fahrzeug von unserem Flottenrabatt. Und mit der *«EDITION125»* lohnt sich die Investition gleich doppelt: Den neuen E 250 CDI 4MATIC BlueEFFICIENCY als Limousine und Kombi erhalten Sie für nur 73 Rappen/km* oder ab CHF 69 900.–. Das Sondermodell beinhaltet die Designlinie AVANTGARDE, das Sport-Paket Exterieur und das Navigationssystem Audio 50 APS. Serienmässig verfügt das Fahrzeug über ein 7G-TRONIC Plus-Automatikgetriebe sowie Allradantrieb 4MATIC. Effiziente Motoren ermöglichen einen Verbrauch ab 6,0 l/100 km bei 204 PS und starken 500 Nm Drehmoment. Und dank Full Service Leasing können Sie die Kosten für Reifenservice, Versicherung, Service- und Unterhaltsarbeiten einfach vergessen.

125! Jahre Innovation

Mercedes-Benz

AUTO KAISER ZUG
EIN UNTERNEHMEN DER Pierre Sudan GRUPPE

AUTO KAISER ZUG
Hinterbergstrasse 19–21, 6330 Cham, Tel. 041 711 24 24
www.auto-kaiser.ch, info@auto-kaiser.ch

* E 250 CDI 4MATIC BlueEFFICIENCY Kombi *«EDITION125»*, 150 kW/204 PS, 2143 cm³. Listenpreis CHF 69 900.–. CO_2-Emission: 147 g/km, durchschnittliche CO_2-Emissionen aller in der Schweiz angebotenen Neuwagen-Modelle: 188 g/km, Treibstoffnormverbrauch gesamt: 5,8 l/100 km, Energieeffizienz-Kategorie: A. Der Flottenrabatt von 8 % basiert auf einer Gesamtfuhrparkgrösse von 1–7 Fahrzeugen. Das Sondermodell *«EDITION125»* ist zeitlich begrenzt lieferbar und nicht mit anderen Angeboten oder Sondermodellen kumulierbar. Angebot gültig für Unternehmen mit Handelsregister-Eintrag oder gültiger MWSt-Nummer. Das Fahrzeug muss auf das Unternehmen oder auf einen Mitarbeiter immatrikuliert werden. Die Mindesthaltedauer beträgt 6 Monate. Alle Angaben verstehen sich inkl. 8,0 % MWSt als unverbindliche Preisempfehlung. Full Service Leasing, Laufzeit 48 Monate, Laufleistung 30 000 km/Jahr, Zinssatz 4,9 %, ohne erste grosse Rate.

Taten statt Worte beim Bürokratie-Stopp – zum Beispiel bei der KMU-Rechnungslegung

Gabi Huber, Nationalrätin FDP. Die Liberalen (UR), Präsidentin FDP-Liberale Fraktion

Die Fakten sind erschreckend: Der administrative Aufwand für KMU hat sich innert 13 Jahren verdoppelt. Die Kosten für Bürokratie belaufen sich gemäss einer Studie des Schweizerischen Gewerbeverbandes auf jährlich 50 Milliarden Franken. Das schadet den Schweizer Unternehmen und verhindert neue Arbeitsplätze. FDP. Die Liberalen findet sich mit der absurden Regulierungsflut nicht ab und hat deshalb die Volksinitiative «Bürokratie-Stopp!» lanciert. Zusätzlich setzen wir uns bei jeder sich bietenden Gelegenheit gegen immer mehr Verbote, Vorschriften und Formulare ein: so zum Beispiel auch beim Rechnungslegungsrecht.

Der bundesrätliche Entwurf zur Revision des Rechnungslegungsrechts sah für die Unternehmen verstärkte Revisionspflichten vor. Dies hätte entsprechende Kosten nach sich gezogen. So beträgt das Durchschnittshonorar bei der eingeschränkten Revision 4900 Franken, bei der ordentlichen Revision, ohne Publikumsgesellschaften, 32 500 Franken, also sieben- bis achtmal mehr. Das ist für die KMU ein grosser Unterschied – und eine enorme finanzielle und zeitliche Belastung.

Die FDP wollte das nicht hinnehmen. Gerade die kleinen und mittelgrossen Firmen sollen sich nicht mit absurder Bürokratie herumschlagen – sondern sich auf ihre Produkte und Dienstleistungen konzentrieren können. Auf Antrag der FDP-Liberale Fraktion wurden die Bestimmungen zur Revisionspflicht grundlegend neu aufgegleist und anlässlich der Schlussabstimmungen der eidgenössischen Räte in der Sommersession definitiv KMU-freundlich verabschiedet. Dies bringt dem Gewerbe in Zukunft grosse Entlastungen.

So wurden erstens die Schwellenwerte, welche die Unternehmen zu einer ordentlichen Revision verpflichten, deutlich angehoben. Das heisst, neben Publikums- und konzernrechnungspflichtigen Gesellschaften müssen nur jene Gesellschaften eine ordentliche Revision vornehmen, die in zwei aufeinanderfolgenden Geschäftsjahren zwei der folgenden Schwellenwerte überschreiten: eine Bilanzsumme von 20 Millionen Franken, einen Umsatzerlös von 40 Millionen Franken oder 250 Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt.

Und zweitens ist es der Hartnäckigkeit der FDP zu verdanken, dass diese neuen Schwellenwerte möglichst bald in Kraft treten werden. Auch wenn die Räte davon absahen, den Bundesrat zu einem konkreten Datum der Inkraftsetzung zu verpflichten, wurde der klare politische Wille zum Ausdruck gebracht, dass die höheren Schwellenwerte sobald als möglich gelten sollen. Die zuständige Departementsvorsteherin versprach denn auch, dass der Bundesrat das Inkrafttreten der Vorlage nicht verzögern werde. Darauf wird die FDP ein Auge haben.

Es kommt also nicht von ungefähr, dass in einer weiteren wissenschaftlichen Studie des Gewerbeverbandes zur KMU-Freundlichkeit aller Nationalratsmitglieder die ersten 16 Plätze ausschliesslich von FDP-Parlamentariern besetzt werden. Und auch das Abstimmungsverhalten der gesamten FDP-Fraktion entspricht am meisten den Interessen der kleinen und mittleren Unternehmen – dem Rückgrat unserer Wirtschaft und Arbeitsplatz- sowie Ausbildungsgaranten.

Für die FDP ist eine KMU-freundliche Politik eben kein Lippenbekenntnis, sondern täglicher Einsatz. Helfen Sie uns mit: Unterschreiben Sie unsere Volksinitiative «Bürokratie-Stopp!» und geben Sie uns im Herbst Ihre Stimme. Wir werden uns auch in den nächsten vier Jahren für Sie einsetzen. Getreu unserem Slogan: KMU stärken, Arbeitsplätze schaffen – aus Liebe zur Schweiz.

Gabi Huber, Rathausplatz 7, Postfach 550, 6460 Altdorf, www.gabi-huber.ch

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**.

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

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.

Anzeigen

Inserieren und ERFOLG haben:
041 761 68 52

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.

KUSPO, Pratteln

Alte Kaserne, Winterthur

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 August mit dabei?
Donnerstag, 25.08.2011 Wädenswil / ZH
Kulturhalle Glärnisch
Donnerstag, 15.09.2011 Winterthur / ZH
Alte Kaserne
Donnerstag, 22.09.2011 Pratteln / BS
KUSPO

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

Unternehmertreffen vom 30.06.2011 in Niederbuchsiten

Für die Teilnehmer nicht alles kalter Kaffee

Das letzte Unternehmertreffen vor den Sommerferien wurde vom netzwerk-solothurn in Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen KMU-Verband in Niederbuchsiten durchgeführt.

Weil der Austragungsort bei JURAworld of Coffee geographisch optimal und auch verkehrstechnisch direkt an der N1 liegt, wollte eine Rekordzahl von über 100 Firmen die Gelegenheit nutzen, sich zu präsentieren. Zudem offerierte Mauler schon bei der Begrüssung ein Gläschen Champagner, das die Stimmung von Beginn weg anhob und sich positiv auf den weiteren Verlauf des Abends auswirkte.

Weil JURA an diesem Abend ein «Heimspiel» absolvierte, stellte Herbert Sempach die Firma zu Beginn des Abends vor und präsentierte die verschiedenen Modelle, die für einen angenehmen Kaffeegenuss sorgen. Zudem war es den Teilnehmern gestattet, einen Rundgang durch JURAS World of Coffee zu machen und so die Herstellung von Kaffee von der Ernte bis zur Rösterei mitzuverfolgen. Für die meisten der abendlichen Gäste ein erstmaliges und einzigartiges Erlebnis. Wenn daraus weitere Kontakte und Kooperationen entstehen, hat allein der Besuch dieses Unternehmertreffens seinen Sinn und Zweck erfüllt. Roland M. Rupp konnte in seiner Ansprache zu Beginn der Veranstaltung positive Beispiele von Zusammenarbeit und Kooperationen von Besuchern und Ausstellern an früheren Treffen nennen.

Spracherlebnis

In Niederbuchsiten zeigte das Stimmungsbarometer kurz vor den Sommerferien und auf Grund des herrlichen Wetters sowieso ein «Hoch» an und dementsprechend verhandelten und begegneten sich die Teilnehmer an diesem Abend äusserst positiv. Dazu passte die **Spracherlebnis Agentur** von

Mary McKay Vilén ausgezeichnet. Die kleine Agentur spezialisiert sich auf Sprachaufenthalte in Kanada, Australien und Neuseeland mit individuellen Bedürfnissen. Egal ob Hilfe auf einer Ranch, Pflege von Wildtieren oder einfach eine Reise, der Aufenthalt in fremden Landen wird zum unvergesslichen Erlebnis.

Pro Linguis-Sprachaufenthalte weltweit ist einer der führenden Sprachschulanbieter, der Menschen für Sprachen und Kulturen begeistert. Mit einem breitgefächerten Angebot von Sprachprogrammen im In- und Ausland bietet **Pro Linguis** Sprachausbildung für alle Bedürfnisse (Intensivkurse,

Examenkurse, Ferienkurse, Businesskurse, Jugendkurse, 50+ Kurse, Praktikum, Freiwilligenarbeit ect.). Ob Handwerker, Kleindetaillisten, Dienstleister oder IT-Firmen, in Niederbuchsiten zeigten sich zahlreiche Firmen verschiedenster Herkünfte und Produktpaletten von ihren innovativen Seiten und bestätigten die Ansprengungen des KMU-Verbandes, möglichst viele Firmen miteinander und untereinander zu vernetzen. Das nächste Unternehmertreffen findet am 25. August vom netzwerk-zuerich in Wädenswil statt. Bis dahin wünsche ich allen Teilnehmern schöne und erholsame Ferien.

Werner Rupp

Gesetze schreiben – eine Kunst!

Dr. Manfred Küng, Rechtsanwalt

«Das Fahren zu zweit auf dem Fahrrad ist verboten.» Na gut, dann setzen wir uns halt zu dritt auf das Fahrrad! Dieses Beispiel verunglückter Rechtsetzung ist altbekannt. Gelöst wird es über die Gesetzesauslegung: «Wenn es aus Gründen der Verkehrssicherheit verboten ist, zu zweit auf dem Fahrrad zu fahren, ist es erst recht verboten zu dritt zu fahren.»

An auslegungsbedürftigen Normen haben wir Anwälte unsere helle Freude. Schliesslich sind es die verunglückten Normen, die uns die Butter auf's Brot bringen. Doch wie werden gute Gesetze eigentlich geschrieben? Eugen Huber als Gesetzesredaktor des Zivilgesetzbuches hatte ein gutes Gespür dafür, wie Normen zu fassen sind, damit sie lange dienlich sind. Gerade jene Teile von Zivilgesetzbuch und Obligationenrecht, die seit der Einführung von ZGB und OR nie überarbeitet worden sind, bieten heute noch verlässliche Lösungsansätze für die Bewältigung juristischer Alltagsfragen, während jüngere Gesetzgebungswerke oft so schlecht geraten sind, dass sie kaum in Kraft schon wieder revidiert werden müssen. Ein gutes Beispiel dafür ist das Aktienrecht. Bis zur Revision des Aktenrechts von 1992 ist das Gesellschaftsrecht von Interventionen des Gesetzgebers im Wesentlichen verschont gegblieben. Nach der Inkraftsetzung 1992 herrschte eine Anfangsruhe, nach der von 2000 bis 2005 im Jahresrhythmus am Aktienrecht pausenlos gebastelt worden ist und auch seither ist das Aktienrecht eine permanente Baustelle. Die Kosten der Gesetzesänderungen treffen vorallem die in der Rechtsform der GmbH und der AG organisierten KMU. Was läuft falsch?

Das wohl schlechteste Gesetz des Privatrechts, das in der Schweiz je erlassen worden ist, ist das Fusionsgesetz, das am 1. Juli 2004 in Kraft getreten ist. In 111 Artikeln regelt das FusG in kleinkrämerischer Manier wie Fusionen, Spaltungen, Umwandlungen und Vermögensübertragungen vorzunehmen sind. Das bis dahin geltende Obligationenrecht hat die Fusion der Aktiengesellschaft in zwei Artikeln geregelt, ohne dass diese beiden Bestimmungen in der Rechtsprechung viel Kopfzerbrechen bereitet hätten. Vergleicht man die Regelung im OR mit der Regelung im Fusionsgesetz fällt vorallem auf, dass das OR einen koordinativen Regelungsansatz gewählt hat, während das FusG mit einer ganzen Palette von Gebots- und Verbotsnormen arbeitet. Alle diese Gebote und Verbote erzeugen einen Aufwand für die Unternehmen, die sich einer Restrukturierung unterziehen wollen, ohne das für Dritte eine wirklich spürbare Besserung eingetreten wäre. Verfehlt ist eben der bürokratisch geprägte Regelungsansatz, der mit vielen Vorschriften glaubt einen Gewinn an Rechtssicherheit erzielen zu können. Dagegen hatten die Väter von ZGB und OR viel grosszügiger legiferiert und Detailfragen im Vertrauen auf die Vernunft der beteiligten Verkehrskreise offengelassen. Nicht zu Unrecht: das ZGB regelt die Willensvollstreckung in gerademal zwei Artikeln (Art. 517 und 518 ZGB). Trotz dieser knappen Regelung werden jedes Jahr beliebig viele Willensvollstreckungen abgewickelt, ohne dass die Gerichte mit übermässig vielen Streitfällen aus der Willensvollstreckung konfrontiert wären.

Was gilt es zu tun? Wir sollten im Gesetzgebungsprozess weniger Verbots- und Gebotsnormen setzen. Dafür sollten wir die Folgekosten einer Rechtsetzung besser abschätzen und vom systematischen Ansatz her mehr mit Steuerungsnormen arbeiten. Beispiel: heute heisst die Gebotsnorm «Der Steuerpflichtige hat in der Veranlagung mitzuwirken, dass eine korrekte Einschätzung erfolgen kann.». Was ist die Folge dieser Norm? Beim Schweizerischen KMU-Verband melden sich laufend Steuerpflichtige, die sich darüber beklagen, dass sie für ihren Steuerkommissär Dutzende, wenn nicht Hunderte von Seiten kopieren müssen. Ob jede dieser einverlangten Kopien tatsächlich notwendig ist, muss bezweifelt werden, belastet die Steuerverwaltung aber nicht. Das ist ein klassischer Fall von Fehlsteuerung. Hier müssen Steuerungsnormen korrigierend eingreifen. Steuerungsnormen steuern das Verhalten der Beteiligten. Der Schweizerische KMU Verband definiert als eines seiner politischen Ziele die Vereinfachung der Steuerdeklarationsverfahren dergestalt, dass die Aufwendungen für die Steuerdeklaration nicht bloss von Ertrag, sondern von den geschuldeten Steuern in Abzug gebracht werden können. Umgesetzt heisst das: die nach dem Gewinn berechneten Bruttosteuern belaufen sich beispielsweise auf CHF 3'000. Davon in Abzug gebracht werden können die CHF 1'000 Honorar für den Steuerberater und die 312 Fotokopien zu CHF 2.–, mithin CHF 624, wodurch die abzuliefernde Netto-Steuer noch 1'376 beträgt. Sie finden CHF 2 für eine Kopie zu viel? Wir auch, aber es gibt Ämter mit diesem Gebührensatz für eine Kopie. Nur die Steuerungsnorm «Gleiche Kosten für alle Kopien» schafft einen Anreiz für den Staat, seine Kopien billiger in Rechnung zu stellen. Und wenn der Staat für den Steuerdeklarationsaufwand der KMU aufkommen muss, dann ist er plötzlich daran interessiert, den Deklarationsaufwand so gering als möglich zu halten. Und das wollen wir ja auch. Also helfen Sie mit, die politischen Ziele des SKV umzusetzen.

Dr. Manfred Küng

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

Familieninterne Unternehmensnachfolge: Ein Notfallplan

lic. iur. Nils Grossenbacher

Der Herzinfarkt eines Unternehmers kann nicht nur für diesen selbst, sondern auch für das von ihm geleitete Familienunternehmen tödlich sein. Zu den wichtigsten Aufgaben eines Familienunternehmers gehört deshalb die frühzeitige Planung und Regelung der Unternehmensnachfolge.

Ehe- und Erbverträge als verlässliche Notfallplanung

Der unerwartete Tod eines Unternehmers bringt nicht nur persönliches Leid, sondern auch Konfusion und Unsicherheit um die Unternehmensnachfolge mit sich. Diese Unsicherheit schadet erfahrungsgemäss dem Unternehmen und dem innerfamiliären Klima erheblich. Aus diesen Gründen ist es empfehlenswert, sich bereits frühzeitig mit einer solchen Situation auseinanderzusetzen und einen Notfallplan zur Hand zu haben.

Umfassende Regelung bei Einigkeit

Für einen solchen Notfallplan ist eine umfassende Analyse der ehegüter- und erbrechtlichen Verhältnisse von besonderer Bedeutung. Bei der Zuweisung eines Unternehmens an einen Erben und Unternehmensnachfolger sind stets die Pflichtteile der übrigen Erben (Ehegatten und Nachkommen sowie allenfalls Eltern des Unternehmers) zu beachten. Den Idealfall eines Notfallplans stellt dabei eine einvernehmliche Vereinbarung aller Beteiligten darüber dar, wer das Unternehmen erhalten und weiterführen soll. Dies kann durch den frühzeitigen Abschluss eines Ehe- oder Erbvertrags oder einer Kombination der beiden Verträge erreicht werden. Im Vordergrund steht dabei oftmals der Verzicht auf die Geltendmachung von Pflichtteilsansprüchen im Interesse des Unternehmens. Eine solche transparente und unter Zustimmung aller Beteiligten erarbeitete Lösung bringt nicht nur grösstmögliche Rechtssicherheit für das Familienunternehmen mit sich, sondern vermindert auch potentielle innerfamiliäre Streitigkeiten.

Punktuelle Modifikationen bei Uneinigkeit

Gelingt es nicht, dass man sich gemeinsam an einen Tisch setzt und eine umfassende Regelung im Interesse des Unternehmens und aller Beteiligten findet, kann diese Ausgangslage zumindest durch punktuelle Modifikationen optimiert werden. Diese können darin bestehen, dass man mit rein ehevertraglichen Instrumenten in Kombination mit Testamenten die Weiterexistenz des Unternehmens sicherstellt. Zusätzlich besteht auch stets die Möglichkeit, Erbverträge allenfalls zumindest mit einem Teil der Familienmitglieder abzuschliessen, um so den Spielraum für eine finanzielle Abgeltung der anderen Familienmitglieder zu erhöhen.

Weitere Instrumente der Notfallplanung

In finanzieller Hinsicht ist es unabdingbar, dass der Unternehmer genügend privates Vermögen bildet, damit er seinem Nachfolger das Unternehmen zuweisen und den übrigen Erben die Pflichtteile abgelten kann. Dies kann einerseits durch die Entnahme von Gewinnen aus dem Unternehmen oder allenfalls auch durch die Veräusserung von nichtbetriebsnotwendigen Unternehmensteilen geschehen. Andererseits ist auch denkbar, dem Nachfolger mittels Versicherungsleistungen die Möglichkeit zu eröffnen, die übrigen Erben abzufinden. Bei der Beurteilung sämtlicher Möglichkeiten sind stets auch die kantonal unterschiedlichen steuerlichen Auswirkungen im Auge zu behalten.

Beratung rechtzeitig in Anspruch nehmen

Der Familienunternehmer kann seiner Nachfolge und damit dem Fortbestand seines Unternehmens gelassen entgegenblicken, wenn er sich bereits frühzeitig Gedanken über seine Nachfolge macht und diese im Sinne eines Notfallplans auch effektiv umsetzt. Es gibt für jede Konstellation massgeschneiderte Lösungen.

lic. iur. Nils Grossenbacher, Rechtsanwalt und Notar
Partner bei Grossenbacher Rechtsanwälte, Luzern

Grossenbacher Rechtsanwälte AG
Zentralstrasse 44, 6003 Luzern
T +41 41 500 56 56, F +41 41 500 56 57
www.gr-law.ch

Anzeigen

ofwi Orell Füssli Wirtschaftsinformationen

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

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

Kundengewinnung – Identifikation – Risikoprüfung – Umfeldrecherche – Monitoring

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

Die Schweiz, ein Land mit vielen international tätigen KMU

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

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

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

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

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

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

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

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

Geschicktes Risikomanagement schützt gegen Wechselkursschwankungen

Die grosse Volatilität macht zurzeit vielen Schweizer Firmen zu schaffen. Viele warten aber dennoch bis die jeweils auf Fremdwährungen lautenden Rechnungen fällig sind, und dann teilen sie ihrer Bank mit, die Währungen zu kaufen und die Zahlungen zu überweisen. Hierdurch sind diese Firmen dem Risiko von Fremdwährungsschwankungen vollends ausgesetzt und laufen Gefahr, besonders in der heutigen Zeit, Währungsverluste in Kauf zu nehmen.
Es ist somit unerlässlich, über die erforderlichen Instrumente und das nötige Wissen zu verfügen, um diese Risiken zu steuern.

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

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

Associated Foreign Exchange (Schweiz) AG
Löwenstrasse 25, 8001 Zürich, www.afex.com

Anzeigen

Ganzheitliche Komfort- und Designhäuser, Marke Baufritz

Unsere Architekturlösungen verkörpern die Individualität der Kundenwünsche. Immer im Bewusstsein einer ganzheitlichen Planung, perfekten Ausführung als Generalunternehmen und optimierter Energie-Effizienz.

Das Ergebnis sind intensiv wahrnehmbare Wohn- und Lebensräume, in denen man spürt, zuhause zu sein. Ein einzigartiges Gesundheitskonzept garantiert unseren Kunden schadstofffreies Wohnen. Dafür stehen wir mit unserem Namen und liefern mit dem Baufritz Gebäude-Gesundheitszertifikat auch gerne den Beweis.

Nach dem einzigartigen Vorbild der Natur entstehen naturgesunde, baubiologisch perfekte Gebäudeplanungen ob für Privathäuser oder Gewerbegebäude.

Mit Begeisterung entwickeln wir neue kreative Designideen wie ein in den Aussenwänden integriertes Design-Regenfallrohr oder ein sich öffnendes Cabriodach.
Jede Planung erfüllt höchste Ansprüche an Klimaschutz, Energieeffizienz und Nachhaltigkeit und somit auch die Voraussetzung für eine Wertsteigerung Ihrer Immobilie.
Von der traditionllen Landhausvilla bis zur sachlich präzisen Bauhaus-Architektur.

Selbstverständlich in einer der modernsten Holzsystembau-Manufakturen Europas mit Einsatz von Naturstrom und Eigenstrom «atommüllfrei» produziert.

Gut für Mensch und Natur!
Mehr Traumhaus-Beispiele und Informationen finden Sie unter **www.baufritz-kmu.ch**.

Dietmar Spitz

Baufritz AG
Steghalten 6
3633 Amsoldingen-Thun
info@baufritz-kmu.ch
Tel.: 033 341 10 00, Fax: 033 341 10 03

Social Media als Kommunikationskanal nutzen – 10 Tipps zum bleibenden Erfolg

Weltweit eint Manager eine Sorge: Social Media! Der Begriff ist in Mode. Fast alle nutzen soziale Netzwerke privat, nach und nach springen Vereine, Politiker und auch Firmen auf den Zug auf. Doch wissen die überhaupt warum sie dies tun? Werden strategische Ansätze verfolgt?

Führungskräfte sorgen sich um das Image ihres Unternehmens. Die sozialen Netzwerke bergen einige latente Bedrohungen. Werden vertrauliche Informationen, Verunglimpfungen von Mitarbeitenden oder unvorteilhaftes Bildmaterial von z.B. Vorstandsmitgliedern hochgeladen, kann die Reputation Ihres Unternehmens bleibende Schäden erhalten.

Dies sind die zwei Hauptkritikpunkte an den sozialen Netzwerken. Doch machen Sie es besser! Nutzen Sie Social Media zu Ihren Gunsten. Sie leisten hervorragende Arbeit und bieten exzellenten Service? Erzählen Sie davon! Sie produzieren hochwertige Produkte? Zeigen Sie diese! Nutzen Sie Social Media als neuen Kommunikationskanal.

YouTube, Twitter, Facebook, Xing, LinkedIn und StudiVZ sind Plattformen mit millionen- gar milliardenschwerem Wert. Deren Wert liegt darin, dass mit ihnen eine riesige Anzahl Nutzer erreicht werden kann. Als Beispiel Facebook: aktuell sind über 600 Millionen Nutzer registriert. Kein anderer Kommunikationskanal erreicht so viele Leute wie diese Plattform. Ein Beispiel aus der Schweiz: Das Produkt Emmi CAFFÈ LATTE hat weltweit knapp 35'000 Facebook-Fans, welche in direktem Kontakt mit dem Produkt bzw. seinen Brand Managern stehen. Die Kommunikation erfolgt direkt mit dem Kunden. Ungefiltert.

Mit Hilfe von 10 Tipps sollen auch Ihre Social Media Aktivitäten von Erfolg gekrönt sein:

1. **Ziele:** Was will ich mit meiner Präsenz erreichen? Bekanntheitsgrad erhöhen? Imagegewinn? Direkter Kundenfeedback? Oder mach ich's nur, weil es alle andern auch machen?
2. **Analyse:** Was macht die Konkurrenz? Wie aktiv ist sie? Kann ich mich positiv von ihr abheben? Welche Plattform hat welche Eigenschaften? Welche Plattform passt am besten zu meinem Service/Produkt? Wie erreiche ich am besten meine Zielgruppe?
3. **Dialog:** Sie stehen in direktem Dialog mit Kunden, Geschäftspartnern, Mitarbeitenden, Konkurrenten und der Öffentlichkeit. Ergreifen Sie diese Chance und geben Sie auf eine Frage auch Antwort.
4. **Inhalt:** Der von Ihnen publizierte Inhalt muss einen gewissen Nutzen für den Betrachter haben. Denken Sie immer daran, sonst gelten Sie bald als irrelevant.
5. **Ressourcen:** Kalkulieren Sie genügend Zeit und auch Personal für den Unterhalt der Plattform/en ein. Nicht nur Initialaufwand entsteht, insbesondere die permanente Bewirtschaftung ist intensiv.
6. **Schnelligkeit:** Der Kommunikationskanal Social Media gehört zu den Düsenjets innerhalb der Medienwelt. Bleiben Sie oder Ihre Stellvertretung 365 Tage auf Empfang, denn das Internet kennt keine Ferien.
7. **Kohärenz:** Nutzen Sie die Social Media Kanäle kohärent zu Ihrer restlichen Unternehmenskommunikation. Gleiche Kernbotschaft, gleiche Professionalität, doch der Wortlaut muss auf die Plattform angepasst werden. Facebook-User wollen keinen Copy-Paste Artikel aus ihrem Geschäftsbericht.
8. **Messbarkeit:** Überwachen Sie wichtige Kennzahlen: Anzahl ‹Clicks›, Anzahl ‹Fans›, Anzahl ‹Followers› und hinterfragen Sie regelmässig, was Sie verbessern können.
9. **Öffentlichkeit:** Seien Sie sich der Öffentlichkeit der Social Media Plattformen bewusst und beachten Sie vor allem den Persönlichkeitsschutz.
10. **Mitarbeitende:** Vorbeugen ist besser als heilen: Zeigen Sie all Ihren Mitarbeitenden die wichtigsten Verhaltensregeln im Umgang mit Social Media Plattformen auf. Vergessen Sie nicht: Ihre Mitarbeitenden sind wichtige Botschafter Ihrer Firma.

Wie Sie sehen, kann der Kommunikationskanal Social Media auch positiv genutzt werden. Für eine erfolgreiche Umsetzung braucht es nicht viel. Beachten Sie einige Regeln und springen Sie erst dann auf den Zug auf. Das Potential für z.B. Ihren neusten Werbespot auf Facebook, Youtube & Co. ist enorm.
Nutzen Sie's!
Auf Ihren Spitzenruf! www.spitzenruf.ch

Alain Bollschweiler

Loepfe Reputation
Alpenstrasse 16, 6301 Zug
041 720 33 22
www.loepfe.ch

Anzeigen

lenovo

Lenovo (Schweiz) GmbH
Zürcherstrasse 39
8952 Schlieren ZH

Tel.: 0848 53 66 86
Fax: +41 44 755 56 57
info_ch@lenovo.com
www.lenovo.ch

Wie kann ich mein kleines oder mittleres Unternehmen vergrössern und mehr Gewinn herausholen?

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

Im Grunde genommen ist es eine einfache Check-Liste, die man verfolgen muss: Grund-Voraussetzung ist, dass der Unternehmer mit dem von ihm gewählten Geschäfts-Zweck authentisch sein muss und diesen daher positiv umsetzen wird. Wenn ich mehr Gewinn haben möchte, dann muss ich mein Unternehmen auch aktivitäts-mässig entsprechend vergrössern: Das bedeutet, ich muss mich nach einer Finanzierung umsehen, die mich nicht erdrückt (= zu viel Verschuldung erzeugt), sondern eine Finanzierung, die mein Eigenkapital fördert und wachsen lässt.

Zuerst sollte man wissen, dass KMU die «Wirtschafts-Träger» in den europäischen Staaten sind: 97 – 99 % der Wirtschaft – auch in der Schweiz – bestehen aus KMU. Der KMU-Bereich sorgt für Beschäftigungs-Verhältnisse und ist der Haupt-Steuerzahler. Eben nicht die Gross-Unternehmen, was man eher annehmen würde. Diese versuchen – wie man es tagtäglich in der Presse liest – ganze Mitarbeiterschaften durch preisgünstigere Computer-Arbeiten zu ersetzen und sind steuerlich sehr oft privilegiert. Das bedeutet wiederum, dass man aus einem KMU sehr viel machen kann, wenn – wie gesagt – die richtigen Voraussetzungen geschaffen werden.

Meist ist dies der Fall, weil der Unternehmens-Gründer mit Sach-Kenntnis, Tat-Kraft und einer positiven Einstellung an seinen Geschäfts-Zweck herangeht. Bleibt nur noch die Sache mit der Finanzierung. Damit tun sich KMU sehr oft schwer, weil sie – insbesondere bei Neu-Gründung oder knapp danach – noch nicht die nötigen Rating-Voraussetzungen für einen genügend hohen Kredit bringen können.

Dies ist vermutlich auch der Grund, warum sich die Finanzierungs-Form von Factoring immer mehr durchsetzt. Natürlich will auch ein Factoring-Unternehmen nur mit einem erfolgreichen KMU zusammenarbeiten. Das Factoring-Unternehmen erkennt aber sehr bald, ob ein nicht erreichter Erfolg in der mangelnden Qualität des Unternehmers bzw. des Unternehmens liegt, oder lediglich in der Tatsache, dass die Kapital-Decke zu dünn ist. Wenn der «Stolperstein» nur an der Liquidität liegt, dann ist es für ein Factoring-Unternehmen nicht schwierig, ein expansions-williges KMU zu fördern. Beurteilt werden müssen dann nur die Art der Geschäfts-Abwicklung und die Zahlungs-Fähigkeit der Kunden.

Da ein Unternehmen, das mit Factoring arbeitet dem Factor nie etwas schuldig ist, weil es eben keinen Kredit erhält, sondern die Grundlage des Factoring-Vertrages ein Kauf-Vertrag ist, kann auch niemals eine ungesunde Überschuldung eintreten.

Darüber hinaus sind die Kosten eines Factoring-Unternehmens in die Zukunft hinein vorausberechenbar. Ausserdem handelt es sich bei den Factoring-Kosten um variable Kosten, die immer von dem realisierten Umsatz-Bedürfnis abhängig sind, und nicht von irgendeiner Kredit-Linie. Das bedeutet zugleich auch, dass ein KMU immer dann finanziert wird, wenn es notwendig ist. Dies ist insbesondere bei saisonalen Umsatz-Schwankungen für so manches KMU sehr wichtig und vor allem kosten-sparend!

Bei Interesse besuchen Sie doch bitte unser Internet-Portal unter www.kmu-factoring.com oder www.avv.li oder nehmen Sie unverbindlich Kontakt zu unserer Kunden-Beratung unter Telefon +423 265 10 55 oder per Fax +423 265 10 10 auf, oder besuchen Sie uns direkt in unserem Bürohaus in Vaduz, Heiligkreuz 44, an der liechtensteinischen Hauptstrasse. Wir sind erfolgreich im 36. Geschäftsjahr tätig.

Walter Forthuber
www.kmu-factoring.com

Anzeigen

Neue Wege der KMU-FINANZIERUNG: Liquidität durch Privat-Investoren

William Blanco

Angesichts der Finanzkrise sind in den letzten 12 bis 18 Monaten neue Finanzierungsalternativen auf dem Schweizer und Europäischen Markt entstanden, welche vermehrt auf der Finanzierung durch einzelne private Investoren beruhen.

Neben der Finanzierung durch Beteiligungsgesellschaften sind hier besonders die Möglichkeit von privaten Darlehen an KMU zu nennen, für die Brückenfinanzierungen und Liquidität im Vordergrund stehen.

Finanzierungsprobleme von KMU

Die Schweizer KMU sind bei Finanzierungen mit besonderen Herausforderungen konfrontiert und werden von Liquiditätsengpässen überrascht:

- Kapitalbindung des Umlaufvermögen (Debitoren, Lager) wird oft unterschätzt
- Probleme bei der Finanzierung von «Quantensprüngen» z.B. Erweiterungsinvestitionen, Akquisitionen, Ausstieg von Eigentümern
- Wachstumsstrategie und Investitionen erfordern Kapital

Als Finanzierungsquelle sind alternative Finanzierungsmöglichkeiten zu wenig bekannt, aber teils wohl auch überschätzt:

- Keine Finanzierungsmöglichkeiten am Kapitalmarkt
- Teilweise sehr tiefer Anteil der Eigenfinanzierung
- Abhängigkeit von Banken bei der Fremdfinanzierung

Eigenkapital Beschaffung als dauerhafte Alternative

Als Grundlage einer erfolgreichen Finanzierung dient vorerst einen soliden Eigenkapitaldecke, worauf eine gezielte Fremdfinanzierung unter vorteilhaftere Kreditbedingungen aufgebaut werden kann.

In den letzten Jahren hat sich Neben den Banken ein breitgefächerter Markt für Unternehmensfinanzierungen gebildet und gerade in der heutigen schwankenden Wirtschaftslage sehr gut funktioniert.

Im Vordergrund stehen Beteiligungsgesellschaften, Venture Capital Firmen und Privatinvestoren, welche Risiko- bzw. Beteiligungskapital zur Verfügung stellen. Im Unterschied zu Banken als Kreditgeber agieren Beteiligungsgesellschaften oder Privatinvestoren als Partner bzw. Anteilseigner.

Da für Privatinvestoren der Wertzuwachs ihrer Beteiligungen im Zentrum steht, wird das Finanzvorhaben nach dessen Erfolgschancen geprüft und ein klares Mitspracherecht in der Strategie des Unternehmens ist Voraussetzung.

Fremdfinanzierung durch private Investoren als flexible Lösung

Seit 2007 haben die in den USA basierten Crowd Financing Online Plattformen bereits über 250 Millionen US-Dollar Kredite an amerikanische Verbraucher herausgegeben. Auch in Deutschland mehren sich die Zeichen, dass sich das «Peer-to-Peer»-Darlehen als eigenständige Vermögensklasse etabliert.

Die rasche Expansion der «Peer-to-Peer»-Privatkredite ist nicht nur im leichteren Zugang der Unternehmen zu neuen Finanzmitteln begründet, sondern auch in der mangelnden Effizienz der traditionellen Vergabe von Konsumentenkrediten durch Banken. Die auf Crowd-Finanzierung zurückzuführende jüngste Dynamik rund um Start-ups und kleine und mittlere Unternehmen liegt auch in der mangelnden Verfügbarkeit von Fremdkapital. 32 Prozent der KMU berichten von einer niedrigen Bereitschaft der Banken zur Kreditvergabe.

Fazit

Die klassische Rolle der Banken für die Losgrössen-, Risiko- und Fristentransformation steht vor einer Herausforderung. Dank Crowd-Finanzierungen kann ein Kleinanleger direkt in kleineren Losgrössen teilnehmen und dabei im Kollektiv ein Verhältnis ähnlich wie die Bilanz einer Bank erreichen.

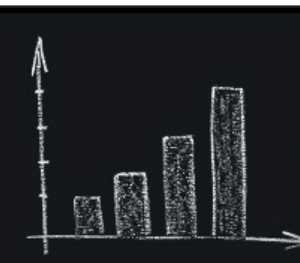
Im Bereich der Kapitalbeschaffung geht dies offensichtlich weit über die Plattformen hinaus, welche nur den Kontakt zwischen Kreditnehmern und -gebern herstellen. Das Potenzial des Crowd Financing ist für KMU dann interessant, wenn diese sich in einer Phase befinden, in der sie weder Investment-Kriterien von Kapitalanlage-Gesellschaften noch derjenigen von herkömmlichen Banken entsprechen.

Durch den engeren Kundenkontakt sind KMU zudem geeignet Unterstützung in Form des Crowd Financing seitens engagierter Partner, Kunden und Interessenten zu erhalten.

William Blanco, Mitgründer der Online-Finanzierungsplattform Cofundit GmbH in Lausanne
076 543 43 06

Anzeigen

Die optimale Überbrückungsfinanzierung für Ihr Unternehmen.



Spezialisiertes Netzwerk für Darlehensfinanzierung von Schweizer Wachstumsunternehmen durch private Investoren. Wir beraten Sie gerne ausführlich über Ihre Finanzierungsmöglichkeiten. **Email: info@cofundit.com, www.cofundit.com.**

cofundit

Nutzholz produzieren – Tropenholz verschonen

Holz ist in Entwicklungsländern nach wie vor einer der wichtigsten Rohstoffe, sowohl als Baumaterial für Häuser und Möbel, wie auch als primärer Lieferant von Energie. In Paraguay hat der Kahlschlag von nahezu 90% der Naturwälder bereits zu erheblichen Schäden für die Artenvielfalt und zur Freisetzung von CO_2 geführt.

Die Bemühung der Regierung und der Umweltverbände, Wälder in Ländern wie Paraguay unter Schutz zu stellen, nützt zwar der Umwelt, löst aber nicht die Probleme der Bevölkerung mit der zunehmenden Holzknappheit. So steigen die Preise für Brenn- und Bauholz trotz zusätzlicher Importe seit Jahren.

Dem Bedarf an Holz als CO_2-neutralem Hauptrohstoff setzt Forstinvest in Paraguay bereits seit 2004 die weitflächige Aufforstung von Brach- und Weideflächen entgegen. Dadurch hoffen wir, einer weiteren – legalen oder illegalen – Rodung der verbliebenen Wälder zukünftig ein Stück weit vorzubeugen und den Bedürfnissen der regionalen Bevölkerung nach bezahlbarem Nutzholz Rechnung zu tragen.

Gute Voraussetzungen für starke Renditen

Steigende Nachfrage und sinkende Ressourcen: Das führt meist zwangsläufig zu steigenden Rohstoffpreisen. Während jedoch herkömmliche Kapitalanlagen meist ein hohes Spekulationsrisiko enthalten, macht der spekulative Anteil bei Forstinvestments nur einen sehr geringen Teil der Renditen aus.

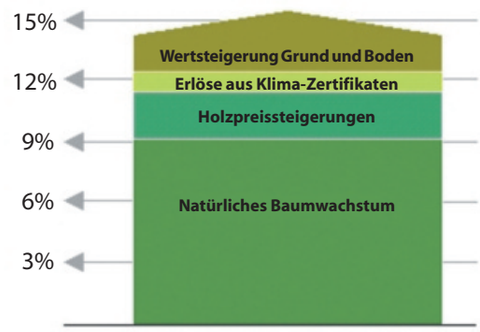
Das natürliche Baumwachstum ist weitestgehend berechenbar und bildet damit eine solide Basis für hohe Renditen.

Ihre Vorteile bei Forstinvest

- Geringe Startinvestition ab 1.000,- Euro
- Kurze Laufzeiten (bereits ab 8 Jahre bei BIOMASSE)
- Erste Auszahlungen bereits nach 4 Jahren möglich
- Optimale Wertschöpfung durch Direktinvestition
- Hohe Sicherheit durch notarielle Eigentumsübertragung / Grundbuch
- Rundum-Sorglos-Paket von der Pflanzung bis zur Ernte
- Wichtiger Beitrag für den Klima- und Naturschutz

Mit Sicherheit gut

Mit einem Investment bei Forstinvest verknüpfen Sie die Vorteile von starkem Wachstum mit der Sicherheit einer soliden Sachanlage.



Neben verschiedenen Pachtvarianten für Nutzholz oder Biomasse bietet Forstinvest seinen Kunden auch spezielle Ökowaldvarianten an. Hier wird innerhalb von 15 Jahren lediglich der Nutzholzanteil von ca. 50% entnommen. Der verbleibende Wald wird mit heimischen Baumarten angereichert und bleibt zukünftigen Generationen erhalten.

Besonders beliebt ist diese Variante bei Unternehmen, die neben wirtschaftlichen Gesichtspunkten grossen Wert auf Ökologie und Nachhaltigkeit legen.

Auf Wunsch bieten wir bei allen Produktarten eine Kaufvariante mit notarieller Eigentumsübertragung an.

Unser Spezialangebot für ERFOLG-Leser (gültig bis 31.08.2011):

Investition:	33.000,- Euro für 5 Hektar (Kaufvariante)
Laufzeit:	20 Jahre
Auszahlungen:	nach 11, 15 und 20 Jahren
Aufforstung je Hektar:	ca. 1.100 Bäume (Eukalyptus)

Prognostizierte Ausschüttungen innerhalb 20 Jahren:

Ohne Holzpreissteigerung:	ca. 144.346,- €/ Rendite(IRR) 8,87% p.a.
3% Holzpreissteigerung:	ca. 244.989,- €/ Rendite(IRR) 12,10% p.a. zuzüglich Grundstückwert

Bei den Berechnungen handelt es sich um Prognosen, basierend auf einen jährlichen Holzzuwachs von 30 m^3 pro Hektar und derzeitigen lokalen Preisen für Nutz- und Wertholz. (Stand: 5/2011)

Ökologisch sinnvoll
Ökonomisch attraktiv
Sozial gerecht

FORSTINVEST

Kontakt:
Bernd Schröder
Forstinvest GmbH & Co KG
Im Winkel 5a
D–29614 Soltau
Tel. 0049 (0) 51 91 – 93 92 64
www.forstinvest.de, info@forstinvest.de

suissemajestic | GRANDHÔTEL
MONTREUX – SWITZERLAND

From tradition to trend – just renovated!

- Eine Minute vom Bahnhof
- 155 neu renovierte, klimatisierte und moderne Zimmer
- 9 Seminar- und Gruppenräume im Belle Epoque Stil
- Attraktive Seminarpauschale (CHF 100.– pro Tag / Person)
- Restaurant mit einem atemberaubenden Panoramablick auf den Genfersee und die Alpen
- Wir akzeptieren 100% WIR

Grand Hôtel Suisse-Majestic Avenue des Alpes 45 CH–1820 Montreux
Tel. +41 (0)21 966 33 33 info@suisse-majestic.ch www.suisse-majestic.ch

Auslandinkasso – neue Massstäbe gesetzt

Die Öffnung von und der Zugang zu neuen Märkten schreitet immer schneller voran und eröffnet Ihnen vielfältige Möglichkeiten Ihr Geschäftsfeld auszudehnen. Mit dem Anwachsen des Auftragsvolumens entsteht auch ein erhöhtes Risiko von Zahlungsverzögerungen und Forderungsausfällen. Professionelles und internationales Forderungsmanagement gewinnt daher immer mehr an Bedeutung.

Das traditionelle und innovative Unternehmen, die BURG Inkasso AG, beschäftigt sich seit über 50 Jahren mit dem Einzug von Forderungen. Wir haben uns den Herausforderungen der wachsenden Globalisierung gestellt und sind als einziges Unternehmen in der Schweiz dem Sekundi-Netzwerk, einem international tätigen Zusammenschluss von Inkassounternehmen, beigetreten.

Europaweite Forderungskontrolle

«Think global – act local», diesen Leitspruch von Sekundi haben auch wir uns zu eigen gemacht. Wir stehen Ihnen auch im internationalen Exportgeschäft zur Seite, wenn eine Forderung unbezahlt bleibt. Denn der Einzug von Rechnungen, die unbezahlt bleiben, wenn der/die Schuldner/in im Ausland ansässig oder dorthin verzogen ist, gestaltet sich oft sehr schwierig und ist ärgerlich. Schreiben Sie offene Forderungen im Ausland nicht einfach ab, sondern nutzen Sie das Angebot der BURG Inkasso AG: Forderungsauszug im In- und Ausland.

Unser Angebot des internationalen betrieblichen Forderungs- und Mahnwesens verschafft Ihnen viele Vorteile.

Es spielt keine Rolle, in welchem Land der Schuldner ansässig ist, es gelten europaweit einheitliche Konditionen.

- Sie haben nur einen Ansprechpartner die BURG Inkasso AG.
- Es werden keine Mitgliedschafts- oder Jahresgebühren erhoben.
- Offene Forderungen können Sie uns bequem via Internet **www.inkasso-online.ch** übermitteln.
- Transparente Arbeitsabläufe durch Akteneinsicht online. (24 Stunden)
- Ihre eigenen Mitarbeiter können sich wieder auf die wesentlichen Aufgaben konzentrieren.
- Erhöhte Liquidität durch Vermeidung von Forderungsausfällen.

Bonitätsprüfungen/ Wirtschaftsauskunftei

Sicherlich haben Sie sich auch schon gefragt: Wie kann ich als Unternehmer meine Debitorenausstände oder Forderungsausfälle reduzieren oder sogar vermeiden? Nutzen Sie doch einfach vor einem Geschäftsabschluss das Angebot der BURG Inkasso AG. Bonitätsprüfungen in Echtzeit. In Zusammenarbeit mit einer renommierten Wirtschaftsauskunftei bieten wir Ihnen über unser Internetportal Zugriff auf eine renommierte Scoring-Datenbank. Verschaffen Sie sich ein Bild über das Zahlungsverhalten von potentiellen Kunden und vermeiden Sie offene Posten, bereits bevor diese entstehen.

Genügt Ihnen die einfache Wirtschaftsauskunft nicht, so können Sie über uns auch nationale- und internationale Wirtschaftsberichte beziehen.

Trotz aller präventiven Massnahmen lassen sich offene Forderungen nie gänzlich vermeiden. Ist jedoch eine solche entstanden, so steht Ihnen die BURG Inkasso AG mit ihrer jahrelangen Erfahrung und ihrem Know-How gerne hilfreich zur Seite.

Irene Fischer

BURG Inkasso AG
Stettemerstrasse 50
8207 Schaffhausen

Telefon: +41 (0)52 644 01 41
Telefax: +41 (0)52 644 01 40

info@burginkasso.ch
www.inkasso-online.ch
http://sekundi.burginkasso.ch

Anzeigen

Wir erledigen für Sie…

- Inlandinkasso
- Auslandinkasso
- Mietzinsinkasso
- Bonitätsprüfungen
- Wirtschaftsauskünfte
- Betriebliches Mahnwesen
- Verlustschein-Überwachung

BURG Inkasso AG
Stettemerstrasse 50
8207 Schaffhausen

BURG Inkasso AG
zuverlässig. international.
inkasso online

Unser Partner:
BURG Treuhand AG

Die erste Wahl für:
- Steuererklärung
- Buchhaltung und Jahresabschluss
- Büro-Service und Domiziladressen
- Schuldenmanagement
- An- und Verkauf von Liegenschaften

Tel: 052 644 01 41 | Fax: 052 644 01 40
www.inkasso-online.ch
info@inkasso-online.ch | info@burgtreuhand.ch

Die Schwiegereltern in den falschen Flieger gesetzt?

Machen Sie's wieder gut: Kompensieren Sie Ihren CO_2-Ausstoss auf myclimate.org

Mit der Schweizer Stiftung myclimate können Sie jede Form von CO_2-Ausstoss kompensieren: zum Beispiel die 12,7 Tonnen, die ein Flug für Zwei von Zürich nach Bali verursacht. Noch besser ist natürlich, wenn man den CO_2-Ausstoss reduziert oder sogar komplett vermeidet. Welche Möglichkeiten auch immer für Sie in Betracht kommen, mit myclimate können Sie Ihren Teil zum Klimaschutz beitragen. Sogar dann, wenn Sie Ihre Schwiegereltern in den falschen Flieger gesetzt haben. **www.myclimate.org**

myclimate
Protect our planet

Paare ohne Trauschein sollten sich absichern

Paare, die nicht verheiratet sind, sollten mit verschiedenen Massnahmen für die finanzielle Absicherung des Partners sorgen.

Vorsorge – Stirbt ein Konkubinatspartner, steht der überlebende Partner in vielen Fällen finanziell schlecht da, wenn keine Vorkehrungen getroffen wurden.

Wer im Konkubinat lebt und nichts für den Todesfall vorkehrt, bringt seinen hinterbliebenen Partner möglicherweise stark in Bedrängnis – besonders, wenn ein gemeinsames Eigenheim vorhanden ist. Plötzlich lastet die Hypothek nur noch auf einer Person. Unter Umständen sind noch gesetzliche Erben (eigene Kinder oder elterlicher Stamm bzw. Geschwister) vorhanden, die der überlebende Partner auszahlen muss.

Unverheiratete Paare sind schlechter gestellt

Stirbt ein Ehepartner, hat der überlebende Ehegatte in der Regel Anspruch auf Hinterlassenenleistungen der AHV sowie der Unfallversicherung bzw. Pensionskasse des verstorbenen Partners. Für Konkubinatspaare gilt das nicht. Pensionskassen können aber freiwillig Renten oder eine einmalige Kapitalabfindung ausrichten. Je nach Pensionskasse, muss aber eine oder mehrere der folgenden Bedingungen erfüllt sein:

- Die Lebenspartnerschaft (gemeinsamer Wohnsitz) dauerte zum Zeitpunkt des Todes mindestens fünf Jahre;
- Der hinterbliebene Partner wurde vom Verstorbenen erheblich finanziell unterstützt;
- Der hinterbliebene Partner hat für ein gemeinsames Kind zu sorgen.

Darüber hinaus verlangen einige Pensionskassen, dass die versicherte Person zu Lebzeiten eine schriftliche Begünstigungserklärung zu Gunsten des Lebenspartners eingereicht hat oder dass der überlebende Partner seinen Leistungsanspruch innert drei Monaten seit dem Tod des Versicherten anmeldet.

Hohe Erbschaftssteuern vermeiden

Das Erbrecht ist ebenfalls auf traditionelle Familien ausgerichtet. Der überlebende Ehepartner erhält auch ohne Testament oder Erbvertrag mindestens die Hälfte des Nachlassvermögens seines verstorbenen Partners. Konkubinatspartner gehen hingegen leer aus, wenn die gesetzliche Erbfolge zur Anwendung kommt. Paare ohne Trauschein können allerdings dafür sorgen, dass zumindest ein Teil ihres Vermögens ihrem Partner zugutekommt. Dafür kommen Testament bzw. Erbvertrag, Schenkungen zu Lebzeiten, Nutzniessungs- bzw. Wohnrechte, Begünstigung bei Lebensversicherungen, Begünstigung in der zweiten/dritten Säule (eigene Kinder gehen vor!) in Frage. Wollen sich Konkubinatspaare über ein Testament oder einen Erbvertrag erbrechtlich begünstigen, müssen sie dabei Pflichtteilsansprüche von allfällig vorhandenen Nachkommen, Ehegatten oder Eltern berücksichtigen. Erbrechtliche Zuwendungen und Schenkungen zu Lebzeiten fallen zudem bei nicht verwandten Personen in die höchste Steuerkategorie. In einigen Kantonen zahlen langjährige Konkubinatspartner weniger Erbschafts- und Schenkungssteuern als andere Nichtverwandte, die Steuerbeträge sind aber teils immer noch enorm. Zur Reduktion dieser Steuern bietet sich zum Beispiel der Kauf einer Immobilie in einem Kanton mit tiefen Erbschafts- und Schenkungssteuern an, die man anschliessend dem Konkubinatspartner steuergünstig vererben oder schenken kann. Oder man verbindet die Schenkung mit einer Nutzniessung bzw. einem Wohnrecht, was den steuerbaren Betrag um den kapitalisierten Wert des Nutzungsrechts reduziert.

Begünstigung des Lebenspartners über Lebensversicherungen

Auch über eine Lebensversicherung kann man den Konkubinatspartner begünstigen. Bei Versicherungen mit Sparanteil ist allerdings Vorsicht geboten: Pflichtteilsgeschützte Erben können unter Umständen ihren Anspruch darauf geltend machen, und der Sparteil unterliegt der Erbschaftssteuer. Besser für Konkubinatspaare sind reine Todesfallrisikopolicen: Pflichtteilsberechtigte Erben haben darauf keinen Zugriff und die Besteuerung erfolgt in der Regel zum Vorzugstarif für Vorsorgeguthaben. Die Todesfallsumme sollte ausreichend hoch sein, damit der hinterbliebene Partner die Hypothek angemessen reduzieren bzw. seinen Lebensunterhalt weiterhin bestreiten und die einmaligen Steuern begleichen kann, die ihm durch die Erbschaft oder Begünstigung von Vorsorgeguthaben bzw. Versicherungsleistungen seines verstorbenen Partners erwachsen.

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.

Sozialversicherung: Koordination, aber keine Harmonisierung

Alexander Stadelmann *Roland Cavelti*

Das System der sozialen Sicherheit kann in Europa nicht vereinheitlicht werden – zu gross sind die staatenspezifischen Unterschiede. Der zentrale Grundsatz in den Abkommen mit der EU ist die Gleichbehandlung. Kein Staat soll die Angehörigen der Vertragsstaaten in seinen Versicherungs-werken anders behandeln als seine eigenen Staatsangehörigen.

Wo wird versichert?

Grundsätzlich richten sich die Versicherteneigenschaft und die Beitragspflicht nach der Gesetzgebung des Staates, in dem die Erwerbstätigkeit ausgeübt wird. Bei grenzüberschreitenden Verhältnissen liegt der Erwerbsort dort, wo das Ergebnis der Erwerbstätigkeit seinen wirtschaftlichen Schwerpunkt hat. Gegenüber den EU-Staaten gilt dieser Grundsatz des Erwerbsortsprinzips grundsätzlich auch, allerdings mit der Einschränkung, dass bei gleichzeitiger unselbständiger Erwerbstätigkeit in mehreren EU-Staaten – oder in einem EU-Staat und der Schweiz – die Unterstellung nur in einem Staat, und zwar in jenem des Wohnsitzes erfolgt.

Unselbständige Erwerbstätigkeit

Bei unselbständiger Erwerbstätigkeit in einem Staat greift immer das Erwerbsortsprinzip. Staatsangehörige der EU/EFTA und der Schweiz, die in zwei oder mehreren Staaten unselbständig tätig sind, unterstehen hingegen der Versicherung im Wohnsitzstaat, sofern sie in diesem Staat auch eine Erwerbstätigkeit haben. Üben sie indessen im Wohnsitzstaat keine unselbständige Erwerbstätigkeit aus, unterstehen sie den Versicherungsrechten in dem Staat, wo der Arbeitgeber seinen Sitz hat. Falls verschiedene Arbeitgeber ihren Sitz in verschiedenen Staaten haben, fällt die Zuständigkeit wieder an den Wohnsitzstaat zurück, auch wenn dieser Staat zu keinem der Arbeitgeber in Beziehung steht.

Selbständige Erwerbstätigkeit

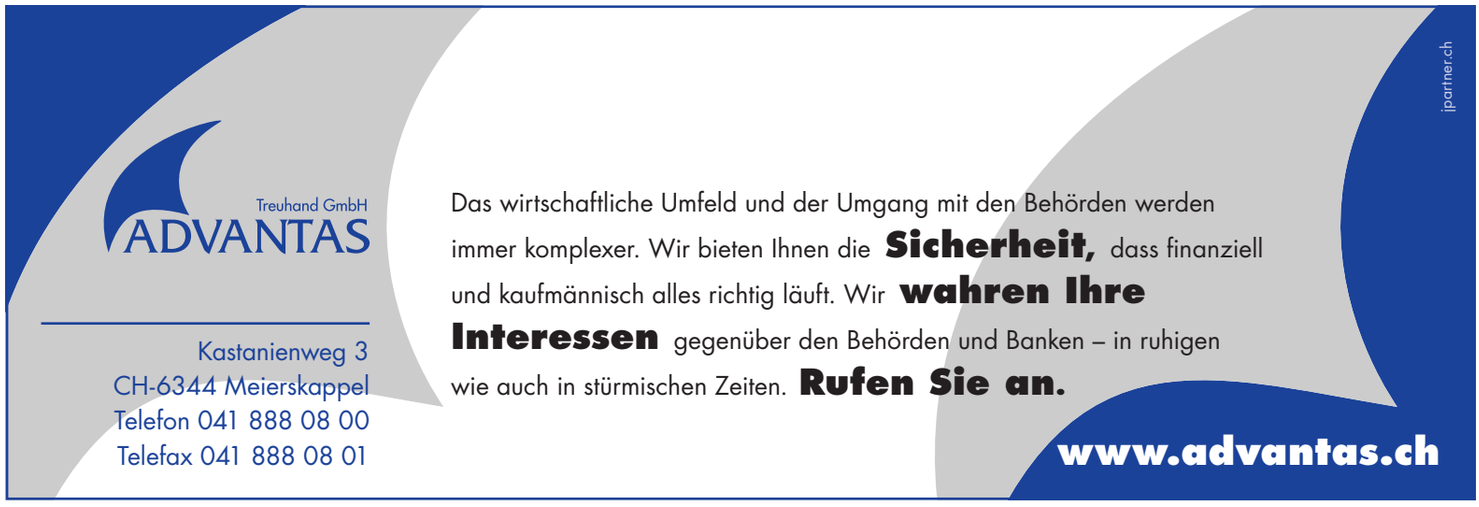
Bei einer selbständigen Erwerbstätigkeit in einem einzigen Staat ergeben sich grundsätzlich keine Probleme; es gilt auch in diesem Fall das Erwerbsortsprinzip. Nun kann es sich ergeben, dass ein Versicherter mit Wohnsitz in der Schweiz in einem EU-Land tätig ist, wo selbständige Erwerbstätigkeit nicht der obligatorischen Versicherung unterstellt ist, wie zum Beispiel in Deutschland. In diesem Fall entfällt die Pflichtversicherung. Gestützt auf das Schweizer AHV-Gesetz kann sich der Versicherte in diesem Fall der obligatorischen Versicherung in der Schweiz anschliessen.

Spezialregelung «Entsandte»

Ein Arbeitgeber eines Vertragsstaates hat die Möglichkeit, einen von ihm entlöhnten Arbeitnehmer für eine beschränkte Dauer (EU bis zwei Jahre, übrige Staaten bis fünf Jahre) in einen anderen Vertragsstaat zu entsenden und ihn der für den Arbeitgeber massgebenden Gesetzgebung unterstellt zu belassen. Solche Entsandten aus der Schweiz müssen sich mit einer besonderen Bescheinigung, welche von der zuständigen Ausgleichskasse ausgestellt wird, über ihren Status und den Verbleib in der schweizerischen Versicherung ausweisen. Für sie muss der Arbeitgeber in der Schweiz mit der Ausgleichskasse abrechnen, wie wenn sie in der Schweiz beschäftigt und entlöhnt würden. Wohnsitz und Staatszugehörigkeit sind ohne Belang. Voraussetzung eines Entsendungsverhältnisses ist das Vorhandensein eines Arbeitsvertrages mit dem Arbeitgeber im Entsendungsstaat. Ob letztendlich die Salärkosten durch den entsendenden Arbeitgeber oder durch jenen im Einsatzstaat getragen werden, ist unerheblich. Früher war es möglich, dem Entsandten in der Schweiz lediglich ein kleines «Schattensalär» zur Erhaltung der Versicherteneigenschaft zu versichern, während im Ausland der Löwenanteil ohne Sozialversicherungsabgaben ausbezahlt worden war. Dies ist nach neuester Praxis der AHV-Behörden nicht mehr möglich.

OBT AG
Neuheimstrasse 36, 8853 Lachen
Tel.: +41 55 462 12 25, Fax: +41 55 462 12 26
www.obt.ch

Anzeigen



Soziale Medien – Europa wacht auf

Robert W. Haas

Wenn Sie den Begriff «soziale Medien» in Google eingeben, dann werden Sie sicher nicht überrascht sein, eine grosse Anzahl Dokumente zu diesem Thema zu finden. Neu ist allerdings, dass viele Beiträge aus der EU oder sogar Russland stammen. Sogar die FAZ berichtet wie KMU diese Netzwerke nutzen. Titel wie «80% der Manager nutzen soziale Medien» bewirken nun kein Staunen mehr. Die Zahl wird allerdings in der EU noch etwas angezweifelt – wahrscheinlich auch zu Recht.

Nun tauchen in der Sommerhitze auch ein paar Wolken auf und die ersten Experten warnen endlich vor den Gefahren von Facebook, Twitter und Co. Besonders die Firmen, welche die neue Machtverteilung dieser Medien umgehen wollen und andere Leute oder Firmen bezahlen, damit diese positive Berichte über ihre eigene Firma schreiben, bekommen ihr Fett weg. Die meisten dieser PR-Berichte werden nämlich früher oder später entlarvt und ganze Communities entstehen dann gegen diese Firmen.

BP hatte sogar versucht gewisse Suchwörter zum Thema Ölpest zu kaufen, um die Anwender dann zu einer firmeneigenen Seite zu lenken. Das Resultat war aber desaströs! Sogar Nestlé, die Palmöl von unkontrollierten Plantagen für ihr bekanntes «KitKat» kaufte konnte sich der Kritik der Facebook Fans nicht entziehen. Da half auch das Abschalten der Seite nichts. Im Gegenteil: die Fans fühlten sich ignoriert, ja übergangen und reagiert noch empörter. Nestlé musste schlussendlich den Liefervertrag mit diesen unseriösen Firmen kündigen. Soziale Medien sind günstig, doch nur nutzvoll, wenn gewisse Spielregeln eingehalten werden.

Immer mehr KMU entdecken diese günstigen Kommunikationskanäle für sich und öffnen so Ihre Firma den Kunden. Sogar «Crowd Sourcing» – also «Entwicklung unter Einbezug des Kunden» wird vermehrt betrieben. Dafür interessieren sich allerlei Hochschulen, wie z.B. Olten.

Wie sieht es jedoch bei der Kommunikations-Strategie der meisten Unternehmen aus? Hier sind die auf Google gefundenen Artikel noch sehr dünn gesät. Das ist eigentlich schade, denn eine gute Strategie sollte im Marketing immer die Basis für eine erfolgreiche Kampagne oder Geschäfts-Taktik sein. Persönlich kann ich Ihnen nur raten, Ihre Strategie festzulegen bevor Sie diese neue Welt betreten.

Europa wacht nun endlich auf, um sich diesen neue Märkte zu widmen, doch ohne eine nachhaltige und gut durchdachten Strategie, wird auch diese neue Welt keine positiveren Geschäftsergebnisse als die alte liefern.
Ich wünsche viel Erfolg bei der Entdeckung der sozialen Medien.

Freundliche Grüsse Robert W. Haas

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

Anzeigen

Tu Gutes und sprich mit den RICHTIGEN darüber

Live Marketingmassnahme >>ECM-Menue-Surprise<<, dessen Ergebnis noch nicht feststeht!

Marketingkonzepte
Sind kein Kinderspiel, denn der Ist-Zustand sollte zuvor präzise ermittelt werden. Für den Erfolg des Marketingkonzeptes sind Einflussfaktoren wie Kaufkraft, Saisongeschäft, Mitbewerber etc. von enormer Wichtigkeit. Erst nach Auswertung der Analyse können entsprechende erfolgsversprechende Massnahmen abgeleitet werden.
Eine Erfolgsgarantie gibt es nie!

Aus einem Ackergaul kann man kein Rennpferd machen!
Stimmen die Rahmenbedingungen nicht, wäre es fatal sich gegen die Realität zu stellen und dabei in Werbe-Aktionismus zu verfallen. Werbung ist Ausdruck von bereits erfolgreich durchgeführter Marketingkommunikation.

Projektbeispiel InfoLunch als Marketingmassnahme
Ausgangssituation: Unzufriedene Kunden

Lösung
- Idee «InfoLunch»
- Konzept entwickelt
- Werbemittel gestaltet
- Lunchpakete produziert
- Einladung verschickt

Umsetzung
Die Kunden wurden jeweils von 12.30 bis 14.00 Uhr besucht und die InfoLunch-Pakete gleich mitgebracht. Während dem Lunch durfte der Anbieter sein Angebot präsentieren.

Fazit
Mit einer zündenden Idee den Nagel auf den Kopf getroffen und dabei bereits verloren gegangenes Kundenvertrauen zurück erobert, Interesse geweckt und Projektaufträge erhalten.

>>ECM-Menue-Surprise<<
Man stelle sich vor, dass es eine Lösung mit einem Alleinstellungsmerkmal gibt. Der Nutzen und das Preisleistungsverhältnis sind unumstritten und keiner spricht darüber!

Bei der Marketingplanung standen ein vielzitierter Fachbegriff und eine sehr gute Lösung im Vordergrund unserer Überlegungen. Ziel sollte es sein, beides leicht verdaulich anzurichten!

Da das Lösungsprodukt stark Technologie getrieben ist und Marketingkommunikation im Sinne von «Tu Gutes und sprich darüber», vom Produzenten vernachlässigt wurde, entstand die Idee Gaumenfreude und Technologie harmonisch zu vereinen. Alle Beteiligten sind gespannt, wie der Event angenommen wird.

Drei Gänge, drei Themen, eine Lösung
Mit dem Marketingsatz ist auf der Anbieter- und auf der Kundenseite grosses Interesse entstanden.
Die Erwartungshaltung ist entsprechend gross! Der Event, der im August stattfindet, wird Aufschluss darüber geben, ob es ein Erfolg wird. Die Veranstaltung ist bereits ausgebucht!
Auf Anfrage berichten wir gerne über das Ergebnis der Veranstaltung.

5 Jahre Pitschagentur
Marketingkommunikation und Vertrieb
www.pitschagentur.de

Pitsch – Agentur für Marketingkommunikation wurde 2006 gegründet und hat sich darauf spezialisiert Synergien aufzuspüren und erfolgreich Kooperationen zu bilden.

Die Agentur hat folgendes Angebot:
- *Pitsch*beratungsservie
- *Pitsch*medienservice
- *Pitsche*ventservice

Peter Kanele
Betriebswirt (GA)

Kontaktdaten

Agnes-von-Brandis-Weg 14
D – 79713 Bad Säckingen

Tel.: +49 77 61 926 75 10
Fax: +49 77 61 926 75 11

info@pitschagentur.de
www.pitschagentur.de

Erfolgreiches Dialogmarketing: Die Zukunft ist multisensorisch

Reinhard Kaupp
Geschäftsleitung pinkup Dialogmarketing

Marco Casanova, lic.rer.pol.
Gründer und Managing Partner
Branding-Institute CMR AG

Die Zürcher Dialogagentur pinkup setzt bei DM-Kampagnen auch auf Unterstützung aus der Wissenschaft: Die praxiserprobte Neuromarketing-Methode LIMBIC Cube™ aktiviert bei den anvisierten Kundensegmenten die limbische Persönlichkeitsstruktur und stärkt so die Bindung an die Marke.

Die Erforschung der neuronalen Prozesse macht immer deutlicher, dass Emotionen die entscheidende Rolle bei der Steuerung des menschlichen Verhaltens spielen. Die fünf Sinne des Menschen bilden somit das Bindeglied zwischen Umwelt und Gehirn, da alle Informationen in Form von Reizen an das Gehirn weitergegeben werden. Marken-Berührungspunkte sind folglich nichts anderes als sensorische Reize. Das Erkennen und zielgerichtete Führen dieser Berührungspunkte ist entscheidend für den Erfolg einer Marke.

Erfolgreiche Marken sind limbisch positioniert

Der Ansatz des LIMBIC CUBE™ kann statistisch durch eine Vielzahl von wissenschaftlichen Untersuchungen nachweisen, dass eine Markenbindung umso stärker ausfällt, je kleiner die emotionale Distanz zwischen der limbischen Persönlichkeitsstruktur des Individuums und der von ihr limbisch beurteilten Marke ausfällt. «Erfolgreiche Marken sind limbisch positioniert»: das ist die zentrale Aussage des auf den psychographischen Merkmalen des limbischen Systems aufbauende Segmentierungs- und Positionierungsansatzes. Er wird als Methode der Markenpositionierung und der Markenführung seit über zehn Jahren erfolgreich durch die *Branding Institute CRM AG* in der Praxis eingesetzt.

Das Reptilienhirn entscheidet über den Erfolg einer Marke!

Markenführung ist dann am erfolgreichsten, wenn sie möglichst direkt das limbische System anspricht. Erfolgreiche Produkte vermitteln durch ihren Markencode an allen relevanten Berührungspunkten immer Botschaften (z. B. Form, Farbe, Materialien, Töne, Gerüche), die direkt und ohne Umweg über die Sprache das limbische System des Individuums aktivieren. Um ihre grösstmögliche Wirkung zu entfalten müssen diese Botschaften auf die Persönlichkeitsstruktur der avisierten Zielgruppe abgestimmt sein.

Die in der LIMBIC CUBE™-Methodik ersichtlichen Zusammenhänge, die auf der Basis der Funktionsweisen des menschlichen Reptilienhirns durch verschiedene Sinneserfassungen (visuell, akustisch, haptisch, olfaktorisch, gustatorisch) zusammengetragen und dreidimensional dargestellt werden, ermöglichen demzufolge äusserst aussagekräftig das Kundenverhalten zu antizipieren und prognostizieren.

Auf der Basis des LIMBIC CUBE™-Assessments können dann ganz gezielt Veränderungen in den verschiedenen Bereichen wie Marketing, F&E, Packaging etc. eingeleitet werden. Überdies können auch die internen (Kommunikation, Marketing, Vertrieb) und externen Dienstleister (Identity- und Designagenturen, PR- und Werbeagenturen) gezielt gebrieft und deren Konzepte auch objektiver auf den Zielerreichungsbeitrag zur angestrebten limbischen Soll-Positionierung der Marke beurteilt werden.

Fazit

Die LIMBIC CUBE™-Methodik der Markenpositionierung und Kundensegmentierung zur erfolgreichen Prognostizierbarkeit des Kundenverhaltens eignet sich als Markenführungsinstrument sowie für Markenaudits.

Marco Casanova

Marco Casanova ist Lehrbeauftragter an der Universität Bern und Dozent an der Zürcher Fachhochschule in den Bereichen Brand Management, Marketing und Unternehmenskommunikation. Er berät mit der LIMBIC CUBE™-Methodik namhafte in- und ausländische Unternehmen.

pinkup Dialogmarketing führt regelmässig das Zürcher Trendseminar dialogday durch. Am DM-Branchenevent sprechen renommierte Referenten aus Werbung und Wissenschaft (unter anderen Marco Casanova) über zukunftsfähige Marketingkonzepte.

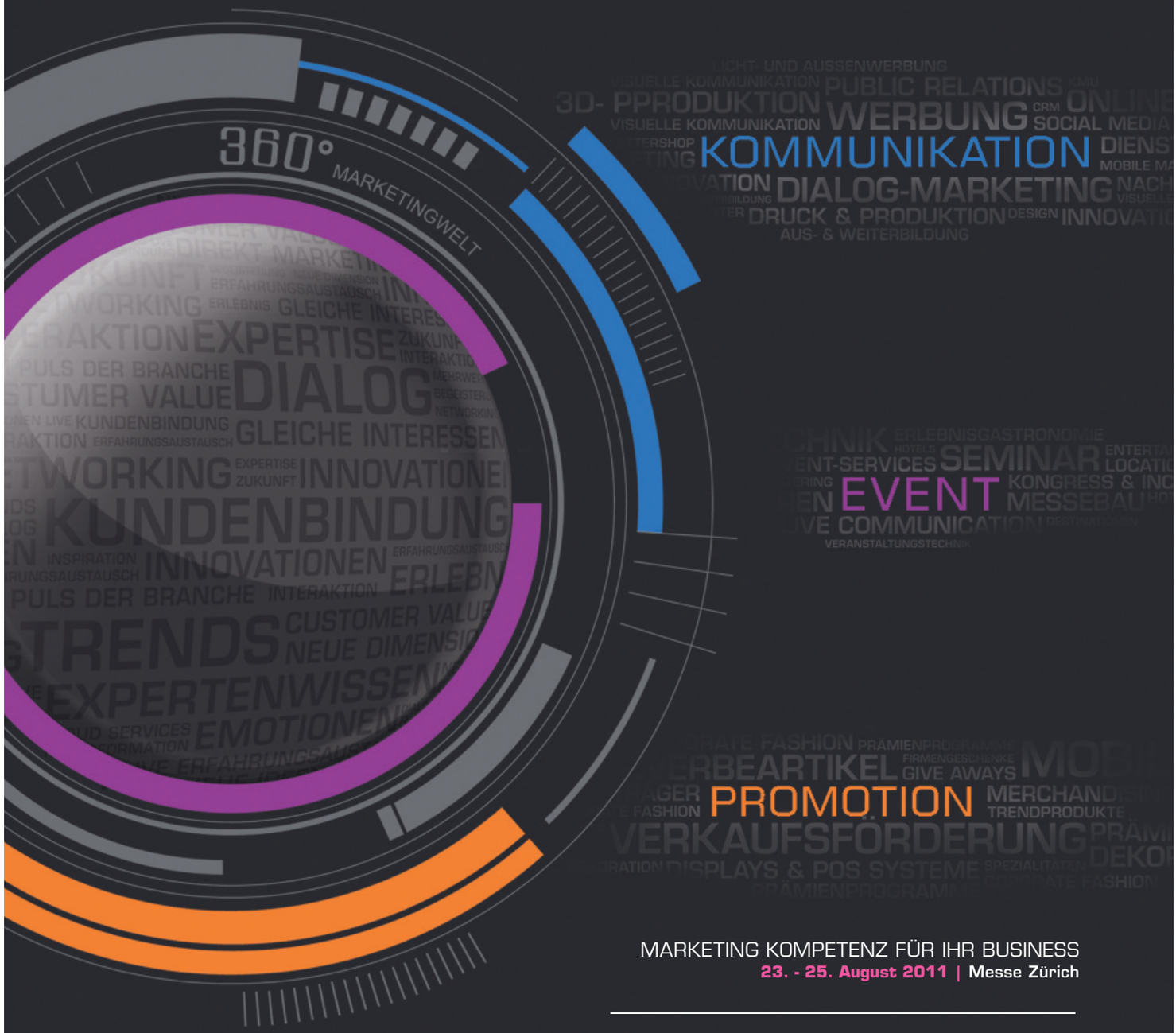
Branding – Institute CMR AG
Zugerstrasse 46
6314 Unterägeri ZG

pinkup Dialogmarketing
Rüdigerstrasse 10
8045 Zürich
Tel. 044 202 60 73
info@pinkup.ch, www.pinkup.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

SuisseEMEX'11: Im Zeichen der (R)Evolution

Auch dieses Jahr wird der Schweizerische KMU Verband an der Suisse EMEX, welche vom 23. – 25. August 2011 in der Messe Zürich stattfindet, das Patronat für den KMU Businesspark übernehmen.

Besuchen Sie uns in Halle 4 Business Solutions für KMU: hier werden Bereiche des Marketing, der Werbung und der Kommunikation vorgestellt. Die einzelnen Posten zeigen interessierten Besuchern, wo der KMU überall mit Werbung in Berührung kommt und welchen Nutzen ihm Marketing bringt.

Mitglieder des Schweizerischen KMU Verbandes sowie die *ERFOLG*-Leser erhalten das Besucherticket für die Suisse emex für nur Fr. 30.– statt Fr. 50.–.
Sichern Sie sich jetzt Ihr Ticket unter www.suisse-emex.ch / Tickets
Bitte verwenden Sie den Code: **EMEX11KMU** und Sie erhalten Ihren Eintritt für die Suisse EMEX – führende Schweizer B2B Fachmesse für Marketing, Kommunikation, Event und Promotion!

Aussteller im KMU Businesspark Halle 4

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

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

Markenwissen

Rolf Gruber

Bevor CocaCola zum Brand wurde, war es die Limonade eines Apothekers. Und Marlboro wurde mit Filter als Frauenzigarette entwickelt und war vorerst ein Flop. Da stellen sich Fragen wie: «Was ist eigentlich eine Marke?» Und wenn ich das weiss: «Was muss ich tun, um eine Marke zu sein?»

Sich als Marke zu positionieren ist heute in Mode. Es laufen haufenweise Werber mit der Idee durch die Gegend, dass durch ihre Hände Arbeit eine Marke geboren werde. Ebenfalls gibt es Grafiker, welche die Kreation eines Logos als Branding bezeichnen. Doch sie liegen falsch.

Zuerst einmal handelt es sich bei einem Brand – einer Marke – um ein Produkt. Am Anfang muss immer ein Produkt da sein, ob es sich um einen Suppenwürfel oder um eine quantifizierbare Dienstleistung handelt.

Bevor CocaCola zum Brand wurde, war es die Limonade eines Apothekers. Diese Limonade hatte den Vorteil, dass sie vielen Menschen schmeckte. Dann kam ein genialer Marketer, der die Rechte kaufte und beschloss, ein weites Vertriebsnetz aufzubauen und Werbung für diese Limonade zu lancieren. Ein Grafiker gestaltete ein lustiges Logo. Dieses wurde immer wieder verwendet – und irgendwann hatte man einen Brand. Heute muss CocaCola stets als Beweis dafür herhalten, wie einfach es doch sei, einen Brand zu schaffen.

Marlboro wurde mit Filter als Frauenzigarette entwickelt und war zunächst einmal ein Flop. Erst als das Image von Freiheit und Abenteuer als Positionierung eingeführt wurde, entwickelte sich die Marke. Nicht eine Zigarette als solche, sondern die qualifizierten Leistungen als Gesamtes und das projizierte Umfeld machen einen Brand aus.

Bevor Sie also nicht viel Schweiss und Tränen in die Herstellung und Vermarktung eines Produktes oder einer Leistung gesteckt haben, erübrigt sich die Diskussion um die Marke. Eine Marke hat erst dann einen Wert, wenn mehr als eine lustige Idee oder ein origineller Name dahinter steckt.

Kann ein kleineres Unternehmen wie z.B. ein IT- Dienstleister ein Brand sein? Natürlich. Wenn man von Ihnen spricht, weil Sie gute Arbeit leisten und ein guter Arbeitgeber sind, dann sind Sie ein Brand. Jetzt müssen Sie nur die Fähigkeit besitzen, alle positiven Attribute zu kultivieren. Je mehr Sie all Ihre positiven Leistungen veröffentlichen, desto mehr werden Sie zum Brand.

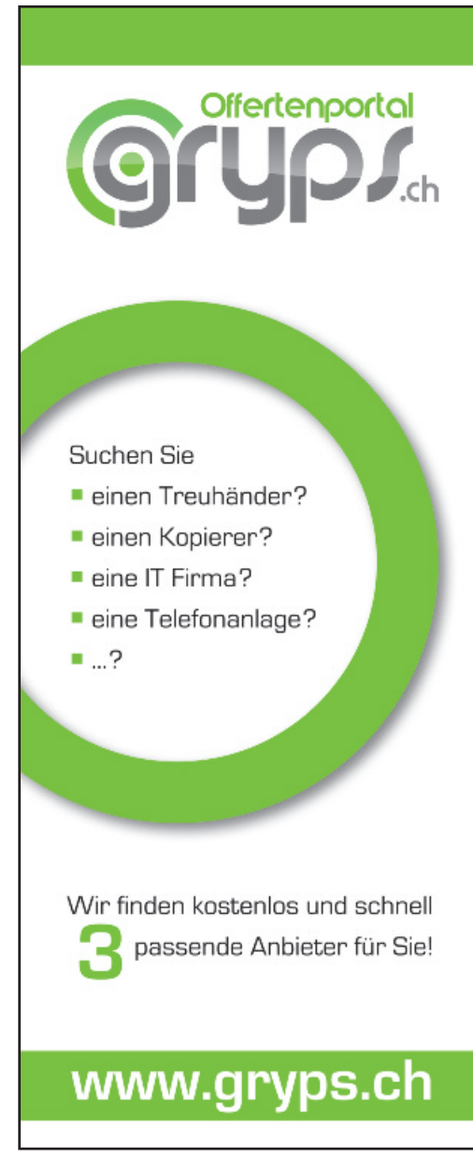
Diese Regeln gelten für grosse wie für kleine Unternehmen. Die grossen haben den Vorteil, aufgrund ihrer Grösse mehr Mittel zur Verfügung zu haben, um noch bekannter zu werden. Diese erhöhte Wahrnehmung in der Öffentlichkeit bedeutet einen grösseren inneren Wert des Unternehmens.

Fazit: Die kontinuierliche Ausrichtung aller relevanten Aktivitäten machen aus einem Unternehmen und seinen Leistungen eine Marke. Tönt einfach – oder?

Herzlichst, Ihr Rolf Gruber

Richards & Gold GmbH
Brand Coaching
Dörflistrasse 50, 8050 Zürich
Tel.: + 41 (0)44 421 41 41
info@richards-gold.ch, www.richards-gold.ch

Anzeigen



Anmeldefax für den erfolgreichen Tagesworkshop:

„Die 5 CRM Vertriebsstrategien für 23 Prozent mehr Umsatz“

Heut noch vom 50% *Frühbuch-Rabatt profitieren, ausfüllen und faxen an: 071 666 80 42

Ablauf

08.30 – 09.00 Uhr **Akkreditierung;** Empfang mit Kaffee und Gipfeli

09.00 – 10.00 Uhr **1. Teil: Erfolgreiche Fallbeispiele als Inspiration**
Sie erfahren:
- Welche Ausgangslagen Unternehmen hatten.
- Welche konkrete individuelle Lösungen gefunden wurden.
- Welche Erfolge daraus resultierten.

10.00 – 11.00 Uhr **2. Teil: Unternehmensanalyse zur Standortbestimmung**
Sie erfahren:
- In welcher Lebenszyklusphase steht mein Unternehmen heute?
- Welche Marketing- & Vertriebsstrategien lassen sich daraus ableiten?
- Welche Marketing- & Vertriebsstrategien bringen mich zum Ziel?

11.00 – 12.00 Uhr **3. Teil: Marketing & Verkaufsweg festlegen**
Sie erfahren, welche Datenqualität, Marktdruck, Vertriebsorganisation und CRM-Funktionalitäten bei meinem individuellen Geschäftsmodell vorhanden sein sollten um die Umsatzsteigerung von durchschnittlich 23 Prozent zu erreichen?

12.00 – 13.30 Uhr **Mittagspause**

13.30 – 15.00 Uhr **4. Teil: Marketing & Verkaufsprozesse definieren**
Sie erfahren:
- Welche 5 Marktdruck-Prozessabläufe gibt es?
- Welche können meine Erwartungshaltung erfüllen?

15.00 – 15.30 Uhr **Kaffeepause**

15.30 – 17.00 Uhr **5. Teil: Erarbeiten eines Individuellen CRM Umsetzungskonzepts**
Aus dem „Werkzeugkasten“ suchen Sie jetzt die griffigsten Methoden und Aktivitäten aus und erstellen einen Massnahmenplan (Roadmap) für die konkrete Umsetzung in Ihrem Unternehmen zusammen.

Der Workshop findet unter der Leitung von Herrn Rolf Limacher, zertifizierter Business Development Manager (BDM), Geschäftsführer der Firma cobra AG, 8274 Tägerwilen TG, statt. Er vermittelt Ihnen eine Mischung aus Theorie- und Praxis. Auch Tipps und Tricks aus den CRM Projekt-Erfahrungen werden Ihnen auf den Weg mitgegeben.

Termine 2011

23. Februar	**Hightech Center Tägerwilen** Bahnstrasse 1, 8274 Tägerwilen/TG
16. März	**Technopark Zürich** Technoparkstrasse 1, 8005 Zürich
20. April	**HSO Marketingschule St.Gallen** St. Leonhardstrasse 74-76, 9000 St.Gallen
25. Mai	**Turmhaus Consulting** Aeschenplatz 2, 4052 Basel
22. Juni	**Berner Technologiepark** Morgenstrasse 129, 3018 Bern
06. Juli	**Technopark Winterthur** Jägerstrasse 2, 8406 Winterthur
31. August	**Technopark Zürich** Technoparkstrasse 1, 8005 Zürich
28. September	**Technopark Aargau** Dorfstrasse 69, 5210 Windisch
26. Oktober	**Technopark Zürich** Technoparkstrasse 1, 8005 Zürich
16. November	**Hightech Center Tägerwilen** Bahnstrasse 1, 8274 Tägerwilen/TG

Profitieren Sie vom Tagesworkshop „Die 5 CRM Vertriebsstrategien für 23 Prozent mehr Umsatz“ im 2011. Bei einer Doppelbuchung ist der dritte Teilnehmer von uns eingeladen.

1 Teilnehmer	CHF 550.– -50% *Frühbuch-Rabatt = CHF 275.–
2 Teilnehmer	3. Teilnehmer kostenfrei CHF 880.– -50% *Frühbuch-Rabatt = CHF 440.–

*Frühbuch-Rabatt gültig bei Anmeldungen bis vier Wochen vor Veranstaltungstermin. Alle Preise exkl. MwSt. Annullierungs-Rückerstattung bis 20 Tage vor Termin, danach keine Rückerstattung mehr. Ein Ersatzteilnehmer kann jederzeit gestellt werden.

Zielgruppe: Unternehmer, Manager und interessierte Personen, welche im Marketing und Verkauf den Treiber für mehr Umsatz sehen.

Termin	Name, Vorname
Firma	Name, Vorname
Strasse, Hausnr.	Name, Vorname
PLZ, Ort	Telefon
E-Mail	Datum, Unterschrift

cobra® computer's brainware

Anmeldung/Kundenbetreuung
Telefon: 071 666 80 40
info@cobraag.ch
www.cobraag.ch

Beratungszeit
Mo – Do 08.00 – 12.00 und 13.30 – 17.00 Uhr
Fr 08.00 – 12.00 Uhr

cobra computer's brainware AG
Bahnstrasse 1
8274 Tägerwilen/TG

Jubiläum 10 Jahre Podium Limmattal

Grenzgänger, Grenzen testen, Grenzen sprengen

Interview mit Uwe Tännler, Präsident Swiss Marketing

Das Podium Limmattal, zu dessen Gründerväter Sie gehören, feiert sein 10. Jubiläum. Ein Anlass für eine Erinnerungsfeier, die Sie organisieren. Das Thema lautet: Grenzgänger, Grenzen testen, Grenzen sprengen. Warum dieses Thema?

Ich bin überzeugt, nur wer Grenzen sprengt wird langfristig überleben. Schauen Sie in den Markt. Wer ist erfolgreich unterwegs? Groupon, Synthes, Swatch Group, Roger Federer, Eveline Binsack, Dölf Ogi, Kurt Aeschbacher und sogar Sepp Blatter, alles Grenzgänger. Auch Swiss Marketing sprengt zum Beispiel mit dem Schweizerischen Marketing-Tag im KKL Luzern immer wieder Grenzen. Am grossen Jubiläum darf also mit Spannung Grenzensprengendes erwartet werden.

Warum haben Sie als Präsident von Swiss Marketing, die Organisation der Jubiläumsfeier übernommen?

Nun, das Network Limmattal ist sozusagen mein Heimathafen. Hier habe ich über viele Jahre als erfolgreicher Club-Präsident und OK-Präsident des Podiums «Marketing LIVE» Grenzen gesprengt und Spuren hinterlassen. Nach meiner Wahl zum Zentralpräsidenten von Swiss Marketing haben meine Nachfolger Monika Ulrich und Herby Carl, weiter an der Erfolgsgeschichte geschrieben. Zum Jubiläum wollten wir unsere Kräfte bündeln, um eine Jubiläumsfeier von ganz besonderer Qualität und Aufmerksamkeit über alle Grenzen hinaus zu erreichen.

Werden bei der Jubiläumsfeier auch Grenzen gesprengt?

Was für eine Frage! Die bisher veröffentlichten Programmpunkte lassen schon einiges erwarten. Wer mich jedoch kennt, weiss, dass das Beste als Überraschung kommt und noch gar nicht veröffentlicht ist – zum Beispiel die Show Acts und vor allem der Überraschungsgast. Hier liegt noch viel, sehr viel Potential für «Sprengstoff». Ich kann nur raten: JETZT Ticket besorgen!

Was sind Ihre besten Erinnerungen an die Zeit, als Sie das Podium gegründet haben?

Die spontane Zusage des Marketing-Direktors der EXPO02, Rainer Müller. Ich war so überrascht ob der Zusage, dass ich unbedingt noch etwas darum herum bauen wollte. Ich konnte ja schlecht einem so hochkarätigen Gast ein Publikum von kaum 30 Mitgliedern zumuten.

Rasch fanden wir in Conny Sutter den ersten Moderator, in Jürg Krebs von Schweiz Tourismus eine tolle Ergänzung und mit Stephan Bochsler, ZKB, und Heini Max Surber, Hiestand, konnten wir ein tolles erstes Podium «Marketing LIVE» mit rund 150 Teilnehmenden aus der Taufe heben.

Warum engagiert sich selbst internationale Prominenz für dieses regionale Podium? Oder anders gefragt, welches ist Ihr Erfolgsrezept?

Ob es da ein Erfolgsrezept gibt, weiss ich nicht. Ich versuche einfach authentisch zu sein: ich bin ich. Und vielleicht habe ich tatsächlich ein Talent zu begeistern und Emotionen zu vermitteln. Aber fragen Sie doch die Gäste am 5. September 2011 gleich selbst.

Wagen Sie einen Blick in die Zukunft des Podiums Limmattal!

Mein Ziel ist es, mit der aktuellen Crew die Organisation so aufzustellen, dass es zukünftig wieder ein autonomes OK gibt, welches sich für die Sache begeistert, damit wir in 10 Jahren das 20jährige Jubiläum feiern dürfen. Dazu benötigt es jedoch aktive Grenzgänger und diese sind in der heutigen Zeit dünn gesät. Bewerbungen nehmen wir gerne entgegen.

SWISS MARKETING (SMC)
Baslerstrasse 32
Postfach 1016
4603 Olten

Tel. +41 62 207 07 70
Fax +41 62 207 07 71
www.swissmarketing.ch
www.marketingtag.ch
http://swissmarketing.xing.com/

Anzeigen

Einladung

SWISS MARKETING (SMC)

Das ist typisch Swiss Marketing: beste Referenten, bestes Begleitprogramm, besten Service – und immer für eine Überraschung gut.

Erleben Sie am **5. September 2011 ab 17.30 Uhr in der Hostellerie Geroldswil** eine Jubiläumsfeier mit den Koryphäen Ulrich Tilgner, Asli Bayram, Ueli Steck, Thomas Borer, Stephan Klapproth und einem Überraschungsgast der Extraklasse. Geniessen Sie Showacts mit Stimmentänzer «Martin O.», den Piano-Entertainern «Chris & Mike», Comedy von «Sutter & Pfändler» und vieles mehr.

Sofort anmelden – Erlebnisfaktor unbeschränkt, Platzzahl beschränkt: **www.smc-nl.ch**

Anzeige Aussteller der SuisseEMEX'11

green IT

ePaper

Elektronische Schilder

Einfache Installation

Umweltfreundlich

Wirtschaftlich

a-design

Besucherleitsysteme und Digital Signage

SuisseEmex'11 | Halle 4 | Stand 4.315
Messe Zürich | 23.-25. August 2011

A-Design AG I Baselstrasse 77 | 4500 Solothurn | www.a-design.ch

Leadgenerierung im Web

Das Internet hat sich als Informations-, Kommunikations- und Verkaufskanal etabliert. Neukundengenerierung findet deshalb zunehmend online statt, doch schaffen es noch lange nicht alle KMU, im Web günstig positioniert zu sein. Das Angebot von Offertenportalen kann hier eine Brücke schlagen. Ein Service, der sich in den USA schon längst etabliert hat.

Kaum ein Unternehmen kann es sich heute noch leisten, auf Neukunden zu warten, ohne sich selbst aktiv um sie zu bemühen. Folglich dreht sich im Verkaufsprozess alles um Leadgenerierung. Leads sind Interessenten mit grundsätzlichem Kaufinteresse, die zu einem späteren Abschluss geführt werden sollen.

Neukundengewinnung früher und heute

Mit dem Wachstum der Wirtschaft hat sich auch die Werbung verändert. Wurden die Konsumenten in den 60-er Jahren noch mit emotionalen Botschaften gelockt, begannen in den 70-er Jahren die Unternehmen sehr zielgruppenorientiert zu werben und mit Fakten zu überzeugen. Je mehr die Wirtschaft wächst, umso cleverer muss das Marketing sein. Das immer kompetitivere Umfeld führt Unternehmen unter anderem dazu, sich durch geschickte Werbung von der Masse abzuheben, um möglichst viele Leads zu generieren. Der Kunde selbst ist jedoch aktiver geworden und filtert die vielen Eindrücke stark. Werbeanrufe werden schnellstmöglich abgewimmelt, Mails ungelesen gelöscht und die TV-Werbepausen genutzt, um ein neues Bier zu holen. Gaby Stäheli, Mitgründerin von GRYPS Offertenportal, führt aus: «Immer mehr Kunden informieren sich im Internet gezielt über die gewünschten Produkte. Genau in diesem Moment, wo der Kunde ein Bedürfnis hat und gezielt im Web sucht, muss man ihn erreichen.»

Leadgenerierung im Web 2.0

Der Auftritt im Web ist heute ein Muss für jedes KMU um den Kaufentscheid zu beeinflussen oder überhaupt erst auf sich aufmerksam zu machen. Sucht der Kunde nach einem Treuhänder in Zürich, wird er höchstwahrscheinlich bei Google «Treuhänder Zürich» eingeben und die ersten Ergebnisse anschauen. Ziel eines jeden Anbieters der Region sollte die virtuelle Präsenz an dieser Stelle sein. Um diese zu erreichen werden Google AdWords und SEO (Suchmaschinenoptimierung) eingesetzt. Mit AdWords können Unternehmen bestimmte Suchbegriffe definieren, für welche ihre kostenpflichtige Anzeige mit Link zur Homepage geschaltet werden soll. Die zweite Möglichkeit ist die der Suchmaschinenoptimierung. Mit den richtigen Schlüsselbegriffen und relevantem, gutem Inhalt rutscht die Homepage bei den Such-Ergebnissen immer weiter nach oben. Vielen Unternehmen fehlt jedoch die Zeit und das Geld, um sich mit der Komplexität der Suchmaschinenoptimierung und AdWords intensiv zu befassen.

Innovatives Startup schafft Abhilfe

Ein Rapperswiler Startup hat diesen Mangel an personellen und finanziellen Ressourcen erkannt und mit einer Offertenplattform darauf geantwortet. Seit Beginn letzten Jahres können sich Unternehmen bei GRYPS kostenlos registrieren. Sie erhalten passende, vorqualifizierte Leads und können die Kontaktdaten bei Interesse für eine kleine Kontaktgebühr erwerben. So steht auch Unternehmen, die den Fokus bislang nicht auf Online-Marketing gesetzt haben, das Internet im Handumdrehen als Absatzkanal zur Verfügung. «Wir sind überzeugt, dass Leadgenerierung über Beschaffungsportale wie www.gryps.ch immer populärer wird. GRYPS spart Zeit, Kosten und Nerven, zudem ist es für die potentiellen Käufer unverbindlich und kostenlos. Unsere registrierten Anbieter auf der anderen Seite profitieren von qualifizierten Leads, denn mit jedem Kunden haben wir vor der Weitergabe zumindest einmal telefoniert», erklärt Priska Schoch, CO-Gründerin von GRYPS Offertenportal. Und der Erfolg gibt dem Startup Recht – nicht nur die Kaufinteressenten profitieren von der Vereinfachung, sondern auch die Anbieter schätzen die qualifizierten Leads sehr. Anstatt sich mit Adwords und SEO herumzuschlagen, können sie sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren und die Leadgenerierung, zumindest teilweise, einem Offertenportal überlassen. *Katharina von Wyl*

GRYPS Offertenportal AG
Herrenberg 35, 8640 Rapperswil SG
+41 55 211 05 30
www.gryps.ch, support@gryps.ch

Anzeige Aussteller der SuisseEMEX'11

COMEDY & VARIETE
www.rey-reloba.ch
...für Ihr nächstes Firmenfest

Moplast – das bunte Verpackungs Sortiment!
Besuchen Sie uns im Internet:
www.moplast.ch
Verpackungsbeutel
PE-Folien
Wellkarton-Verpackungen
Selbstklebebänder
Polster-und Füllmaterial
Karton-Verschnürungen
Palettensicherungen
Versandtaschen, Planrohre, etc.
Dokumentationen auf Anfrage erhältlich!
Günstige Preise
Schnelle und zuverlässige Lieferung
Grosses Standard-Lager
0848 MOPLAST
Moplast
Moplast Kunststoff AG, CH-4410 Liestal, Tel. 061 / 926 86 00, Fax 061 / 926 86 09, eMail: info@moplast.ch

SchoggiMAIL – vom Loch zur Innovation – eine süsse Erfolgsgeschichte

Aussteller der

Herr Hess, ich habe vor kurzem eine SchoggiMAIL von einem meiner Lieferanten erhalten und war begeistert. Welchen Ursprung hat denn SchoggiMAIL?

Herr Rupp, viele Innovationen entstehen nicht auf dem Reissbrett oder am Computer, sondern im Alltag bzw. durch einen neuen Blickwinkel auf bereits bestehende Dinge. So auch im Falle SchoggiMAIL. Am Anfang gab es ein umrahmtes Loch in einer Schachtel. Das Loch war als gestalterisches Element gedacht, machte in der Form für meine Partnerin Claudia allerdings keinen Sinn. Es erinnerte sie bei genauerer Betrachtung an eine Briefmarke. Eine Briefmarke benötigt man, um jemandem einen Gruss zu senden und dieser Gruss hat meistens die Form eines Briefs. Daraus entstand die Lösung für das Problem ‹was mache ich nun, wenn ich jemandem mehr als nur ein paar geschriebene Worte senden will?› Ich lege ein kleines Präsent bei, doch jetzt wird es aufwendig – es sei denn, die Briefform kann beibehalten werden. Wir verpacken eine Tafel hochwertigster feinster Schweizer Schokolade im Briefformat versandfertig und bieten die Option persönlicher Zeilen mit Briefgeheimnis. So entstand SchoggiMAIL.

Wie lange gibt es denn schon SchoggiMAIL?

SchoggiMAIL gibt es mittlerweile seit knapp vier Jahren und gilt als die Innovation in der Geschenkbranche. Es ist das ideale Geschenk, der Beschenkte freut sich und fühlt sich dennoch nicht zum Gegengeschenk verpflichtet.

Wie würden Sie SchoggiMAIL beschreiben?

SchoggiMAILs sind süsse versendbare Grüsse, praktisch wie eine E-MAIL, persönlich wie ein Brief und so sinnlich auf der Zunge zergehend, wie dies nur sehr hochwertige, feinste Schweizer Schokolade kann. Mit SchoggiMAIL werden alle Sinne des Empfängers angesprochen.

Wer sind Ihre Kunden bzw. wer verwendet SchoggiMAILs?

Schokolade ist ein allseits beliebtes Produkt, somit sprechen wir eine breite Käuferschicht an. Wir unterscheiden hier zwei Zielgruppen. Einmal die Privatkunden, die gerne Ihren Freunden und Verwandten z. B. einen Geburtstagsgruss, Genesungswünsche, ein Dankeschön oder eine Einladung zukommen lassen wollen. Und natürlich die Geschäftskunden, die SchoggiMAILs zur Kundenbindung bzw. Kundengewinnung, im Dialog mit Kunden und Lieferanten oder auch für die eigenen Mitarbeiter verwenden.

Wie muss ich mir das vorstellen?

Wir sind in der Lage, jede SchoggiMAIL bereits ab Stückzahl 1 zu individualisieren und zu personalisieren. Dementsprechend persönlich und individuell kann man seinen Kunden oder Mitarbeitern Botschaften schmackhaft machen. Man bringt Ihnen sozusagen die Schokoladenseite des Lebens nahe. Und, Herr Rupp, wer kann da schon widerstehen? Wir kriegen immer wieder begeistertes Feedback von unseren Kunden, sei dies zu der professionellen Ausführung der SchoggiMAIL und unseren damit verbundenen Dienstleistungen oder zur hervorragenden Qualität unserer Schokoladenrezepturen, die es exklusiv nur bei uns gibt.

Wo erhält man überall SchoggiMAILs?

Als noch recht junges Unternehmen ist selbstverständlich das Internet für uns ein wichtiger Vertriebskanal. Da eine SchoggiMAIL aber für uns die moderne Form des Briefs ist und auch gerne spontan gekauft wird, finden Sie einen Teil unserer mehr als 80 verschiedenen Sujets an fast jeder Poststelle. Momentan sind wir dabei, sowohl in der Schweiz wie auch im Ausland weitere Vertriebspartner zu gewinnen.

Was ist das spannendste Erlebnis der letzten vier Jahre?

Eines heraus zu picken ist schwierig. Das Feedback, welches wir aber aus allen Ecken dieser Welt, sei dies Neuseeland, Südafrika, Japan oder Kanada erhalten, bestärkt uns in unserem Tun. Auch die Begeisterung unserer Kunden. Egal ob dies die Top 200 Kunden einer Fluggesellschaft, die Privatkunden einer Grossbank, mehrere tausend Mitarbeiter eines internationalen Konzerns oder SchoggiMAILs für die Kunden eines kleinen oder mittelständischen Unternehmens sind – jeder Auftrag hat seinen Reiz. Am spannendsten war sicher die Entscheidung eines Kunden, kurzfristig ein Weihnachtsmailing mit SchoggiMAIL durchzuführen. Von dieser Entscheidung, über die Gestaltung unserer Agentur bis zur Versendung von mehreren Hundert SchoggiMAILs vergingen gerade mal acht Tage. Eine logistische Höchstleistung aller Beteiligten. Der Erfolg trat auch für das Unternehmen ein, seit Jahren einer unserer treuesten Kunden! Fakt ist auch, dass wir uns mit den Anforderungen unserer Kunden immer weiter entwickeln. Solche Partnerschaften machen viel Freude und motivieren. Und wir haben weitere Innovationen in der Pipeline, von denen wir überzeugt sind, dass Sie für viel Aufsehen sorgen werden. Vielleicht wäre dies dann einen weiteren Bericht in einem Jahr wert.

SchoggiMail
Bahnhofstrasse 11, 8193 Eglisau
Fon: 043 300 93 48
info@schoggimail.com, www.schoggimail.com

iPad als Business Tool?

Ist das iPad ein vernünftiges Gerät im Geschäftsleben? Ich glaube schon. Diesen Artikel werde ich nur auf dem iPad schreiben. Warum? Ich bin im Urlaub. Ich sitze gerade in Lesbos am Strand und habe nur mein iPad dabei.

Gut, die Tastatur ist gewöhnungsbedürftig, aber es geht auch mit zehn Fingern recht flott. Ich habe über das Internet Zugriff auf unser Pavone CRM, auch wenn ich den richtigen Client vorziehe, kann ich doch alles Wichtige erledigen, während ich unter einem Olivenbaum sitze. Die Gefahr besteht darin, am Ende keinen Urlaub mehr zu machen. Geben Sie das Ding nie Mitarbeitern mit. Wirklich nie. Ihre Angestellten haben ein Recht auf ungestörten Urlaub und wenn ein einzelner Mitarbeiter so unersetzlich wird, dass Ihr Unternehmen ohne ihn steht, ist die Organisation des Unternehmens nicht optimal, das gilt im Übrigen auch für den Chef und auch für Smartphones. Urlaub ist wichtig. Klar, als Unternehmer ist man immer etwas unsicher, wenn man nicht weiss, was zu Hause läuft, aber dafür hat man doch alle diese guten Mitarbeiter ausgewählt, damit es auch läuft, wenn man nicht da ist. Der Stellvertreter ist genau dafür da. Unser Ziel als Unternehmer müsste sein, sechs Wochen am Strand liegen, oder in meinem Fall auf dem Surfbrett verbringen zu können und wenn ich zurück komme, läuft der Laden besser als vorher. Dann kann der Chef die ganzen Ideen umsetzen, die im Urlaub plötzlich aus heiterem Himmel auf ihn einprasselten. Das ist diese eine Aufgabe, die wir Unternehmer wahrnehmen müssen. Deswegen sind wir doch überhaupt erst in die Selbstständigkeit gegangen.So, jetzt ist der Wind stark genug und meine Neugier um alles, was zu Hause läuft ist auch befriedigt. Das iPad hat sich bewährt. Bis nächsten Monat an derselben Stelle.

Christian Tillmanns, info@informica.ch

informica gmbh
Greutensberg 9
9514 Wuppenau

Anzeigen

Kolumne

100 Jahre IBM

50 Jahre WWF, 20 Jahre Ötzi, 100 Jahre Flugpost, 400 Jahre Sonnenfleckenforschung, 100 Jahre Roald Amundsen am Südpol, 150 Jahre Handelszeitung, 40 Jahre Ärzte ohne Grenzen, 175 Jahre Sprüngli, 75 Jahre Hitparade (Billboard), 100 Jahre wiederangesiedelte Steinböcke in der Schweiz, 50 Jahre Amnesty International, 100 Jahre Frauendemo Wien, 120 Jahre Schweizer Armee-Sackmesser, 100 Jahre Hamburger Flughafen, 2500 Jahre Marathon, 75 Jahre Institut für Lawinenforschung, 200 Jahre Erstbesteigung Jungfrau, 100 Jahre Max Frisch, 300 Jahre Ascot, 1000 Jahre Neuenburg, 150 Jahre KV Zürich, 100 Jahre Hollywood, 400 Jahre King James Bibel, 125 Jahre Mercedes-Benz, 75 Jahre Air Lingus, 1700 Jahre Toleranzedikt (Christentum als erlaubte Religion), 250 Jahre Tiermedizin, 100 Jahre Nivea, 720 Jahre Schweizerische Eidgenossenschaft.

Na, wenn das kein Grund zum Feiern ist! Oder auch nicht. Schade, dass es den WWF noch immer braucht. Schade, dass es nach 125 Jahren immer noch kein sicheres, sauberes und wartungsfreies Auto gibt. Wirklich schade, dass es nach 100 Jahren noch immer keinen Computer gibt, der alles kann, was ich brauche, immer funktioniert, einfach zu bedienen ist, nie einen Service braucht und kaum etwas kostet. Schäm Dich, IBM!

Serge Tischler

Kieser Training – Für Kraft und Gesundheit

Melina Kyrkos-Bollig

Der Kraftverlauf während eines Menschenlebens zeigt eine kurze Phase des Kraftaufbaus und eine lange Phase des Kraftabbaus: ab dem 25. Lebensjahr verliert der Körper bis zum Lebensende zwischen 30 und 40 Prozent an Muskelmasse.

Kraft und Beweglichkeit nehmen ab, die Muskeln werden schlaff. Binde- und Fettgewebe treten an ihre Stelle und die Knochen werden porös – wenn man nichts dagegen unternimmt. Doch was oft als «natürlicher» Altersvorgang gedeutet wird, ist meistens das Resultat mangelnden Trainings. Bewegung alleine reicht jedoch nicht. Die Qualität der Bewegung wird durch den Widerstand, den sie überwindet, bestimmt. Diesen Widerstand exakt zu dosieren und präventiv oder therapeutisch zu applizieren, ist die Kernkompetenz von Kieser Training.

Kieser Training steht für gesundheitsorientiertes Krafttraining. Das Unternehmen bietet auf der Grundlage wissenschaftlich gesicherter Erkenntnisse Krafttraining als präventive und als therapeutische Massnahme an. Durch diese Differenzierung des Angebots erhält der Kunde die individuell richtige Lösung.

Training

Das präventive Training dient der allgemeinen Kräftigung. Es ist der effiziente Weg, sich für Alltag, Beruf und Sport gesund und leistungsfähig zu halten. Eine sorgfältige Einführung und regelmässige begleitete Trainings sichern den Erfolg. Die medizinische Begleitung gibt dem Kunden Sicherheit und Analysen der Kraft ergeben objektive Werte für die erzielten Fortschritte.

Therapie

Medizinisch kontrolliert und therapeutisch angeleitet, ermöglicht die Kräftigungstherapie einen sicheren und gezielten Muskelaufbau bei stärkeren Beschwerden am Bewegungsapparat. Nach Therapieabschluss wird der Erfolg mit selbstständigem Training langfristig erhalten und mit Folgetests überprüft.

Franchising als Erfolgsmodell für eine dynamische Unternehmensentwicklung

Mit Franchising haben wir bei Kieser Training eine Vertriebsform gewählt, die für alle Beteiligten entscheidende Vorteile hat. Als Franchisegeber räumen wir unseren Franchisenehmern das Recht ein, mit unserem Produkt und unter unserem Namen in einem definierten Territorium ein Geschäft zu betreiben.

Franchising ist eine Partnerschaft selbstständiger Unternehmen. Es besteht eine klare Arbeitsteilung zwischen dem Franchisegeber und den Franchisenehmern. Grundlage dieser Zusammenarbeit ist der Franchisevertrag.

Als Franchisegeber entwickeln wir die Geschäftsidee, erstellen ein Absatz- und Organisationskonzept, sorgen für den Betriebsausbau, die Ausbildung der Franchisenehmer und ihrer Mitarbeiter, ihre laufende Unterstützung, die ständige Weiterentwicklung des Systems und wir schützen die Marke.

Interview mit Melina Kyrkos-Bollig, Länderverantwortliche Schweiz, Kieser Training AG

Wann wurde die Kieser Training AG gegründet?

Werner Kieser eröffnete 1966 sein erstes Kraftstudio in Zürich und gründete ein Jahr später die Kieser Training AG.
Heute sind wir in sieben europäischen Ländern, in Australien und Singapur aktiv und haben rund 280'000 Kunden. Nach fast 25 Jahren erfolgreicher Geschäftstätigkeit in der Schweiz startete Werner Kieser zu Beginn der 90er Jahre die internationale Expansion mit dem Engagement in Deutschland – mit 120 Betrieben heute unser grösster Markt.

Wie begründet sich Ihrer Meinung nach die Erfolgsgeschichte der Kieser Training AG?

Die Marke Kieser Training steht für Kraft und Gesundheit durch Training und Therapie. Mit der Konzentration auf das Wesentliche stellen wir sicher, dass die Kunden bekommen, was sie brauchen ohne durch Nebensächlichkeiten abgelenkt zu werden. In diesem konsequenten Ansatz liegt auch die Stärke der Marke begründet.

Was sind Ihrer Meinung nach die Vorteile des Franchise Systems im Allgemeinen?

Als Franchisenehmer starten Sie mit einem grossen Vorsprung in die Selbstständigkeit: Sie haben von Beginn weg eine eingeführte Marke und ein funktionierendes Konzept. Trotzdem bleibt der Schritt in die Selbstständigkeit eine grosse Herausforderung – entsprechend sind Unternehmerpersönlichkeiten gefordert, die in einem Franchisesystem Verantwortung übernehmen wollen.

Wie genau können potentielle Franchisenehmer von einer Zusammenarbeit mit der Kieser Training AG profitieren?

Wir geben einem Franchisenehmer ein bewährtes Konzept unter einer sehr starken Marke auf den Weg. Mit unserer langjährigen internationalen Erfahrung und unserem bewährten internen Ausbildungskonzept sind wir zudem in der Lage, dem geeigneten Kandidaten optimale Voraussetzungen für seinen Start in die Selbstständigkeit zu bieten.

Wie viele Franchisepartner der Kieser Training AG gibt es aktuell in der Schweiz?

Ende 2011, dem ersten Jahr unseres Neustarts in der Schweiz, werden wir sieben Betriebe haben, vier davon im Franchising. Kieser Training strebt in drei bis fünf Jahren in der ganzen Schweiz rund 30 Betriebe an. Ausserhalb Zürichs wollen wir dieses ambitiöse Ziel mit Franchise-Betrieben erreichen. Bern und Basel sind vergeben, aber es gibt noch viele weitere Standorte mit starkem Potential.

David Fritz

Kieser Training AG
Kanzleistrasse 126
Postfach
8026 Zürich
Tel: +41 44 296 17 17
Fax: +41 44 296 17 77
melina.kyrkos-bollig@kieser-training.com
www.kieser-training.ch

THE NEW WAY OF FLYING

Moonlight Air

MOONLIGHT AIR
Business Flights, Scenic Tours and Executive Travels

Grabenstrasse 25 - 6340 Baar
+41-41-760 60 61
info@moonlightair.ch - www.moonlightair.ch

Moonlight Air fliegt nicht nur die Business-Elite, sondern auch Privatpersonen schnell, sicher und komfortabel um die ganze Welt. Vom Zeitpunkt Ihrer Anfrage bis zum Verlassen des Flugzeuges achten wir stets auf eine persönliche und individuelle Betreuung sowie höchste Diskretion.

Auf Grund unserer umfangreichen Flotte sind wir in der Lage, Ihnen jederzeit ein Flugzeug an fast jedem Ort der Welt in kürzester Zeit zur Verfügung zu stellen. Innerhalb Europas ist es uns dank unserer Flotte möglich, über 2'500 Flugplätze anzufliegen. Dies ermöglicht es Ihnen, noch schneller an Ihrem Zielort anzukommen.

Fliegen im privaten Flugzeug lohnt sich, denn Sie reisen viel entspannter und vor allem dann, wann Sie wollen. Fernab von Warteschlangen an grossen Flughäfen reisen Sie bequem First Class und kommen relaxt an Ihrem Ziel an.
Verbinden Sie mehrere Termine am gleichen Tag und nutzen Sie die Möglichkeit, an Bord zu arbeiten, vertrauliche Gespräche zu führen oder sich zu entspannen. Mit Moonlight Air generieren Sie Zeit, die Ihnen und Ihrer Familie zugutekommt.

Beispiele aus der Praxis

München ab CHF 1'100.-	Salzburg ab CHF 1'450.-	Mailand ab CHF 1'100.-
Frankfurt ab CHF 1'190.-	Venedig ab CHF 1'960.-	Leipzig ab CHF 2'590.-
Graz ab CHF 1'960.-	Paris ab CHF 1'890.-	Köln ab CHF 2'250.-

(Gesamtkosten belaufen sich für den Hin- und Rückflug am gleichen Tag, inkl. sämtlichen Nebenkosten, ab Zürich mit 2 Personen)

ASL – Alles Saubere Leistung – GmbH sucht Master-Franchisenehmer

Das Leipziger Franchiseunternehmen für haushaltsnahe Dienstleistungen, gegründet in Leipzig und seit 2005 im deutschen Franchiseverband gelistet, sucht für die Schweiz einen Master – Franchisenehmer. Das Unternehmen gehört bereits in Deutschland und Österreich zu den Marktführern im Dienstleistungsbereich für private Haushalte.

Die ASL GmbH ist z.Z. an über 35 Standorten vertreten. Das Ziel des Franchisesystems ist es, diesen Dienstleistungsservice zunächst europaweit aufzubauen. Der faszinierte und zufriedene Kunde ist das Leistungsziel der ASL-Gründer und sollte auch das Ziel des neuen Masters sein. Selbstverständlich gewährt die Zentrale Unterstützung in jeder Hinsicht.

Als Master- Franchisenehmer müssen Sie folgende Voraussetzungen mitbringen:
Sie sollten zwischen 30 – 55 Jahre alt sein und über kaufmännische Kenntnisse verfügen. Eine lokale Kenntnis von kommunalpolitischen und landespolitischen Strukturen sowie eine gute Allgemeinbildung sind Voraussetzungen. Verkäuferisches Talent sowie das Beherrschen der Muttersprache ebenso wie Deutsch ist dringend erforderlich.
Um in unser Team zu passen, sollten Sie ausserdem über folgende Eigenschaften verfügen:

- Ordentlich und seriös
- Humorvoll
- Fleissig und aufgeschlossen
- Positive Ausstrahlung
- Optimistische Lebenshaltung
- Zielorientiert und erfolgshungrig
- Ehrlich und kreativ
- Begeisterungsfähig

Natürlich ist es auch wichtig, dass Sie sich in ein bestehendes Franchise-Konzept integrieren können, um einen einheitlichen Marktauftritt des gesamten Systems zu gewährleisten.

Wenn Sie Interesse an einer Partnerschaft mit ASL als Franchisemaster haben, dann stehen wir Ihnen für weitere Informationen und Gespräche gerne zur Verfügung.
Informationen über ASL finden Sie unter: www.asl-europaweit.com *Ute Steglich*
Geschäftsführende Gesellschafterin

ASL – Alles Saubere Leistungen – GmbH
Mauersberger Str. 1c, D – 04229 Leipzig
Tel.: +49 0341 6512633, Fax: +490341 6517095
franchise@asl-europaweit.com

Ablösung des Formulars «Speditionsauftrag»

Philipp Muster

SPEDLOGSWISS löst im Zuge der obligatorischen Zollabfertigung im Export (per 1.1.2013) den heutigen Speditionsauftrag in Papierform (4-fach Durchschlagsformular) ab und stellt der Schweizer Exportindustrie bereits heute ein effizientes elektronisches System «webentry» zur Verfügung.

Unter dem neuen Internetzugang www.webentry.ch hat der Exporteur/Auftraggeber die Möglichkeit, seinen Speditionsauftrag inklusive aller benötigten Dokumente elektronisch seinem Dienstleister/Spediteur zu versenden.

Der Vorteil für den Exporteur/Auftraggeber liegt somit klar auf der Hand:

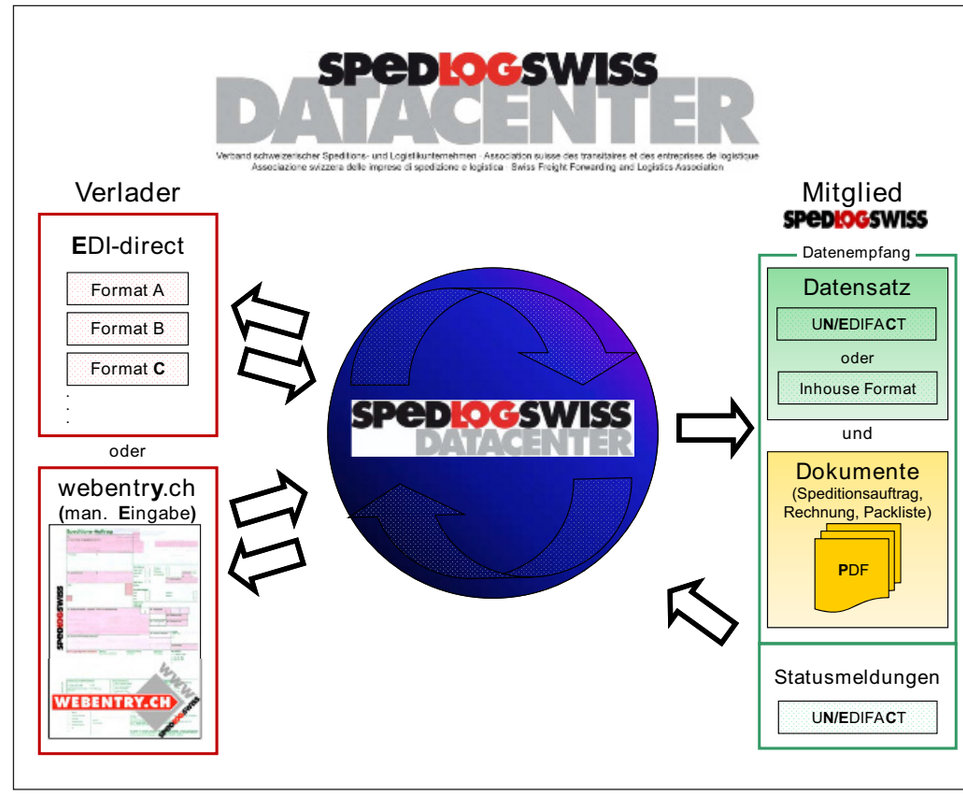
- Keine Installation notwendig – einfacher Zugang über Internet
- Zentrale Auftragserfassung an alle Spediteure unseres Verbandes
- Einfaches Erstellen des Auftrages durch Kopieren von Vorlagen bzw. bereits erfassten Aufträgen und Abspeichern von Adressen

Diese neue EDV-Plattform des Branchenverbandes SPEDLOGSWISS ist somit neutral und kann für alle Speditionsfirmen unseres Verbandes genutzt werden. Der Dienstleister erhält die Sendungsdaten elektronisch zugestellt und kann somit diese für die weitere Verarbeitung in sein eigenes System übernehmen. Damit wird die Anzahl der Medienbrüche im Dokumentenverlauf minimiert und die Datenqualität erhöht.

Selbstverständlich kann der Dienstleiter wiederum Daten an www.webentry.ch zurück senden. Der Auftraggeber kann somit in der Übersicht zum Beispiel die Tracking&Tracing Daten seiner Speditionsaufträge verfolgen. Die Auswertungen dieser Daten können mit dem integrierten Statistik-Modul einfach erstellt werden.

Einfache und benutzerfreundliche Eingabemasken

Die Masken stehen Ihnen in Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch zur Verfügung. Auf nur einer Seite können die Auftragsdaten komplett erfasst werden. Ein mühsames einarbeiten in die Funktionen mittels Lernprogramms ist nicht nötig.



durch das elektronische webentry.ch

Kann der Exporteur auch Zolldokumente über webentry.ch generieren?
Nein, diese Funktion ist nicht vorgesehen, da eine solche Dienstleistung vom entsprechenden Spediteur/Zollagenten angeboten wird. Durch die elektronische Beauftragung an die Spediteure/Zollagenten werden entsprechende Referenz- und Rechnungsnummern des Exporteurs übermittelt. Diese fliessen somit ohne manuelle Erfassungen in die entsprechenden Zolldokumente des Dienstleisters. Eine Sicherung der vom Staat geforderten sogenannten «Prüfspur» für die MWST-Abrechnung ist somit gewährleistet und nachvollziehbar.

Auf dem webentry.ch kann der Auftraggeber nach dem erfolgten Export seiner Sendung dank der Rückmeldung des neuen Access-Codes durch den Spediteur/Zollagenten seine elektronische Veranlagungsverfügung (eVV) einfach und unmittelbar von der Webseite der Zollverwaltung herunter laden und MWST-konform archivieren.

Somit schliesst sich der Kreis. Der Kunde sendet seine Auftragsdaten, der Dienstleister wickelt den Transport und Zollanmeldung ab und sendet an den Kunden die gewünschten Daten in Form von Rückmeldungen zurück.

Was kostet webentry.ch?
Mit einer jährlichen Nutzungsgebühr von CHF 60.– kann der Auftraggeber seine Speditionsaufträge abwickeln. Es fallen keine weiteren Kosten an. Die anschliessenden Transaktionskosten werden dem empfangenden Dienstleister (Spediteur, Zollagent) in Rechnung gestellt.

Welche Dienstleister sind auf www.webentry.ch angeschlossen?
Die aktuelle Übersicht der angeschlossenen Spediteure/Zollagenten finden Sie auf unserer Webseite www.spedlogswiss.com, Rubrik DATACENTER –> Aktive Mitgliederliste. Sollte Ihr Dienstleister noch fehlen, sprechen Sie ihn auf webentry.ch an. Er kann sich dann sofort bei webentry anmelden und steht Ihnen im elektronischen Datenaustausch umgehend zur Verfügung.

Was müssen Sie tun, um mit webentry.ch zu arbeiten?
Ganz einfach.

Auf der Webseite www.webentry.ch können Sie sich elektronisch registrieren und erhalten dann Ihre Login-Daten zugestellt. Danach können Sie den elektronischen Speditionsauftrag sofort benutzen.

Verbinden Sie Ihre Auftragsdaten direkt mit der Speditionswelt!
www.webentry.ch

Philipp Muster
stv. Geschäftsleiter
Manager Zoll, IT

SPEDLOGSWISS
Verband schweizerischer Speditions- und Logistikunternehmen
Association suisse des transitaires et des entreprises de logistique
Associazione svizzera delle imprese di spedizione e logistica
Swiss Freight Forwarding and Logistics Association
Elisabethenstrasse 44
Postfach
4002 Basel

Tel.: +41 (0)61 205 98 00
Fax: +41 (0)61 205 98 01
webentry@spedlogswiss.com
www.spedlogswiss.com

Sicherheit – der unternehmerische Globalauftrag

Eberhard Küpfer

«Wer sich nicht kümmert, verkümmert …»

Diesen Spruch habe ich vor Jahren einmal in ein Holzbrett geschnitzt und meinte, dass man selbst immer den Horizont seiner Ziele und Taten im Blick behalten solle. Wie viele Male kommen wir nicht vorwärts und sind fast am Verzweifeln, dass sich Dinge, die wir gut geplant haben in der Wirklichkeit nicht realisieren lassen. Hatten wir eine Machbarkeitsanalyse gemacht ? Wurde der Plan mit mindestens vier Augen begutachtet und auf Plausibilität überprüft ? Oder wurde einfach nach dem Prinzip «Durchwursteln» ein emotional gut dünkendes Projekt einfach mit viel Energie verfolgt, ohne sich über die Folgen im Klaren zu werden?

Sie haben Bereiche in Ihrem Betrieb von denen Sie ahnen, dass dort etwas nicht stimmt – Inzwischen hatten Sie aber keine Zeit oder die nötige Achtsamkeit auf diesen Bereich legen können.

Oft stellen wir uns danach folgende Fragen, die sich nicht so einfach mit Antworten versehen lassen :

- Sie haben Mitarbeiter, die nicht oder nicht vollständig Ihre Persönliche Schutzausrüstung (PSA) benutzen ?
- Sie stehen vor behördlichen Inspektionen und wollen diese gut bestehen ?
- Sie sind mitunter mit vielen Anforderungen an Sicherheit, Qualität und Umwelt überfordert und wissen dann auch nicht warum ?
- Sie meinen, dass Sie die Sicherheit jederzeit selbst im Griff haben ?
- Sie trauen Ihren Mitarbeitern nicht alles zu, sondern meinen, ohne sie selbst ginge nichts?

«Alles Leben ist Probleme lösen» (Karl R. Popper)

Was dieser Wissenstheoretiker und Philosoph hier ansprach, lebe ich sozusagen in und mit meinen Dienstleistungen, die dem Gegenüber weiterhelfen sollen. Diese Hilfestellung soll die Mitarbeiter des betreffenden KMUs nicht nur unterstützen, sondern aufrichten und stärken helfen.

Meine Vorgehensweise

Aufgrund meiner CV verfüge ich über ein theologisches und psychologisches Vorwissen. Dies zeigt sich dann auch in meiner ruhigen Art, die Sachlagen anzugehen. Das erweist sich dann in folgenden Auswirkungen wie Verschwiegenheit, Ruhe, Ermutigung zur Tat und zuversichtlichen Aktionen.
Und wie steht es denn mit der Sicherheit ? Diese Antwort gibt die folgende Aufstellung in kurzem Abriss –

- 1976: Mein Schlüsselerlebnis hatte ich als junger Maurerlehrling. Der damals neu eingeführte Schutzhelm rettete mich zweimal vor schweren Kopfverletzungen.
- 1980–1984 war ich sog. Unfallvertrauensmann in der Betriebssicherheit bei der deutschen Bundeswehr.
- 1985–1986 konnte ich als stellvertretender Schulsprecher an den Gewerblichen Schulen Bad Säckingens bei der Direktion wichtige Impulse in dieser Richtung ansprechen.
- 1988–1989 war ich als Ladehelfer (Studentenjob) bei der Deutschen Bundesbahn in Basel tätig. Über diese Zeit schrieb ich ein kleines Traktat zu «Theologie und Arbeit».

Professionelles Outsourcing von betrieblichen Sicherheitsmassnahmen

Nutzen Sie meinen interdisziplinären Ansatz:

Mit diesen Modulen, die Sie sich individuell zusammenstellen, sichern Sie sich eine erfolgreiche Sicherheitsstrategie für Ihr Unternehmen!

Module / Einsatzbereiche (meine Dienstleistungen)

Gefahrgut	Brand-schutz	Arbeits-sicherheit	Chemi-kalien	Safety Beauftragter	Instruktionen Audits Projekte Interims-dienste	
Gefahrgutkonzept	Brandschutz-konzept Evakuations-konzept	Arbeitssicher-heitskonzept Sicherheits-vereinbarung Fremdfirmen Gefahren-Portfolio Risikoanalyse	Spaltenmodell BIA Kurzbericht	Schwachstellen und Bedrohungs-analyse Risikoanalyse Sicherheits-management-system	Ausbildungs-konzept Bekanntheits-Uhr des Wissens	Konzepte
Externer Gefahrgut-beauftragter	SIBE Brandschutz	ASA	Chemikalien-Ansprech-person	Safety Manager	Quality Mitarbeiter Projektleiter Inhouse-Trainer	

- Ab 2000 begann meine heutige Haupttätigkeit mit der internen Abklärung eines Arbeitsunfalls mit Todesfolge. Dieser Vorfall führte mich bis zum Niveau «Leiter der Sicherheit und Ausbildung».

In den folgenden Jahren konnte ich mich aufgrund meiner Personenzertifizierungen in vielen nahen Bereichen wie dem betrieblichen Gesundheitsschutz oder dem Umweltschutz etablieren.

Mein Engagement für Sicherheit, meine ständige Weiterbildung in diesem Bereich wie auch die aktive Unterstützung meiner Arbeitsumgebung in den Bereichen Gesundheit, Sicherheit und Umweltschutz begann mit einem markanten Symbol der Sicherheit: dem Schutzhelm.

Inzwischen habe ich recht viele Studien und Kurse besucht, habe an manchen beruflichen Stationen auch vielfältige Situationen kennen lernen, was mich persönlich sehr vorwärts brachte. Nach so vielen Inputs entschloss ich mich vor gut zehn Jahren nun den Spiess umzudrehen.

Deshalb arbeite ich heute als Referent oder Dozent an Logistik-Schulen, als Trainer zu bestimmten Fachgebieten sowie als Moderator in Firmen im Inhouse-Bereich. In aller Regel läuft es darauf heraus, dass wir dabei zusammen «reinen Tisch machen» nach dem biblischen Sinne «Einer trage des anderen Last», verfahrene Situationen entschärfen, mutig angstbesetze Situationen angehen und Teams sowie deren Leader stärken.

Beispiele von erlebten Einsätzen

- Ein Lagerhausbetreiber möchte wissen welche Mengen dort eingelagert werden darf
- Ein Gefahrstofflager soll erweitert werden , die Stoffe mit gefährlichen Eigenschaften werden hierbei durch ungefährlichere ersetzt, die Menge der neuen Stoffen wird aber erheblich zunehmen.
- Nach einer Behördeninspektion benötigt ein Kunde Hilfestellung im Ablauf der Aktionen.
- Die Brandmeldeanlage eines Warenhauses ist ohne Sprinklerwarte – was ist in Kürze zu tun, steht doch eine Betriebsbesichtigung der Feuerpolizei an.
- Ein Terminal hat gerade eben die Bauphase abgeschlossen und es wurde nach diverse Konzeptionen zum Brandschutz und der Evakuierung nachgefragt – wer erstellt und schult diese?
- Diverse Kleinkunden aus verschiedenen Branchen benötigen einen externen Gefahrgutbeauftragten.
- Zwei Teams sind untereinander zerstritten und stellen einen hohen Stressfaktor in einem Mittelbetrieb dar – was ist wann und wie zu tun?
- Ein Garagenbetrieb hat diverse Chemikalien und benötigt eine Übersicht sowie eine kurze Einweisung des Chefs in das Chemikalienrecht.

Meine Dienstleistungen finden Sie auf meiner Homepage in einer Art Zeilenliste, die mit weiteren Informationen in Buttons hinterlegt sind.

In letzter Zeit bin ich relativ viel mit Ereignisabklärungen beschäftigt. Dabei wird der Incident wie es im Englischen heisst es als Zwischenfall betrachtet und der Accident als eigentlicher Unfall. Alles ist im Begriff Ereignis eingeschlossen. Von der Prävention herkommend über die tägliche Sicherheitsarbeit schliesst sich durch die Abklärung von Ereignissen und Betreuung des Personals im in der Folge Sinne des CARE mein Arbeitskreis.

Für die Kundschaft stellt sich die Frage –

Wollen Sie mich für einzelne Module beauftragen oder auch im Mandat über einen längeren Zeitraum mit einem gewissen Programm einsetzen?

GeSiUm
Gesundheit Sicherheit Umwelt

Kontakt

Telefon: +41 61 701 8715
Fax: +41 61 701 87 16
Mobile: +41 79 285 94 09
Email: e.kuepfer@gesium.ch
e.kuepfer@ek-group.info
eberhard.kuepfer@solnet.ch
Internet: www.gesium.ch

Es würde mich freuen, Ihnen oder Ihren Kollegen, Mitarbeitern dienlich sein zu können.

KAIZEN-Office live: Ideen für effiziente Arbeitsabläufe im Büro

In seinem Best-Practice-Office in Zug zeigt das KAIZEN Institute, wie optimierte Büro-Effizienz im Alltag aussieht.

Wer kennt das nicht: Sie haben eigentlich furchtbar viel zu erledigen und dennoch ertappen Sie sich dabei, wie Sie minutenlang gedankenverloren in die Luft starren. Sie können sich einfach nicht konzentrieren. Oder: Sie könnten an die Decke gehen! In wenigen Minuten müssen Sie eine Präsentation halten und der Beamer ist nicht dort, wo er hingehört. Ob als Führungskraft oder Prozessbegleiter, ob als Sachbearbeiter oder Mitarbeiter/-in im Sekretariat, jeder erlebt in seinem Büroalltag solche Situationen. Eigentlich sind es vermeintliche Kleinigkeiten, in der Summe jedoch blockieren sie uns und erschweren das Arbeitsleben in erheblichem Masse.

Kleine Kniffe, grosse Wirkung

Genau hier setzt KAIZEN an. KAIZEN ist der kontinuierliche Weg der Verbesserung. In über 25 Jahren hat das KAIZEN Institute Methoden entwickelt, mit denen unter anderem die Arbeitsprozesse im Büro optimiert werden können. Durch modernes Arbeitsplatz-Management, ansprechende Raumgestaltung und ausgeklügelte Abläufe von Arbeitsprozessen kann das Miteinander im Büroalltag effizienter gestaltet werden. Dies führt nachweislich zur einer deutlichen Steigerung der Produktivität und Qualität. Und: Die Zufriedenheit der Mitarbeiter steigt. Unternehmen, die KAIZEN im Bereich der Administration anwenden, berichten, dass ihre Mitarbeiter nun mehr Flexibilität haben. So könnten sie ihre Kreativität besser entfalten und ihre Potentiale besser ausschöpfen.

Büro-Effizienz zum Anfassen

Um Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Einblick in die Arbeitsweise und die Philosophie von KAIZEN zu geben, hat das KAIZEN Institute das KAIZEN-Office live ins Leben gerufen. KAIZEN-Office live ist Showroom, Versuchslabor und Best-Practice-Beispiel zugleich. In der Firmenzentrale in Zug schauen die Seminarteilnehmer den KAIZEN-Mitarbeitern während eines eintägigen Workshops über die Schulter und erleben «live», wie es sich in einem nach der KAIZEN-Philosophie optimierten, interaktiven Büro arbeitet.
Platzsparende Cockpit-Arbeitsplätze, Lounge-Zonen, Telearbeit, Teamtafeln, das Paten-Modell oder das KanBan-System für Büro- und Verbrauchsmaterial – Besucher haben bei einem Rundgang durch das Headquarter die Möglichkeit, sich Anregungen zu holen und sich die besten Ideen für den eigenen Büroalltag abzuschauen. Die KAIZEN-Mitarbeiter führen die Besucher durch ihr Office und erläutern im Live Seminar bewährte KAIZEN-Methoden wie die 5S-Kampagne für Raum und Effizienz. In einer abschliessenden Diskussionsrunde werden Erfahrungen ausgetauscht und Anregungen gesammelt, um ein eigenes Konzept für die maximale Büro-Effizienz zu entwickeln.

KAIZEN-Mitarbeiter führen die Seminarteilnehmer durch ihr Best-Practice-Büro.

Ein Büro ist mehr als ein Raum, in dem man seine Arbeit verrichtet.

Nehmen Sie teil an der eintägigen Veranstaltung in Zug und entdecken Sie durch KAIZEN-Office live neue Potentiale.

Weitere Informationen und Anmeldung unter www.ch.kaizen.com.

Ihre Ansprechpartnerin: Alice Gisi
Tel.: +41 41 725 42 81, college-ch@kaizen.com

KAIZEN® INSTITUTE

KAIZEN Institute Consulting Group Ltd.
Bahnhofplatz
6300 Zug

Tel.: +41 41 725 42 80
Fax: +41 41 725 42 89
ch@kaizen.com
www.ch.kaizen.com

Anzeigen

RAMADA Hotel Solothurn ** – Ihr Seminar- und Businesshotel**

Das Hotel im Herzen der barocken Solothurner Altstadt bietet Ihnen:

- 100 moderne & komfortabel eingerichtete Zimmer sowie Suiten
- 3 lichtdurchflutete Tagungsräume für bis zu 195 Personen
- kostenfreies WLAN im gesamten Hotel
- sonnige Aussenterrasse direkt an der Aare
- grosszügiger Wellnessbereich und Penthouse-Bar im 7. Stock

RAMADA SOLOTHURN

RAMADA Hotel Solothurn **
Schänzlistrasse 5
4500 Solothurn
Tel.: +41 (0)32 655 46 00
Fax: +41 (0)32 655 46 01
E-Mail: solothurn@ramada-treff.ch
www.ramada-treff.ch/solothurn

Nicht nur Unternehmer profitieren vom Kurs «Ich mache mich selbstständig!»

Ruth Salzmann nahm am Kurs «Ich mache mich selbstständig!» im Herbst 2010 teil, um neue Geschäftsideen für die Schreinerei von Hans-Jörg Salzmann in 5610 Wohlen/AG zu erhalten. Die Kursthemen wie Marketing, Führung, Internet etc. waren für sie besonders wertvoll. Die neu gewonnenen Erkenntnisse konnte sie gut und unkompliziert einsetzen. Die klare Ausrichtung der Schreinerei auf qualitativ hochstehende Umbauten (Innenausbau, Ersetzen und Auffrischen von Bodenbelägen, Renovationen und allgemeine Unterhaltsarbeiten) zahlen sich bereits aus. Vermehrt wird die vielseitige Arbeit auch von Liegenschaftsverwaltungen geschätzt, die den in die Jahre gekommenen Liegenschaften mal einen Rundum-Service gönnen und die Arbeiten des vielseitigen Allrounders Salzmann schätzen.

Der Kurs brachte Frau Salzmann auch wieder eine Auffrischung des betriebswirtschaftlichen Grundwissens und des Management. Sehr hilfreich war auch das Netzwerk von den zahlreichen Neuunternehmern und Geschäftsleuten von start-net. Hier werden zahlreiche, unabdingbare Praxiserfahrungen rasch und eins zu eins ausgetauscht.

Aber selbstverständlich auch Neuunternehmer:

Peter Wyss aus Rudolfstetten hat ebenfalls im November 2010 den Kurs «Ich mache mich selbstständig!» besucht. Peter Wyss bietet Finanzdienstleistungen im Bereich Buchhaltung und administrative Unterstützung für KMU an. Seine Firma **Arwan Beratungen AG**, die dem Kunden umfassende Back Office Dienstleistungen offeriert, ist an der Forchstrasse 33, 8032 Zürich domiziliert. Durch den Kurs hat er wertvolle und aktuelle Informationen für seine selbstständige Tätigkeit erhalten. Nebst den rechtlichen Aspekten, gab es viele hilfreiche Informationen über Organisationen und Institutionen welche bei dem Schritt in die Selbstständigkeit helfen. Nicht zu unterschätzen waren für Peter Wyss auch die wertvollen Kontakte zu anderen Selbstständigen und potentiellen Kunden, die am Kurs geknüpft werden konnten. Die Ausbildung empfiehlt Peter Wyss allen Personen, die sich ernsthaft mit dem Gedanken einer selbstständigen Tätigkeit oder der Gründung einer Unternehmung befassen.

Klaus Guyer

start-net gmbh
Rummelring 35
5610 Wohlen
Tel.: +41 (0)56 426 70 49
info@start-net.ch
www.start-net.ch

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 School of Management and Law	**www.zhaw.ch**
Zürcher Hochschule für Angewandete Wissenschaften ZHAW CAS Corporate Responsibility / Social Management	**www.zsr.zhaw.ch/crsm**
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

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

Zertifikatslehrgang (CAS) Corporate Responsibility/Social Management

Der systematische und strategische Umgang mit sozialen Themen erfordert neue Kompetenzen.

Steigende Marktanteile für Produkte aus fairem Handel Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Menschenrechtsverletzungen bei Zulieferbetrieben, faires Marketing oder Sozialsponsoring: Soziale Themen eröffnen für Unternehmen und Organisationen vielfältige Chancen, aber auch Gefahren. Anspruchsgruppen wie z.B. die Kundschaft, Investierende oder Mitarbeitende erwarten zunehmend, dass Unternehmen Soziale Verantwortung übernehmen – nicht nur von grossen Unternehmen, sondern auch von KMU.

Wie sollen Unternehmungen mit solchen Erwartungen umgehen? Wie lassen sich Chancen nutzen und Gefahren begrenzen? Welche Strategien im Umgang mit sozialen Themen sind Erfolg versprechend und welche Hilfsmittel stehen zur Verfügung? Die Beantwortung dieser Fragen benötigt neue Kompetenzen.

Lehrgang. Hier setzt ein bewährtes Weiterbildungsprogramm der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW an. Der Lehrgang vermittelt Grundlagen und Konzepte zur Sozialen Verantwortung von Unternehmen und zeigt auf, wie diese auf die konkreten Situationen von Unternehmen angewandt werden. Der Lehrgang behandelt sowohl wirtschaftliche wie auch führungsbezogene, gesellschaftspolitische und rechtliche Fragestellungen. Dabei wird viel Wert auf Praxisnähe, Beispiele aus Unternehmen und den aktiven Einbezug der Teilnehmenden gelegt. Soziale Verantwortung ist eine Querschnittsaufgabe mit Bezug zu vielen Funktionen. AbsolventInnen sind in der Lage, ein Projekt zur Umsetzung von Sozialer Verantwortung im Unternehmen zu koordinieren, die Entscheidungsträger zu beraten und die betroffenen Funktionen einzubeziehen.

Teilnehmende. Geeignet ist der Lehrgang für Personen, die

- sich in Richtung des Berufsfelds Corporate Responsibility weiterentwickeln möchten,
- bereits eine Funktion mit Bezug zur Sozialen Verantwortung wahrnehmen (z.B. Personalwesen, Umweltmanagement, Kommunikation, Beschaffung) und sich fundierte Grundlagen aneignen möchten,
- in ihrer beruflichen Aufgabe mit dem Management sozialer Themen durch Unternehmen konfrontiert sind (z. B. als AuditorIn, AnalystIn, FundraiserIn, NGOKampagnenleiterIn).

Zertifikat. Der Lehrgang schliesst mit dem «Certificate of Advanced Studies in Corporate Responsibility and Social Management» der ZHAW ab. Die Studienleistung entspricht 12 ECTS-Punkten. Ein Anschluss an verschiedene Masterprogramme ist möglich. Ein beratendes Gespräch mit der Studienleitung ist empfehlenswert.

Ort und Dauer. Der Präsenzunterricht findet während 15 Kurstagen ab Ende August 2011 jeweils freitags an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW in Winterthur statt.

zh aw School of Management and Law

Informationen und Kontakt
Für Informationen und Anmeldung steht die Website www.zsr.zhaw.ch/crsm zur Verfügung.
Fragen beantworten gerne
Frau Tanja Flisch vom Weiterbildungssekretariat, Tel. 058 934 79 79,
info-weiterbildung.sml@zhaw.ch und
Herr Herbert Winistörfer, Studienleiter,
Tel. 058 934 76 75, winh@zhaw.ch.

Alles rund um die Wolle

Filzausstellung Kunstwerk Wolle 8. –10. Sept. 2011

31. Schafschur «Vom Schafschur zum Kleidungsstück», Samstag, 22. Oktober 2011, 09.00–17.00 Uhr
Geheizte Festwirtschaft; Hütehunde-Vorführungen

Mit unserem breiten Angebot sind wir das ganze Jahr für Sie da: Kardwolle in verschiedensten Qualitäten führen wir in über 300 Farben.

In allen Fragen rund um Schafschurwollduvets und Naturbettsysteme können wir Sie kompetent und individuell bedienen. Unser Sortiment umfasst zudem Handwebteppiche, Krippenfiguren und Felltiere, Flortiere mit Kirschenstein-Säcklein, Wollfinken und Wollbekleidung, Naturprodukte, Material für die Kerzen- und Seifenherstellung.

Neu: Merinowoll-Fleece Jacken und Westen in anthrazit und braun

Erleben Sie, in Gruppen oder privat, in unserer Schaukarderei den Weg vom Schaf zur Wolle: Auf Anmeldung bieten wir Führungen durch unseren Betrieb, in welchem nebst Skudden-, Walliser Landschafe, Spiegelschafe, Zackelschafe, Jakobsschafe, Mohairziegen, dem Hütehund auch Kamele, Surialpakas und Lamas gehalten werden. Verpflegungsmöglichkeiten im gemütlichen Bistro auf Voranmeldung) sind vorhanden.

In Tages- und Ferienkursen erleben und erlernen Sie die alten und wieder hochaktuellen Handwerke wie spinnen, weben und filzen. Tausende von Besuchern dürfen wir jeweils an der jährlichen Schafschur im Oktober begrüssen.
Unser Betrieb ist täglich von Montag bis Samstag geöffnet. Auf zahlreichen Märkten in der näheren und weiteren Region präsentieren wir unser Angebot. Wir heissen Sie herzlich willkommen! Weitere Informationen unter www.kamele.ch

Öffnungszeiten:
Mo–Fr 8.00–12.00
13.30–18.00
Sa 8.00–16.00

Spycher-Handwerk

Schaukarderei
4953 Huttwil
Tel. 062 962 11 52
www.kamele.ch

Wir führen ein grosses Sortiment:

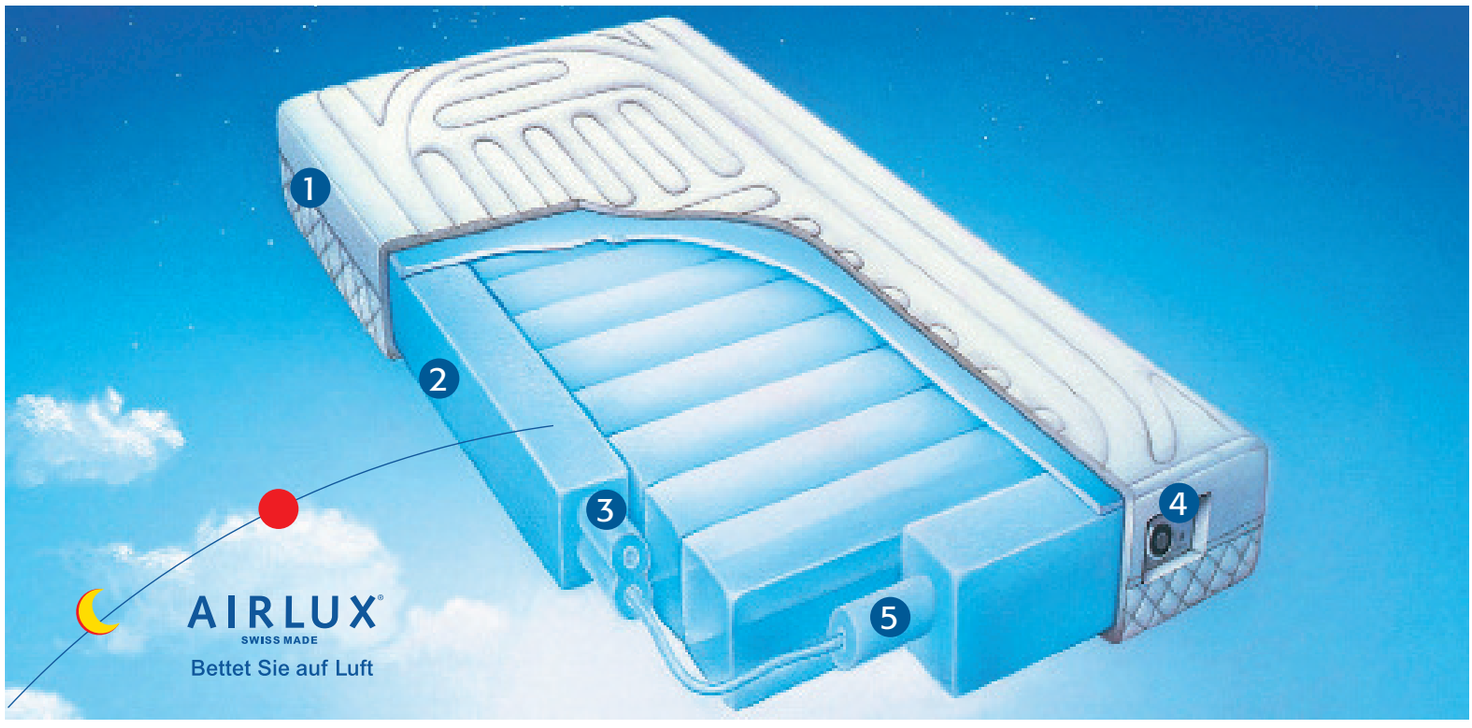
Schurwollbettwaren • Naturbetten
Strick- und Filzwolle • Handkarden
Spinnräder • Webstühle
Fachliteratur • Naturstoffe, Seide usw.
Alles zum Klöppeln • Kerzenherstellung
Seifenherstellung • Farben, Formen
Essenzen, Dochte • Felle und Fellwaren
Flortierli mit Kirschensteinen

Wir freuen uns auf Ihren Besuch
Gerne 100% WIR

Schaukarderei für Gruppen und Vereine mit Verpflegungsmöglichkeit. Bitte Voranmeldung, Danke. Tel. 062 962 11 52 • info@spycher-handwerk • www.spycher-handwerk.ch

Schurwollbettcenter
z. B. Duvet nordisch ab Fr. 190.– • Bettauflage 90x200 nur Fr. 120.–
Kopfkissen 65x100 Fr. 85.– • Alles mit reiner Schurwolle
Massivholzbetten in verschiedenen Hölzern und mit gesundem Bettinhalt. Kommen Sie Probeliegen wir beraten Sie gerne!

Schlafen auf Luft
Guter Schlaf heisst Lebensqualität



AIRLUX®-Luftschlafsystem mit isolierender Auflage 1, Schaumstoffrahmen 2, weichem Pumpenkörper 3, Druckregler 4 und Luft-Reservoir 5.

Schlafunterlagen mit Luft ermöglichen vielen Menschen wieder schmerzfreies, erholsames Schlafen. Dies zählt, denn gute Schlafqualität heisst auch gute Lebensqualität.

Ein ganzes Drittel unseres Lebens verbringen wir im Schlaf – Grund genug, ein Schlafsystem zu wählen, das unseren individuellen Bedürfnissen am besten gerecht wird. Zwei Faktoren sind dabei entscheidend: das Klima eines Bettsystems und die Ergonomie.
Wärme- und Feuchtigkeitshaushalt eines Bettsystems lassen sich über dessen Material und die Kontakttextilien steuern. Hochwertige Schlafsysteme setzen dabei vermehrt auf Seide- und Kapokfasern, die sich sehr gut mit Baumwolle, Schurwolle und synthetischen Fasern kombinieren lassen.
Eine gute ergonomische Schlafunterlage muss exponierte Körperpartien wie Schulter oder Hüfte so entlasten können, dass kein Druck ausgeübt wird.

Der Körper muss immer in seiner natürlichen Form stabilisiert und der Druck gleichmässig auf die ganze Aufliegefläche verteilt werden, welche Schlafposition wir auch immer einnehmen. Optimieren wir die Schlafqualität, optimieren wir auch die Lebensqualität!

Nur zwei Medien können aufgrund ihrer physikalischen Eigenschaften eine gleichmässige Druckverteilung ermöglichen: Wasser und Luft. Bei weniger dynamischen Materialien wie Schaumstoff und Metallfedern müssen Kompromisse eingegangen werden. Luftschlafsysteme benötigen im Gegensatz zu Wasserbetten keine Heizung und sind in der Handhabung wesentlich angenehmer. Zudem leitet Luft keine Bewegungsenergie weiter und lässt den Partner deshalb nicht jede Bewegung mitspüren. AIRLUX® ist das einzige Luftschlafsystem mit integriertem Druckausgleich ohne Motor und Strom.

AIRLUX® Luftschlafsysteme können individuell eingestellt werden, um eine optimale Anpassung an den Körper zu erreichen. So entstehen weniger schmerzhafte Druckflächen. Durch die Unterstützung können sich die Rückenmuskeln entspannen, die Bandscheiben werden entlastet. Speziell bei orthopädischen Krankheiten wie degenerativen Wirbelsäulenerkrankungen und Hüftarthrosen werden damit Schlafdauer und -qualität verbessert.

Dass auch renommierte Reha Kliniken auf AIRLUX® Luftschlafsysteme setzen, zeigt: Ein gesunder Schlaf ist eine tragende Säule in der Rehabilitation.

AIRLUX® gewährt Ihnen beim Kauf eine Erfolgsgarantie: Sie gewinnen mit dem neuen Bett Lebensqualität – oder Sie erhalten Ihr Geld zurück. *Roman Würmli*

Bezugsquellen
AIRLUX Land of Sleeping
3011 Bern, Gerechtigkeitsgasse 55,
Tel. 043 5000 222
4052 Basel, Dufourstrasse 9,
Tel. 043 5000 221
8180 Bülach, Schützenmattstrasse 30,
Tel. 043 5000 200
1870 Monthey, Avenue du Simplon 23,
Tel. 021 533 28 28
Weitere Infos auf **www.airlux.ch**

Leidenschaft als Erfolgsrezept

Kleines Bijou abseits von Verkehr und Hektik

Edith Rünzi heisst Sie herzlich Willkommen!

Mitten im Park des Kurgebietes Bad Schinznach, erwartet Sie das gemütliche Restaurant Bad-Stübli. VERWÖHNEN wird hier gross geschrieben! Gepflegte, originelle Lokalitäten vermitteln den Gästen von nah und fern das Gefühl, hier «zuhause zu sein».

Pure Lebensfreude bietet der traumhafte Sommergarten mit altem, schattenspendendem Baumbestand und lädt Gross und Klein bei schönem Wetter zum Verweilen ein. Seit achtzehn Jahren ist Edith Rünzi hier Pächterin und hat mit viel Liebe zum Detail aus dem ehemaligen kleinen Beizli des Kurhotels ein bekanntes Speiselokal geschaffen. Als Quereinsteigerin vom Direktionssekretariat einer Schweizer Bank ins Metier der Gastronomie lebt Edith Rünzi heute mit innovativen und freundlichen Mitarbeitern ihre Gastgeberinnenrolle leidenschaftlich aus.

Die pfiffige Speisekarte präsentiert gluschtige Hausspezialitäten wie «Falschi Schnägge im Pfännli», die überregional bekannten Bad-Stübli-Egli und klassische Gerichte. Von der bodenständigen Rauchwurst bis zum Feinschmeckermenü (Château-Briand ist der Top-Seller!) findet der Gast für jedes Budget etwas Passendes.

Zusätzlich stehen an Werktagen sechs Menüs auf dem Speiseplan – dies umsomehr sich das Gästeverhalten, sowie die gesamte Gastronomie-Szene in den vergangenen Jahren sehr verändert hat. Der Gast will mittags schnell und gut bedient werden und vor allem möchte er auch gut essen. Mit stets neuen Ideen aus Küche und Keller werden die treuen Gäste von jeglicher Couleur immer wieder aufs Neue überrascht. Die kulinarischen Ausflüge nach Italien, Frankreich, Oesterreich, ins Bündnerland, Tessin oder die gemütlichen Emmentaler Wochen samt dazu passender, liebevoll gestalteter Dekoration werden sehr geschätzt. Ab September ergänzen herrliche Wildspezialitäten aus einheimischer Jagd das vielseitige Angebot.

Duett vom Flusskrebs und Riesencrevetten an Senf-Dill-Schaum mit Trockenreis

Hausgemachtes Spicy-Ice Brombeer-Chili und Prosecco-Litchi

Im Keller lagern ausgesuchte Weine – einige davon sind auch by Glas erhältlich, denn zu einem guten Essen gehört auch ein guter Tropfen flüssiger Sonne, meint die engagierte Gastgeberin. «Wir wollen weder Gourmettempel noch Snackcafé sein» – das Restaurant Bad-Stübli ist die ideale Adresse für Geniesser, die eine gemütliche Atmosphäre schätzen und wenn am Ende ein «Danke, wir kommen gerne wieder» von den zufriedenen Gästen zu hören ist, bedeutet dies Motivation für das ganze 15-köpfige Team.

Nicht zu vergessen ist die wunderschöne Aarelandschaft, die zum Wandern oder zu einer gemütlichen Velotour geradezu einlädt. Die vor der Tür liegenden Freizeitmöglichkeiten wie Golf, Pitch & Putt (Kurzgolfanlage für Jedermann), Tennis und Thermalbad «Aquarena», ab Oktober mit Hamam und neuem Wellnessbereich, sind zusätzliche Ressourcen, die einen kurzweiligen Aufenthalt in dieser kleinen Oase versprechen. Kein Ruhetag – geöffnet von 10.00 bis 23.30 Uhr. Kinderspielplatz! Rollstuhlgängig.

Restaurant Bad-Stübli
5116 Schinznach-Bad, 056 443 24 43
www.bad-stuebli.ch / mail@bad-stuebli.ch

PARADIES HOTEL
ROTSCHUO

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

Hier verbinden sich Arbeit und Vergnügen

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

Ihr Gastgeber am Vierwaldstättersee

Paradies Hotel Rotschuo
Seestrasse 159, 6442 Gersau

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

Seminarpauschalen ab CHF 85.-- pro Person

Hotel Post – Gepflegte Gastlichkeit im Herzen der Innerschweiz

Das Hotel mit Charme gibt Ihnen ein Gefühl von «Zu-Hause-sein».

Unser kleines heimeliges Haus liegt mitten im schönen Dörfchen Emmetten 700m über dem Vierwaldstättersee.
Es bietet eine ideale Kulisse um kleine Seminare, Schulungen und Kurse abzuhalten. Für Gruppen bis 15 Personen sind unsere Räumlichkeiten ideal, aber auch grössere Sitzungen sind möglich. Unsere Räume sind mit Leinwand, Hellraumprojektor und Flipchart ausgestattet.

Das Nützliche mit dem Angenehmen verbinden…
Was wünscht man sich mehr, als beim Eintreffen am Morgen mit Kaffee und Gipfeli begrüsst zu werden, in den Pausen die herrliche Bergwelt zu betrachten und einen Moment abzuschalten, bevor es weiter geht. Mittags etwas Leichtes essen, damit man auch Nachmittags fit bleibt, um Neues aufzunehmen.

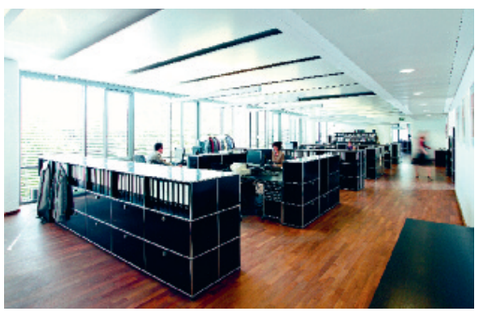
Hotel Post
Dorfstrasse 33
6376 Emmetten
Tel.: 041 620 13 51
Fax: 041 620 49 32
conny-wuersch@gmx.ch

Anzeigen

Hotel
Speiserestaurant
Post
6376 Emmetten
Cornelia Würsch
Telefon 041 620 13 51 ▪ www.hotel-post.ch ▪ Montag Ruhetag

Zufriedenheit lässt sich einrichten

Waldis gestaltet Begegnungszonen
Das Wohlbefinden der Kunden liegt Waldis Büro und Wohnen AG aus Luzern am Herzen. Deshalb gehört es zum Bestreben, einem Raum eine Identität zu verleihen und mit gut gewählter Möblierung ein hohes Mass an funktionellem Design zu erreichen. Waldis bündelt Erfahrung und Kompetenz, um mit Leidenschaft und Freude zu den Besten zu gehören.



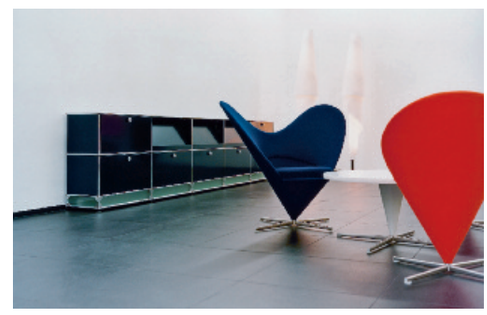
Die Erfahrung mit Räumen und mehr
Sämtliche Objekt-Lösungen zeugen von Qualität, die Vertrauen schafft und Identifikation bewirkt. Für das Gruppenbüro wie für den Einzelplatz, für den Aufenthaltsraum wie für die Lounge. «Wir bieten alles, was es zum Wohlfühlen braucht», so CEO Patrick Waldis.

Im Wandel der Stile und Jahre
So individuell wie die Kundenwünsche sind, so vielfältig ist inzwischen die Kollektion von Waldis Büro und Wohnen AG. Produkte namhafter Hersteller ermöglichen eine breite Auswahl. «Bei der Auswahl legen wir grössten Wert auf hochwertige Verarbeitung, hohe Funktionalität, beste Ergonomie und zeitloses Design», so Patrick Waldis.

Der Mensch als Mittelpunkt
Das Büro wird zum Marktplatz des Wissens. Es dient der Kommunikation, dem Teamwork – es soll jedoch gleichzeitig Rückzugsmöglichkeiten für die konzentrierte Einzelarbeit bieten. Im Einrichtungskonzept von Waldis wird solchen Bedürfnissen Rechnung getragen.

Ihre Wünsche sind in guten Händen
Am Anfang steht der Wunsch. Die Vorstellung. Das Bedürfnis. Waldis Büro und Wohnen AG nimmt Ihre Ideen auf und begleitet sie von Beginn weg. «Es geht dabei um weit mehr als einen Tisch und Stuhl effektvoll zu platzieren. Wir befassen uns mit künftigen Arbeitsprozessen, Kommunikationsflüssen und Raumstrukturen» bemerkt Patrick Waldis zum Schluss.

Gut eingerichtete und inszenierte Räume wirken anziehend. Im Aufenthaltsraum, der Lounge, dem Konferenzzimmer oder am Arbeitsplatz. Die erreichte Zufriedenheit wird spürbar bei Kunden und Mitarbeitern. Waldis Büro und Wohnen AG, Luzern, überzeugt dazu mit ihrer ganze Erfahrung und Leidenschaft.



Waldis Büro und Wohnen AG
Büro/Objekt: Zürichstrasse 43, Wohnen: Schweizerhofquai 5, 6004 Luzern, T 041 417 30 30, info@waldis-ag.ch, www.waldis-ag.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
k-webs GmbH	Webdesign, Internet Consulting
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
VTF Treuhand	Treuhand
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

Action, Erholung oder Beides

Hier erlebt man Wasserspass total. Das Alpamare in Pfäffikon ist an 365 Tagen geöffnet. Wer den coolen Adrenalin-Kick sucht, saust durch die 10 Röhren auf 1500 Meter Länge. Das Wellenbad ist der Renner für Jung und Alt und im Rio Mare lässt man sich von der Strömung treiben. Erholung und Entspannung findet man in der 36°C warmen Jod-Sole-Therme oder bei einer unseren vielseitigen Massagen und Behandlungen.

Täglich offen

Montag – Donnerstag:	10.00 – 22.00 Uhr
Freitag + Samstag:	10.00 – 23.00 Uhr
Sonntag:	10.00 – 21.00 Uhr

Informationen

Alpamare
Gwattstrasse 12
8808 Pfäffikon
Tel. 055 415 15 15
Fax. 055 415 15 10
alpamare@alpamare.ch, www.alpamare.ch

Anzeigen

HOTELCARD®
SWITZERLAND

Mehr als 350’000 Hotelzimmer zum 1/2 Preis

Dank dem KMU-Verband erhalten Sie Ihre persönliche HOTELCARD zum Spezialpreis von CHF 65.- statt CHF 95.-

www.hotelcard.com/kmuverband

Ein starker Auftritt verlangt ein starkes Outfit – Stilsicherheit in Beruf und Öffentlichkeit

Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck! Ihre Fachkompetenz und Ihre Erscheinung sind Ihr Potential im Berufsalltag und bei offiziellen Anlässen. Wenn Sie sich bei der Wahl Ihrer Geschäftskleidung an gewissen Anhaltspunkten orientieren und sich den Gepflogenheiten Ihrer Branche anpassen wirken Sie vertrauenswürdig, überzeugend und kompetent.

Business-Dresscode für sie

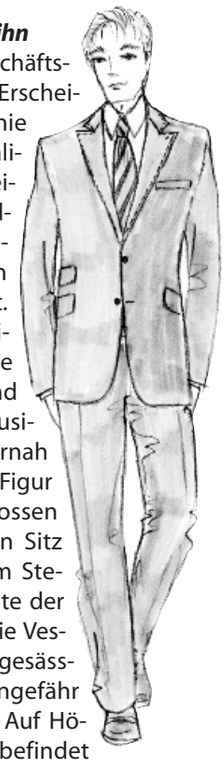
Wählen Sie für Ihre Kleidung hochwertige Qualität in Material und Verarbeitung. Leicht figurbetonte Kostüme in klassisch-sportlichem Stil strahlen Eleganz und Autorität aus. Achten Sie unbedingt darauf, dass der Rocksaum entweder einige Zentimeter unter- oder oberhalb der stärksten Stelle der Wade endet. Ideal für die Geschäftskleidung ist die knieumspielende Rocklänge. Transparente Strümpfe gehören auch bei warmen Temperaturen zum gepflegten Outfit. In Hosenanzügen, ebenfalls in klassisch-sportlicher Form, wirken Sie besonders dynamisch. Schenken Sie dabei der Passform und der Hosenlänge besondere Aufmerksamkeit. Die perfekte Hosenlänge richtet sich nach der Körpergrösse sowie der Weite des Hosenbeins. Bei der Ärmellänge gilt zu beachten, dass der Abschluss nicht über die Handwurzel hinausreicht. Körpernah geschnittene Jacken, die taillenkurz oder eine Handbreite oberhalb des Knies enden, bestechen durch ihre Eleganz. Weitere Anhaltspunkte für optimale Proportionen sind die Linienführung und die Musterung. Entscheiden Sie sich für uni oder dezent gemusterte Stoffe in dunkleren Grund- oder Buntfarben. Sie betonen damit Ihre Seriosität.

No goes beim Business-Look für sie

Damit Sie nicht Gefahr laufen im beruflichen Umfeld durch ein unvorteilhaftes Outfit an Glaubwürdigkeit einzubüssen, sollten Sie folgende Fauxpas vermeiden:

- Zu enge und körperbetonte Kleidung
- Ausgebeulte oder fusselige Stricksachen
- Abzeichnen oder Durchschimmern der Unterwäsche
- Überbetonung von Schmuck
- Weisse Hosen
- Blickdichte Strümpfe zu eleganten Schuhen
- Auffällige Details an Schuhen
- Hochhackige oder offene Schuhe
- Transparente Kleidungsstücke
- Nackte Schultern und tiefe Ausschnitte

Business-Dresscode für ihn



Auch der gepflegte Geschäftsmann definiert sein Erscheinungsbild in erster Linie über einen hohen Qualitätsstandard. Mit Kleidung in dunklen Grundfarben setzen Sie Akzente und unterstreichen Ihre natürliche Autorität. Kombinieren Sie maximal drei unterschiedliche Farben für Anzug, Hemd und Krawatte. Der Business-Anzug wird körpernah getragen, sofern es die Figur erlaubt. Legen Sie grossen Wert auf den perfekten Sitz Ihres Vestons. Weder im Stehen noch im Sitzen sollte der Anzug Falten werfen. Die Vestonlänge sollte immer gesässbedeckend sein und ungefähr auf Schritthöhe enden. Auf Höhe des Handgelenkes befindet sich der korrekte Ärmelabschluss. Dabei ist zu beachten, dass von der Hemdmanschette 1–2 Zentimeter sichtbar bleiben. Unterstützt wird Ihre gepflegte Erscheinung mit einem Hemd in hellerem Farbton. Die Weste wird körperanliegend, den Hosenbund überdeckend getragen. Der unterste Knopf wird nicht geschlossen. Die richtige Hosenlänge reicht hinten bis zum Schuhabsatz und bildet vorne einen Knick. Aufschläge verkürzen optisch Ihre Körpergrösse. Für den zeitlosen Anzug bieten sich gerade Schnitte oder leichte Bundfalten an. Als Kriterium für die Krawattenwahl gilt: je dunkler und je dezenter gemustert, umso autoritärer ist die Wirkung. Der Streifenverlauf von unten links nach oben rechts (für den Betrachter) begünstigt den Blickfluss. Krawatte und Einstecktuch weisen nie dieselbe Musterung auf und die Krawattenspitze reicht bis zur Gürtelschnalle.

No goes beim Business-Look für ihn

- Verwaschene Jeans
- Ungepflegte und offene Schuhe
- Abgetretene Absätze
- Knitterfalten
- Kurzarmhemden mit oder ohne Krawatte
- Sichtbare Brust- und Nackenhaare
- Weisse, graue und bunte Schuhe und Socken
- Auffällige Musterungen
- Grobe Stoffstrukturen
- Abgenutzte Kragen und Manschetten
- Farbabweichung von Gurt und Schuhen

Seien Sie sich der Wirkung Ihrer Kleidung bewusst und unterstreichen Sie damit Ihre berufliche Kompetenz und Persönlichkeit. Der typgerechte Kleidungsstil und das daraus resultierende Wohlgefühl lassen Sie selbstsicher und authentisch wirken. Sie werden *wahr-genommen*. Bestimmend für den professionellen Auftritt ist nebst Schnitt- und Stilkriterien auch die korrekte Farbwahl. Eine fundierte Analyse durch eine qualifizierte Farb- und Stilberaterin SIF gibt Ihnen Aufschluss über Ihre persönliche Farbpalette und Stilrichtung und eröffnet neue Möglichkeiten für den langfristigen Aufbau einer vielseitig kombinierbaren Garderobe. Machen Sie sich die Erfahrung und das Fachwissen der StylistInnen zunutze und verschaffen Sie sich unter

www.farbstil.ch oder Telefon 031 972 50 13

einen Überblick über das Beratungsangebot in Ihrer Umgebung.

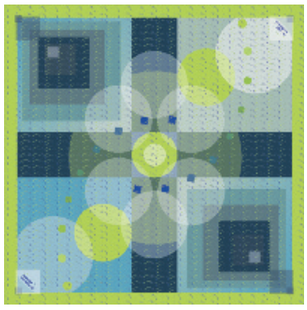
Quelle: Schulungsunterlagen KOLORISTIKA GmbH, Bern

Therese Hänni, Präsidentin SIF

sif
Schweiz. Informations- und Fachstelle für Farbe, Stil & Image
Sekretariat SIF, Chaumontweg 20, CH-3095 Spiegel b. Bern
Fon 031 972 50 13, Fax 031 971 14 01, info@farbstil.ch, www.farbstil.ch

Corporate Fashion stärkt den Markenauftritt

Corporate Fashion hat sich in den letzten Jahren als fester Bestandteil in Marketingstrategien etabliert. Um sich von der heutigen Menge an Information abzuheben, sind Firmen gefordert, Konzepte zu entwickeln, die eine klare und gut ein prägbare Kommunikation zum Kunden ermöglichen. Corporate Fashion ist diesbezüglich ein ideales Instrument, auf visuellem Weg die Unternehmenswerte durch stolze MitarbeiterInnen zu vermitteln.



1

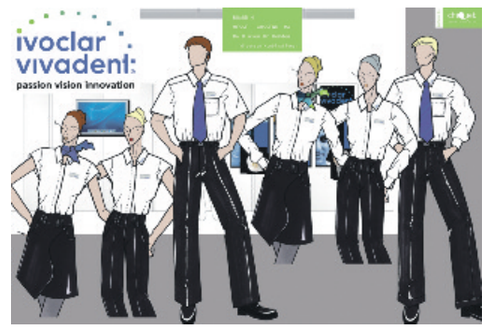
chiQuet CORPORATE FASHION DESIGN beratet Unternehmen bei der Umsetzung ihrer Corporate Identity in zeitgemässe und individuelle Corporate Fashion. Die Firmengründerin Sophie Chiquet hat langjährige Erfahrung in der Modebranche gesammelt. In Paris zur Modedesignerin ausgebildet, übte sie dort (Dior/Hermès) sowie in München (Escada/Laurèl) und Zürich (fabric Frontline) ihr Metier aus. Sie spezialisierte sich auf Corporate Fashion und gründete vor über 10 Jahren ihr Unternehmen in Zürich. Für die Entwicklung von Corporate Fashion Konzepten bietet chiQuet CFD Know How in den Bereichen:
Businesswear, Gastrowear / Hotel Fashion, Workwear, Sportswear, Accessoires und Logisitk an.
Um die Präsenz einer Marke über die Bekleidung zu stärken, sind Stil, Schnitt, Farbgebung und Stoffwahl ausschlaggebend. chiQuet CFD legt besonderen Wert auf die kreative und stilvolle Umsetzung dieser Kriterien, was in ihrem Firmentitel mit dem Wort Design unterstrichen wird. Philosophie, Logo, Produkt und Funktion eines Unternehmens werden im Design innovativ, individuell und ästhetisch ansprechend dargestellt. Design integriert Kontinuität, Trendbewusstsein und Zeitgeist bei gleichzeitiger Sichtbarmachung des Markenprofils und Sicherstellung einer hohen Funktionalität. Die Grundprinzipien von chiQuet CFD sind individuelle Beratung, Einbeziehung der Kundenwünsche, exklusives und kreatives Design sowie termingerechte Lieferung. Der Slogan von chiQuet CFD **«we turn your corporate values into corporate fashion!»** ist also gleichsam Programm. (Bild1)

Fallbeispiel: Ivoclar Vivadent Corporate Fashion Design Collection für einen weltweit einheitlichen Messeauftritt

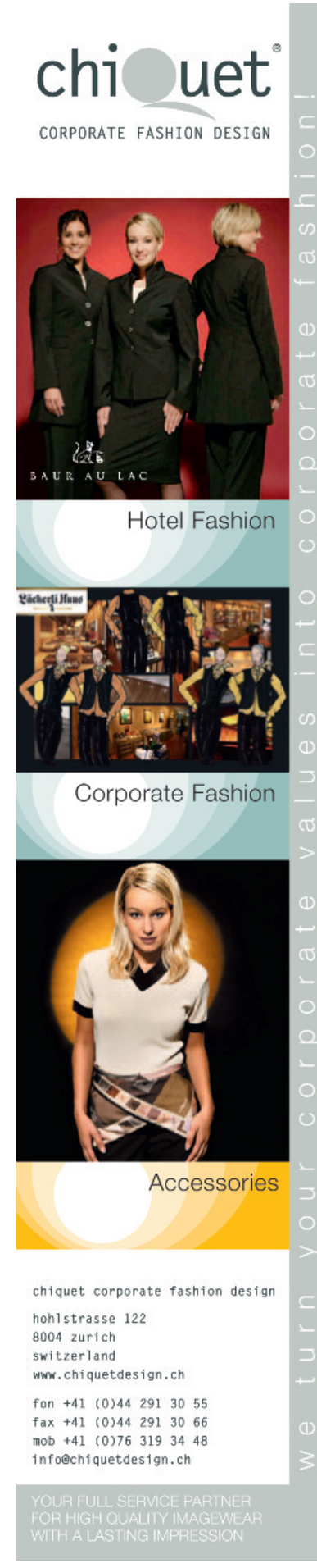
Bei der Kreation dieser Kollektion ging die breite Erfahrung der chiQuet CFD weit über das Übertragen eines visuellen Auftritts auf Stoff hinaus (s. Bild 1 Foulard). So ist der chiQuet CFD sehr bewusst, dass die Kleider von MitarbeiterInnen getragen werden, die sich darin wohlfühlen wollen (s.Bild 2–4). Bei der Entwicklung von Anzügen für Damen und Herren wird daher neben der Berücksichtigung von Trends auch auf Tragbarkeit, Komfort, Funktionalität und pflegeleichte, strapazierfähige Materialien Wert gelegt. Auch ein Nachbestellservice und ein Logistikkonzept wurden für dieses Projekt ausgearbeitet.

2

3



4



Weine und Reben im Kanton Solothurn

«Weine und Reben im Kanton Solothurn» ist ein Inventar zum Weinbau im Kanton Solothurn, das die Gemeinden mit Rebbergen aufführt.

Neben Dornach und den Gemeinden im Leimental, neben Erlinsbach, Lostorf und Grenchen sind das Gemeinden wie Bärschwil, Halten, Starrkirch-Wil, Bettlach oder Oensingen.

Beschrieben wird, welche Winzer welche Traubensorten auf welcher Fläche anbauen. Knapp hundert Bilder dokumentieren den Weinbau im Kanton. Hinweise auf den Einfluss der Jahreszeiten, Rebkrankheiten, Kellerarbeiten und vieles mehr runden das Werk ab. Wer den Kanton Solothurn aus einem bislang unbekannten Blickwinkel kennen lernen will, macht das am besten bei einem Glas Wein und dem Lesen dieses Buchs.

Dr. Manfred Küng
Weinbauer und Rechtsanwalt
Weine und Reben im Kanton Solothurn
Q Verlag, ISBN 978-3-905830-09-5
100 Seiten brosch.
CHF 47.– in der Buchhandlung

Anzeigen

Weniger Kosten - mehr Effizienz!

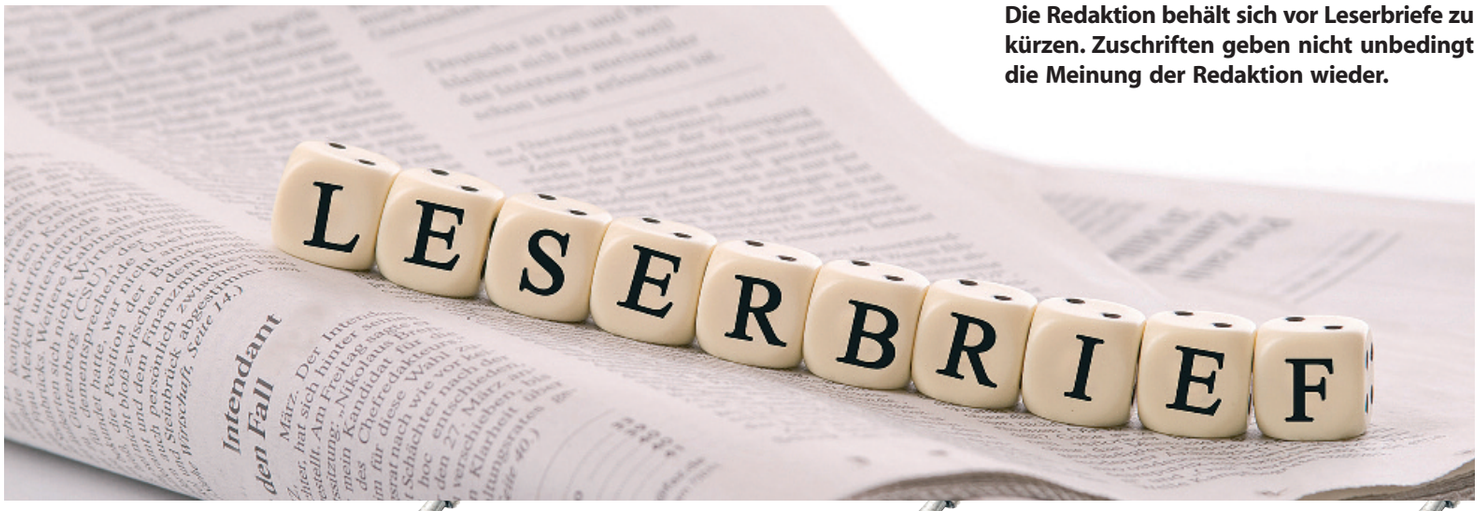
Haben Sie als erfahrener Geschäftsmann alle Kosten in Ihrem Betrieb optimiert? Wirklich alle? Wir, Partner des Schweizerischen KMU Verbandes, beraten Sie gerne umfassend über Ihre Telekommunikationskosten.

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

TalkTalk

www.talktalk.ch

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



Die Schweiz muss ein selbständiger, unabhängiger und neutraler Staat bleiben! (Vorbild für andere Staaten)

Die Schweiz zeichnet sich aus durch hoch entwickelte Produkte. Sie ist innovativ, bringt laufend Neu-Entwicklungen auf den Markt und hat hoch qualifizierte Firmen und Mitarbeiter

- Maschinen Industrie, Präzisionsmaschinen etc…
- Pharma Industrie, Forschung von neuen Medikamenten
- Hochqualifizierte Mitarbeiter/innen im Dienstleistungsbereich
- Tourismus, Industrie, Hotels, Restaurants, Bahnen, etc…
- Hochwertige Landwirtschaft, Lebensmittelproduktionen
- Schweizer Qualitäten von Präzisionsuhren und Schmuck

Die Schweizer Wirtschaft besteht zu 90% aus KMU-Firmen, die von einem Unternehmer geführt werden. Die bilden die meisten Arbeitsplätze in der Schweiz. 10% sind Grossfirmen, die weltweit tätig und Global vernetzt sind und werden meistens von Ausländer-Managern geführt. Denen ist egal, was mit der Schweiz passiert, wichtig ist Wachstum und einstecken von Bonus-Zahlungen um jeden Preis. Firmen und Politiker, die einen EU-Beitritt unterstützen, sind nicht ehrlich und informieren nicht seriös. Nachteile EU-Mitgliedschaft:

- Höhere MWSt. von 7,6% auf 19%
- Anpassung von Bankzinsen für Hypotheken und Kredite
- Höhere Steuern
- Mehr Einwanderungen in die Schweiz durch EU-Bürger
- Verdrängungskampf von Arbeitsplätzen und Lohndumping
- Weitere Belastungen unserer Sozialwerke, Wohnungsbau und Infrastrukturen

Viele Politikerinnen und Politiker, die einen EU-Beitritt befürworten, sehen sich schon als Abgeordnete in Brüssel!

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 sollte die «Solar-Energie» und «Gas-Kraftwerke» gefördert werden.

Die Milliarden, die vorgesehen sind für neue oder zum Ausbau bestimmter «AKWs» wären wesentlich besser investiert als Subventionsbeiträge an Hausbesitzer, die bereit wären, Solaranlagen auf ihre Dächer zu montieren und ihre Häuser isolieren lassen würden.

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

Ausbau des Gotthard-Strassentunnels: Zweite Röhre!

Wie naiv muss man als Politiker sein, um nicht längst zu erkennen, wie dringend dieser Tunnel gebaut werden muss. Es ist ganz klar, dass jetzt Handlungsbedarf besteht und zwar schnell, sonst passiert wieder nichts. Sollte wirklich über 3 Jahre der Gotthard-Tunnel geschlossen werden, um Renovationen und Sicherheits-Verbesserungen einzubauen, dann haben wir im Urner- und Bündnerland das komplette Chaos! Herr NR Ulrich Giezendanner hat «Klartext» gesprochen, dass die Bahn durch den Gotthardtunnel nur ein kleiner Teil von PW's befördern kann. Und dieser Transport wäre vermutlich nicht gratis! (s. Lötschbergtunnel). Auch weitere Probleme hat Herr Giezendanner klar hervorgebracht und es wäre an der Zeit, endlich auf einen erfahrenen und kompetenten Politiker zu hören, der seit Jahren in der Verkehrskommission mitarbeitet. Wenn man bedenkt, der Seelisbergtunnel mit seiner Länge von 9,2 km und 2 richtungsgetrennte Röhren à je 2 Spuren, was der optimalen Sicherheit entspricht. Und beim Gotthardtunnel, mit seinen 16,8 km, einspurig und mit Gegenverkehr, was seit Jahren ein Nadelöhr ist und dadurch eine Katastrophengefahr darstellt. Wir hatten vor einigen Jahren Tote und Verletzte zu beklagen bei einem schrecklichen Unfall und hoffen, dass sich so etwas nicht wiederholen wird. Ich bin überzeugt, dass das Volk einer zweiten Röhre zustimmen wird, denn auch das Urnervolk hat längst die Nase voll von den ewigen Staus! Hätten wir einen Bundesrat mit Weitsicht und Zivilcourage, wäre längst in dieser Richtung etwas geschehen. Als Umweltminister sollte **die Sicherheit** sein grösstes Anliegen sein. Es wäre auch prüfenswert, den Gotthardtunnel gebührenpflichtig zu machen um mit dem Geld die Lastwagen zu subventionieren, die auf die Bahn verladen werden. Ich hoffe sehr auf eine vernünftige Lösung.

Werner Brauen, 3206 Biberen

FINANZEN

Veranstaltungsort

Zentrum für Weiterbildung
der Universität Zürich
Schaffhauserstrasse 228
8057 Zürich

Seminartermine

- Mittwoch, 21. September 2011
- Donnerstag, 24. November 2011

von 9.00 Uhr bis ca. 17.00 Uhr

Preis pro Seminar

CHF 890.– (exkl. MWST) inklusive:

- Mittagessen
- Getränke
- Pausenverpflegung
- Seminarunterlagen
- Zertifikat

Das Seminar richtet sich an

Leitende und Mitarbeitende
aus Finanz- und Rechnungswesen
sowie Controlling, Geschäftsführer,
Verwaltungsräte und Treuhänder

Teilnehmerzahl pro Seminar

max. 28 Personen

WEKA Praxis-Seminare

20% RABATT FÜR SKV-MITGLIEDER

Cashflow-Rechnung

Sichere Erstellung der Mittelflussrechnung

Die **Bedeutung der Cashflow-Ermittlung in der Praxis ist enorm gestiegen,** da Abschlüsse nach Swiss GAAP FER und IFRS regelmässig auch die Erstellung und Veröffentlichung von Mittelflussrechnungen erfordern. Dabei gibt es jedoch **zahlreiche Herausforderungen zu bewältigen.**

Profitieren Sie von praxiserprobten Profi-Tipps zur Erstellung einer Geldflussrechnung

An diesem Seminar vermittelt Ihnen unser Fachexperte **anhand vieler praktischer Beispiele und Übungen** das notwendige Know-how zur Erstellung einer Geldflussrechnung. So sind Sie in der Lage, eine Mittelflussrechnung in Anlehnung an Swiss GAAP FER und IFRS zu erstellen, die den methodischen Standards entspricht.

Sorgen Sie für Transparenz über die Zahlungsströme

Sie kennen die Auswirkungen von Geschäftsfällen auf den Mittelfluss und erfassen nicht-zahlungswirksame Geschäftsvorfälle jederzeit korrekt. Dank **vieler Praxis-Tipps** können Sie die Darstellung des Mittelflusses mit dem Anlagespiegel abstimmen und Abweichungen fundiert erklären.

So kennen Sie den Cashflow als Erfolgsindikator und verstehen seine betriebswirtschaftliche Aussagekraft für Investoren und weitere Stakeholder.

WEKA Praxis-Seminar
Cashflow-Rechnung

Mittwoch, 21. September 2011
Donnerstag, 24. November 2011

Seminar-Inhalte

Seminarleitung: Prof. Dr. rer. pol. Thomas Rautenstrauch

Grundlagen
- Grundlegende Begriffe und deren Abgrenzung: Mittelfluss/Geldfluss, Cashflow
- Zusammenhang zwischen Cashflow und Liquidität
- Notwendigkeit, Zielsetzung und Arten einer Cashflow-Ermittlung

Vorgehensweise bei der Ermittlung des operativen Cashflow
- Aus- und Einzahlungen
- Direkte/Indirekte Ermittlung
- Einbezug Netto-Umlaufvermögen
- Abschreibungen und Rückstellungen

Erstellung einer Mittelflussrechnung unter Berücksichtigung von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen
- Cashflow aus Investitionstätigkeit
- Cashflow aus Finanzierungstätigkeit

Besondere Fragestellungen und Anlagespiegel
- Abstimmung Cashflow-Rechnung mit Anlagespiegel
- Weitere Besonderheiten

Beeinflussung des Cashflow durch Working Capital Management
- Cashflow-Steuerung durch Debitoren-Management, durch Bestandsmanagement und Cash-Management

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		
01.11.	Bern, Beratungsstelle bfu	Tagung für Inverkehrbringer zum Produktesicherheitgesetz (PrSG), www.bfu.ch
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:
Titel Johanna Mühlbauer, S3 Andrea Danti, S11 tom, S14 Xaver Klaussner, S19 Bernd Ege, S27 Perrush, S32 kentoh, S60 volff, S61 mapoli-photo, S63 MASP

Anzeigen

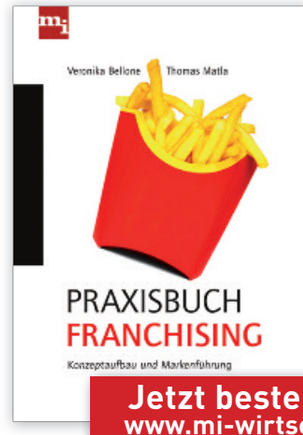
mi

Erfolgreich expandieren mit Franchising!

Franchise-Geber/innen und -Nehmer/innen sowie Marketeers erhalten neustes Praxiswissen in anwendbarer Form. Entdecken Sie, wie Franchise-Systeme funktionieren, welche Chancen sie bieten und welche Trends neue Potenziale eröffnen!

- Franchising als Wachstumsstrategie
- Marken aufbauen und führen
- Partnermarketing – fair und zuverlässig
- Trends: Sozial-, Kultur-, Mikro- und Greenfranchising
- Workbook zum Aufbau eines Franchise-Konzepts

Nutzen Sie die umfassenden Fallbeispiele und Franchise-Denkwerkzeuge für die Entwicklung Ihres persönlichen Franchise-Erfolgs!



Veronika Bellone
Thomas Matla

Praxisbuch Franchising
Konzeptaufbau und Markenführung

220 Seiten
Hardcover mit Farbteil

49,95 € (D) | 51,40 € (A)
sFr. 70,90* (CH)
ISBN 978-3-86880-119-4
*unverbindliche Preisempfehlung

Jetzt bestellen unter:
www.mi-wirtschaftsbuch.de

Die Faszination Gold ist unsere Leidenschaft – die Kapitalanlage in physischen Edelmetallen unser Metier

pro aurum zählt zu den ersten privaten Handelshäusern für Münzen, Barren und Edelmetalle im deutschsprachigen Raum und vereint Edelmetallhändler und Numismatik-Experten mit langjähriger Erfahrung seit 2003 unter einem Dach. Die Faszination Gold ist unser Antrieb. Das «pro» in pro aurum steht für unser Commitment und unsere Identifikation mit unseren Produkten und Dienstleistungen sowie für unsere Professionalität.

Unsere Vision

Wir wollen der klassischen Form der Kapitalanlage in Sachwerten zu neuem Glanz verhelfen. Mit attraktiven Preisen und fairen Konditionen. Für Privatkunden, für Banken, für Vermögensberater, für alle, die sich für Gold, Silber und edle Metalle interessieren - einfach und bequem, persönlich und auf Mausklick.
Wir verstehen uns als Marktentwickler und möchten diese Art der Kapitalanlage im dynamischen Wettbewerb neuer und traditioneller Kapitalanlagen wieder ganz nach vorne bringen. Dazu entwerfen wir innovative Produkte und Dienstleistungen stets dort, wo der Markt danach verlangt. Wir bieten Kunden und Interessierten eine umfassende Dienstleistungs- und Produktpalette rund um Kauf und Verkauf von Edelmetallen an.

Unser Anspruch

Wir unterstützen Sie darin, Ihrem Vermögen glänzende Aussichten zu verschaffen und wollen Ihr bevorzugter Ansprechpartner und Ratgeber für die Kapitalanlage in Edelmetallen sein. Ob Erstkäufer, Sammler, Münzliebhaber oder Vermögenssicherungsprofi – Sie bekommen von uns genau die Informationen, Produkte und Dienstleistungen, mit denen Sie Ihr Vermögen sichern und vor Inflation schützen können. Wir bieten Ihnen innovativen Ideen, langjähriges Know-How und eine attraktive und faire Preisgestaltung.

Unser Ziel: Goldene Zeiten für Sie und Ihr Vermögen!

Die Welt am Sonntag kürte uns in ihrem ELITEREPORT dafür anno 2004 zur «Elite der Edelmetallhändler», und 2006 zählte uns die Jury des «Entpreneur des Jahres» zu den Top 3 in der Kategorie «StartUp». Dies ist für uns Ansporn und Verpflichtung zugleich.

pro aurum

pro aurum Schweiz AG • Weinbergstrasse 2 • CH-8802 Kilchberg ZH
Telefon: +41 (44) 716 56 - 00 • Telefax: +41 (44) 716 56 - 50
E-Mail: info@proaurum.ch • Internet: www.proaurum.ch