

ERFOLG

Die starke Zeitung
für Selbstständige,
Unternehmer und
Existenzgründer

Offizielles Organ des Schweizerischen KMU Verbandes

Nr. 9/10 • September/Oktober 2023 • 17. Jahrgang • Preis CHF 3.90 • www.netzwerk-verlag.ch • AZB 6300 Zug • Post CH

Arbeit

Arbeitskräftemarketing ist ein immer wichtiger Bestandteil ...
Artikel Seite 6

Rechtsberatung

Die Schweizer Patentbox – ein attraktives Instrument für KMU?
Artikel Seite 8 – 9

Nachfolgeregelung

Erfolgsfaktoren bei der familien-externen Nachfolgelösung
Artikel Seite 15

Digital

Wettbewerbsvorteile durch Prozessoptimierung sichern
Artikel Seite 19

Strategie

Wie werden KMU mittelfristig erfolgreich(er)?
Artikel Seite 33

Marketing

Einzigartige Erfolgspositionierung
Artikel Seite 26 – 27

Marketing Technologie:
Wie KMU den technologischen Wandel nutzen können
Artikel Seite 36

Aus- und Weiterbildung

Cyberangriffe – Wie sie ablaufen und wie Unternehmen sich schützen
Artikel Seite 41

Gesundheit

Handfeste Unterstützung für Ihren Rauchstopp
Artikel Seite 49



SLKK

unser einzig anerkannter, die
altersunabhängige Kollektivvertragliche
Lehrerinnenverbände



Unser Partner für Ihre Krankenversicherung

SLKK – stets kompetent und persönlich für Sie da!

Wie vorgehen?

Ganz einfach unter partner@slkk.ch melden und eine Bestätigung der KMU-Mitgliedschaft mitsenden. Sie werden umgehend Ihre persönliche Offerte erhalten. Mehr Infos: slkk.ch/kollektivvertraege

KRANKENKASSE SLKK, SLKK VERSICHERUNGEN, Hofwiesenstrasse 370, CH-8050 Zürich, T 044 368 70 30, slkk.ch

SLKK

*vernünftig versichert: die
ehemalige Schweizerische
Lehrerkrankenkasse*



Unser Partner für Ihre Krankenversicherung
**SLKK – stets kompetent
und persönlich für Sie da!**

Und das erhalten Sie dank der Partnerschaft mit der SLKK VERSICHERUNGEN

SLKK VERSICHERUNGEN ist eine Krankenkasse mit Sitz im Raum Zürich und fungiert nach folgenden 3 Grundsätzen:

Vernünftig

«Wir beraten unsere Versicherten mit Vernunft, Transparenz und gesundem Menschenverstand».

Menschlich

«Die Beziehung zu unseren Versicherten pflegen wir über Generationen, sie folgt der Maxime «von Mensch zu Mensch». Wir kommunizieren offen und ehrlich und setzen uns persönlich für das Wohl des Einzelnen ein».

Solide

«Wir bieten nachvollziehbare, attraktive Leistungen mit konstanten, fair kalkulierten Prämien».

Das Angebot ist gültig für: KMU-Mitglieder, Mitarbeiter und deren im gleichen Haushalt lebenden Personen.

- Kollektivrabatt von 10% auf die Produkte: QualiCare, Medico-Plus und Spitalzusatzversicherungen
- Assistance (Transport, Rettung) kostenlos
- Familienrabatt ab 3 Personen
- Kinderrabatt ab dem 3. Kind
- Skonto bis zu 1%
- persönlicher Ansprechpartner
- verlängerte telefonische Erreichbarkeit
- Kooperationsangebote bei Drittanbietern

Wie vorgehen?

Ganz einfach unter partner@slkk.ch melden und eine Bestätigung der KMU-Mitgliedschaft mitsenden. Sie werden umgehend Ihre persönliche Offerte erhalten.

Editorial



Geschäfte Leserinnen und Leser,
geschätzte SKV Mitglieder

Inmitten des herbstlichen Umbruchs, wenn die Blätter fallen und die Natur sich verändert, stehen auch die Schweizer KMU vor einem Wandel. Themen wie Digitalisierung, Energiekosten und die potenzielle Rezession zeichnen das Bild einer sich verändernden Geschäftswelt. Doch in diesen Veränderungen verbirgt sich vielversprechendes Potenzial.

Ähnlich wie die Natur sich verwandelt, wandelt sich auch die Wirtschaft durch die Digitalisierung. Schweizer KMU haben die Chance, hiervon zu profitieren. Technologien wie künstliche Intelligenz, Big Data und Cloud Computing ermöglichen es ihnen, sich auf Augenhöhe mit grösseren Unternehmen zu bewegen. Diese digitale Evolution bringt nicht nur Effizienzsteigerung mit sich, sondern eröffnet auch neue Geschäftsfelder.

Während die Temperaturen sinken, rücken auch Energiekosten und Nachhaltigkeit in den Fokus. Doch in dieser Entwicklung steckt Potenzial. Die Integration von energieeffizienten Massnahmen und erneuerbaren Energietechnologien kann nicht nur Kosten senken, sondern auch das Image eines Unternehmens aufwerten. KMU, die in diesen Bereichen Vorreiter sind, ernten nicht nur finanzielle Vorteile, sondern auch Anerkennung.

Ähnlich wie Bäume im Herbst ihre Blätter verlieren und dennoch stark bleiben, müssen sich KMU auf eine potenzielle Rezession vorbereiten. Flexibilität und Anpassungsfähigkeit sind entscheidend. Die Diversifizierung von Produkten und Märkten mindert Risiken. Solide finanzielle Reserven und ein durchdachtes Kostenmanagement bilden das Fundament für Stabilität in unsicheren Zeiten.

Die Themen Digitalisierung, Energiekosten und Rezession mögen wie stürmische Winde wirken, doch für Schweizer KMU bieten sich darin vielfältige Gelegenheiten. Jene, die den Mut aufbringen, sich anzupassen und aktiv zu agieren, können sich in dieser Veränderung behaupten. Die KMU haben die Chance, in den Bereichen Innovation, Nachhaltigkeit und Widerstandsfähigkeit eine führende Rolle zu übernehmen, während sie die Herausforderungen des herbstlichen Wandels meistern.

































Es grüsst Sie freundlich
Roland M. Rupp Präsident, Schweizerischer KMU Verband

Passwort für die Ausgabe 9/10: **Zurodi**

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

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

Inhalt

 Benefits	4
 SKV Partner	5
 Arbeit	6
 Rechtsberatung	7 – 9
 SKV Partner	11
 Digital	12 – 13
 Nachfolgeregelung	15
 Digital	16
 Technik	17
 Wirtschaft	18
 Digital	19
 Arbeit	21
 Digital	22
 Unternehmenssteuerung	23
 Interview	24 – 25
 Marketing	26 – 27
 Strategie	28 – 29
 Reisen	31
 Treuhand	32
 Strategie	33
 Artificial Intelligence	34 – 35
 Marketing	36
 Digital	37
 Arbeit	39
 Aus- und Weiterbildung	40 – 43
 Mehrwertpartner	45
 Veranstaltung	47
 Gesundheit	48 – 49
 Wirtschaft	50 – 51
 Kundenversprechen	53
 Veranstaltungskalender	54
 Impressum	54

Investieren Sie in erholte Mitarbeitende



Mit Reka-Pay vergrössern Sie das Ferien- und Freizeitbudget Ihrer Mitarbeitenden und fördern so ihre Erholung. Das Zahlungsmittel gilt als steuerbefreite Lohnnebenleistung und ist an Tausenden von Akzeptanzstellen in der ganzen Schweiz einsetzbar

Reka-Pay kommt ausschliesslich für schöne Erlebnisse und Erholung zum Einsatz. Entsprechend positiv besetzt ist Reka-Pay bei den Mitarbeitenden. Auch für Ihr Unternehmen lohnt sich die Investition in die Work-Life-Balance Ihrer Angestellten: Zufriedene Mitarbeitende sind leistungsfähiger, arbeiten motivierter und wechseln seltener den Job.

Als Arbeitgeber bieten Sie mit Reka-Pay eine sinnvolle Lohnnebenleistung an. Sie wird von den Lernenden bis zur Geschäftsleitung dank den vielseitigen Einlösemöglichkeiten gleichermassen geschätzt.

Vorteile für Ihr Unternehmen

- Sie erhalten ein durchdachtes Gesamtpaket, das von Sozialabgaben und Steuern befreit ist.
- Sie können Reka-Pay als Lohnnebenleistung, Prämie/Bonus oder Mitarbeitergeschenk (Hochzeit, Dienstjubiläum) einsetzen.
- Wir entlasten Sie von administrativen Aufgaben.

Vorteile für Ihre Mitarbeitenden

- Eine attraktive Lohnnebenleistung, die täglich nutzbar ist.
- Das Reka-Guthaben kann einfach und bequem mit der Reka-Card ausgegeben werden.
- Individuell einsetzbar, passende Einlösemöglichkeiten für jede und jeden.

Reka-Geld wird nicht nur als Fringe Benefit, sondern gerne auch als Geschenk eingesetzt. Ob als Bonus für ein erfolgreiches Geschäftsjahr, für ausserordentliche Leistungen, zur Feier eines Jubiläums oder als Prämie für einen besonderen Anlass: Reka-Pay ist das ideale Geschenk für Ihre Mitarbeitenden. Mit Reka-Pay schenken Sie Ihren Mitarbeitenden einen Beitrag an ihre Freizeit, welcher individuell und vielfältig eingelöst werden kann.

In der ganzen Schweiz mit Reka-Pay bezahlen

Ob Abenteuerer, Geniesser oder Naturfreunde – mit Reka-Pay haben Ihre Mitarbeitenden mehr von ihrer Freizeit und ihren Ferien. Schweizweit nehmen Tausende Akzeptanzstellen Reka-Pay an, und es kommen stetig neue dazu. Bei dieser Auswahl ist für jeden Geschmack etwas dabei: von Restaurants und Hotels über Fitnesscenter und Wellnessoasen bis hin zu Museen und Freizeitparks. Zudem akzeptieren praktisch alle Reisebüros, die SBB, Bergbahnen und sogar ausgewählte Tankstellen Reka-Pay als Zahlungsmittel.

Mehr erfahren. Sie möchten es genau wissen? Unter reka.ch/arbeitgeber finden Sie weitere Angaben sowie unseren Online-Kalkulator.

Bei weiteren Fragen beraten wir Sie gerne auch persönlich unter +41 31 329 66 77 oder per E-Mail: sales@reka.ch.

reka

Schweizer Reisekasse (Reka) Genossenschaft
Neuengasse 15 · 3001 Bern · www.reka.ch

Die Pensionskasse des schweizerischen KMU Verbandes: Noventus Pensionskassen

Die Noventus Pensionskasse lädt Sie herzlich ein, uns auf der WEGA 2023 zu besuchen!

Die WEGA – ihres Zeichens die grösste und bedeutendste jährlich stattfindende Publikums-Veranstaltung im Thurgau – findet auch dieses Jahr am letzten September-Wochenende statt. Und neu sind auch wir von den Noventus Pensionskassen mit einem Stand im Thurgau vertreten.

Noventus an der WEGA 2023

Als führender Anbieter von massgeschneiderten Pensionskassenlösungen freuen wir uns, an der diesjährigen Weinfelder Gewerbeausstellung (WEGA) mit einem eigenen Stand teil zu nehmen. Die WEGA ist eine der grössten Gewerbeausstellungen in der Region Thurgau und findet jährlich statt. Es ist eine Veranstaltung, die Unternehmen aus verschiedenen Branchen zusammenbringt und Tausende von Besuchern anzieht.

Die Teilnahme an der WEGA 2023 bietet uns die perfekte Gelegenheit, Ihnen unsere neuesten Lösungen und Dienstleistungen vorzustellen, die Ihnen dabei helfen können, eine stabile berufliche Vorsorge für jetzt und in Zukunft aufzubauen. Unser Unternehmensberater-Team wird vor Ort sein, um Ihnen bei Fragen rund um die Risiko- und Altersvorsorge behilflich zu sein und Ihnen wertvolle Einblicke in die Welt der Pensionskassen zu geben. Besuchen Sie uns an unserem Stand und erfahren Sie mehr über unsere massgeschneiderten Pensionslösungen, die auf Ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten sind.



Gute Gelegenheit

Die WEGA 2023 bietet nicht nur eine Plattform zum Austausch von Ideen und Networking, sondern auch ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm mit Live-Demonstrationen, Vorträgen und Unterhaltung. Sie und Ihre Familie können einen unterhaltsamen Tag verbringen und gleichzeitig von den zahlreichen Ausstellern profitieren, die ihre Produkte und Dienstleistungen präsentieren.

Wir möchten Sie herzlich einladen, uns auf der WEGA 2023 zu besuchen. Markieren Sie sich den Termin in Ihrem Kalender: Donnerstag 28. September bis Montag 2. Oktober. Sie finden uns in der Halle 1 (Turnhalle) am Stand Nummer 05. Unser freundliches und kompetentes Team freut sich darauf, Sie dort zu treffen, Ihre Fragen zu beantworten und Ihnen dabei zu helfen, Ihre Pensionskasse auf ein neues Level zu heben. Der Besuch unseres Standes an der WEGA 2023 ist eine einzigartige Gelegenheit, um mehr über die Noventus Pensionskasse und unsere innovativen Lösungen zu erfahren. Seien Sie dabei und nehmen Sie an dieser spannenden Veranstaltung teil!

Programm an unserem Stand

Donnerstag 11:00 – 21:00 Uhr,

Am Stand: Christian Leu, Region Zürich & Ostschweiz

Freitag 11:00 – 21:00 Uhr,

Am Stand: Bruno Schenk, Region Nordwestschweiz
16:30 Uhr Impulsreferat Bedeutung des Zinses für die Rente

Samstag 10:00 – 21:00 Uhr

Am Stand: Christian Leu, Region Zürich & Ostschweiz
12:00 – 12:45 Uhr Foto-Booth,
anschliessend jede gerade Stunde für 45 Minuten

Sonntag 10:00 – 19:00 Uhr

Am Stand: Christian Leu, Region Zürich & Ostschweiz

Montag 11:00 – 18:00 Uhr

Am Stand: Michael Reinle, Region Westschweiz

Verpassen Sie nicht die Chance, von unserem Fachwissen zu profitieren und Ihre Altersvorsorge zu durchleuchten. Wir freuen uns darauf, Sie auf der WEGA 2023 zu begrüßen!

Christian Leu

Region Zürich & Ostschweiz
Telefon 076 480 77 32 · christian.leu@noventus.ch

Bruno Schenk

Region Nordwestschweiz
Telefon 079 447 03 08 · bruno.schenk@noventus.ch

Michael Reinle

Region Westschweiz
Kanton BE, FR, OW & NW
Telefon 079 239 93 70 · michael.reinle@noventus.ch



Noventus Pensionskassen: Frischer Wind für Ihre 2. Säule

Grundstrasse 18 · 6343 Rotkreuz
Telefon 041 798 11 77 · www.noventus.ch

Arbeitskräftemarketing ist ein immer wichtigerer Bestandteil der Unternehmensstrategie

Denn der Fachkräftemarkt ist jetzt schon stark umkämpft, daher wird es immer wichtiger, sich von anderen Unternehmen abzuheben. Und in den kommenden 10 Jahren wird sich die Situation noch massiv verschärfen, wenn die Boomer-Generation pensioniert wird und nur 80% Junge in die Arbeitswelt eintreten werden. Es fehlen also demnächst 20% Arbeitskräfte. Jede 5. Stelle kann nicht besetzt werden.

Ja, künstliche Intelligenz und Prozesse können etwas davon auffangen. Aber ChatGPT wird in den kommenden Jahren z.B. noch kein Haus bauen können. Wenn Sie ein Unternehmen sind, das qualifizierte Arbeitskräfte gewinnen möchte, sollten Sie sich jetzt mit den Erkenntnissen des Fachkräftemarketings vertraut machen und diese unbedingt in Ihre Strategie einbeziehen. Stellen Sie sich die Frage, was unterscheidet uns von den Mitbewerbern, warum soll sich jemand für unser Unternehmen interessieren?

Das Unternehmenswachstum wird in Zukunft vom Fachkräftemarkt diktiert.

Interessanterweise ist das aber noch nicht bei allen Führungsetagen angekommen. Sie sehen das immer noch als ein Problem der Personalabteilung. Aber wie sieht die Mitarbeitersuche aus, wenn wir sie von der Seite der Geschäftsentwicklung betrachten? Ein realistisches Rechenbeispiel: Ein KMU macht jetzt 15 Mio Umsatz und beschäftigt 90 Mitarbeiter. Es will in 10 Jahren 23 Mio, also etwa 50% mehr Umsatz machen. Mit mehr Effizienz braucht es dazu «nur» 30 Mitarbeiter mehr. ABER – es wird nicht 30 Mitarbeiter finden müssen, sondern mit Pensionierungen, (tiefer) Fluktuation von 10 % werden es mindestens das Vierfache sein, also 120 neue Mitarbeiter. Wird das der Markt mit den herkömmlichen Rekrutierungsmitteln und Wegen hergeben? Was macht die Konkurrenz, wollen die nicht auch wachsen? Wie hoch werden die Kosten, wenn es zu Fehlbesetzungen kommt oder Schlüsselstellen nicht besetzt werden können?

Mitarbeiter sind ein Kostenfaktor?

Kann man so sehen. Aber keine Mitarbeiter zu finden, ist ein lebensbedrohlicher Risikofaktor für KMU. Und solange das HR beim CFO angesiedelt ist, bleibt auch die Einstellung, dass Personal vor allem Geld kostet. Aber in Zukunft sind Mitarbeiter kein Kostenproblem mehr, sondern als Human Capital eine wertvolle Kapital-«Anlage». Denn wer seine MitarbeiterInnen wirklich als das ansieht, was sie sind, nämlich die Zukunftssicherung eines Unternehmens, versteht den Wert



seiner Belegschaft. Und wird alles unternehmen, um sein Kapital zu schützen. Die meisten Firmen haben eine gute bis sehr gute Auftragslage. Das Problem ist zukünftig, diese Aufträge auch ausführen zu können. Darum versteht ein verantwortungsvoller CEO, dass er seine Ziele nur erreicht, wenn er es schafft, die besten Mitarbeiter zur Umsetzung zu finden und zu binden. Und dabei es ist wie bei den Kunden. Es ist ein Vielfaches teurer, neue Kunden zu gewinnen, als bestehende Kunden zu pflegen. Viele Firmen wissen alles über ihre Kunden. Aber wissen sie auch so viel über ihre MitarbeiterInnen?

Wie gross ist der Interessentenpool in Ihrem Unternehmen?

Wie sieht Ihr Talent Relationship Management aus? Vom Marketing und Verkauf wissen Sie, dass Entscheidungen, die einen grösseren Einfluss auf unser Leben haben, eine längere Vorbereitungsphase und mehrere Impulse benötigen. Warum sollte das bei Fachkräften bei deren Entscheidung zur beruflichen Veränderung anders sein? Erhebungen sprechen von 50 bis 80% veränderungsoffenen MitarbeiterInnen, von denen allerdings nur ein kleiner Teil proaktiv nach einem neuen Arbeitsplatz sucht. Was wäre, wenn von diesen zigtausenden Talenten nur ein paar erfahren würden, was Ihr Unternehmen alles für Ihre Teams macht?

Mitarbeitermarketing das «nur» darauf abzielt, qualifizierte Bewerber zu gewinnen, greift viel zu kurz.

Das geht vorne rein und hinten mit grosser Enttäuschung (auf allen Seiten) wieder raus. Ausser Spesen nichts gewesen. Man muss bei der Kultur ansetzen, um Beziehungen aufzubauen. Unsere Erfahrung zeigt, wer als Unternehmen und als Vorgesetzte mit Werten und Vorbild führt und sein Team an der Entwicklung einer gemeinsa-

men starken Arbeitgebermarke teilhaben lässt, wird nicht nur Zeit und Kosten für die Einstellung neuer Mitarbeiter reduzieren, sondern Markenbotschafter im Team gewinnen, die tausendmal anziehender wirken als jeder Headhunter und jede Kampagne! Zur tieferen Fluktuation kommt ein tiefer Krankenstand und motivierte MitarbeiterInnen, die mehr als nur ihre Arbeitszeit ins Unternehmen einbringen. Es sind nicht die Prozesse, die die Marktstärke eines Unternehmens verändern, sondern die engagierten Menschen darin.

Zukunftsforscher prognostizieren, dass nur noch 40-60% der Mitarbeiter dauernd festangestellt sein werden.

Das heisst, 4 von 10 Stellen werden projektspezifisch besetzt und diese Mitarbeiter nur auf Zeit Teil des Teams sein. Wenn die Kultur in Ihrem Unternehmen passt, dann kommen sie wieder, sonst wandern sie für immer ab. Diese 40% sind dauernd im Visier von Headhunter und sieht ihr projektbezogenes Engagement positiv und abwechslungsreich. Und deren Gehalt wird über Angebot und Nachfrage definiert...

Wenn es auf dem bisherigen Weg mit der Fachkräftegewinnung eher harzt, dann wäre doch ein neuer Ansatz ganz sinnvoll?

Darum haben wir ValueBoarding® entwickelt. Damit helfen wir unseren Kunden, eine starke, wertebasierte Arbeitgebermarke aufzubauen. Das fördert die Loyalität, zieht Top-Talente an und schafft langfristig eine täglich gelebte positive Unternehmenskultur, die das Engagement der Mitarbeiter fördert. Warum es sich lohnt, mit uns zusammenzuarbeiten? Weil wir als Profis Ihr Unternehmen von aussen wie potenzielle Fachkräfte beurteilen. Wir sind unvoreingenommen, können auf allen Stufen wirken und bringen die notwendigen Fachkenntnisse mit. Zudem können wir Aufgaben übernehmen, die zwar von den Unternehmen als wichtig erkannt wurden, aber im Tagesgeschäft aus Kapazitätsgründen dann doch nach hinten verschoben werden.

Wollen wir gemeinsam besprechen, wie Sie Ihr Unternehmen zukunftssicher machen?

Bernhard Seiffert · www.valueboarding.ch


NOSUF
OSTSCHWEIZER
UNTERNEHMERFORUM

Wie ein Apfel kann auch ein Unternehmen geteilt werden



Michele Imobersteg, Wirtschaftsjurist, vertritt die rechtlich relevanten Interessen der Mitglieder des Schweizerischen KMU Verbands

Unternehmensspaltung, auch bekannt als «Spin-off» oder «Aufspaltung», bezieht sich auf die Aufteilung eines bestehenden Unternehmens in zwei oder mehr eigenständige Einheiten. Dies geschieht oft, um die Geschäftsbereiche klarer zu definieren, die Fokussierung auf Kernkompetenzen zu erleichtern oder den Aktionären unterschiedliche Investitionsmöglichkeiten anzubieten. Im Folgenden wird die Spaltung im Rahmen der Nachfolgesituation besprochen.

Die Gründe für eine Spaltung können vielfältig sein, darunter strategische Neuausrichtung, Effizienzsteigerung, Marktanpassung oder die Realisierung von Werten für die Aktionäre. Es geht an dieser Stelle um den richtigen Moment und somit die Rechtzeitigkeit der Aufspaltung, damit diese einen Mehrwert für den Verkäufer der Unternehmung erzeugt. Denn anders als bei einer Fusion, bei der Elemente zweier Unternehmen miteinander vermengt werden, werden bei einer Spaltung im Prozess der Zerschlagung gewachsener Strukturen substanzielle und wesentliche Werte eines Unternehmens vernichtet.

Werte, welche verloren gehen

Wenn eine Firma zum Kauf angeboten wird, dann wird deren Preis nach verschiedenen Methoden ermittelt. Beispielsweise nach dem Substanzwert, nach dem Ertragswert oder nach der Multiples-Methode. Handelt es sich um ein eher jüngeres Unternehmen in einer verheissungsvollen Branche, so wird die DCF-Methode (Discounted Cashflow) angewendet. Bei einer Spaltung kann das Resultat aus diesen Methoden nur bedingt für einen fairen Kaufpreis einer Unternehmung herangezogen werden. Wenn ein Unternehmen verkauft werden soll, führen die oben genannten Methoden oft eher zu Verwirrung als zur Ermittlung eines angemessenen Kaufpreises. Warum? Weil die verwendeten Parameter aus der Erfolgsrechnung oder der Bilanz des Zielunternehmens die für die Preisbestimmung zentrale Grösse weder in der Erfolgsrechnung noch in der Bilanz abbilden. Dieser unsichtbare Wert wird «Goodwill» genannt.

Wo wird der Goodwill sichtbar?

Der Goodwill bezieht sich auf den immateriellen Wert, der entsteht, wenn eine Person oder eine Firma eine andere Firma über dem Buchwert (den bilanziellen Wert der Vermögenswerte und Verbindlichkeiten) erwirbt. Beim Kauf einer Unternehmung entsteht Goodwill, wenn der Kaufpreis höher ist als der Buchwert der Vermögenswerte abzüglich der Verbindlich-

keiten des erworbenen Unternehmens. Der Goodwill repräsentiert den Wert, den der Käufer der Firma dem Ruf, der Kundenbasis, den langfristigen Beziehungen, den Markenrechten und anderen nicht-physischen Vermögenswerten des erworbenen Unternehmens beimisst. Es handelt sich um einen immateriellen Vermögenswert, der auf der Annahme beruht, dass die Akquisition langfristig wertvoll sein wird und zusätzliche Gewinne oder Synergien generiert. In der Buchführung wird der Goodwill als Aktiva auf der Bilanz der Käuferin ausgewiesen, und sein Wert wird in regelmässigen Abständen überprüft, um sicherzustellen, dass er nicht überbewertet ist. Die Käuferin kann den Goodwill abschreiben, so dass dieser quasi nebenbei noch «steueroptimierend» wirkt.

Die Unternehmung ist mehr wert als die Summe ihrer Einzelteile

Oben wurden die Synergien erwähnt, welche bei der Käuferin einer Unternehmung zu zusätzlichen Gewinnen führen können. Zum Goodwill lassen sich beispielsweise auch die Marke, die Qualität des Standortes, die Aufträge in Arbeit oder die Güte der Arbeitnehmer zählen. Erst bei der Spaltung einer Gesellschaft stellt sich die Frage, welche Mitarbeiter in die eine oder andere Unternehmung übersiedeln, welche der beiden abgespaltenen Einheiten welche Kunden übernimmt oder wer die sich in Arbeit befindenden Aufträge fertigstellt und vereinnahmt. Wenn eine Unternehmung nur nach den den bilanzierten Werten bemessen wird, dann verliert man den Blick für den wahren Wert einer Unternehmung mitsamt Geschäftsmodell und Marktpotenzial.

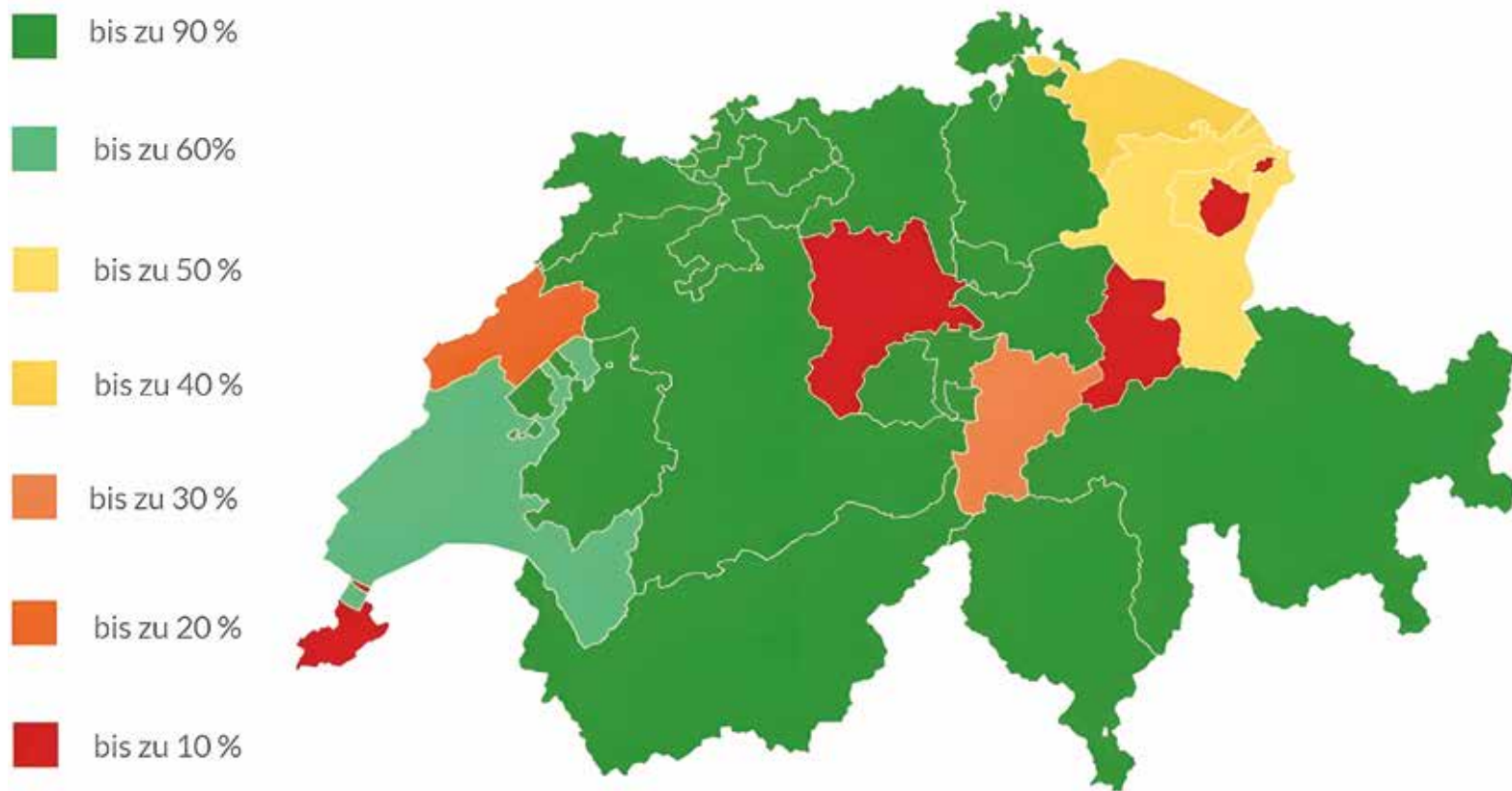
Muss der Goodwill zwingend ermittelt werden?

In einer Nachfolgesituation kann es zu Streitigkeiten zwischen den Gesellschaftern einer GmbH kommen. Der eine will mit einem Teil des Personals und der Infrastruktur in einen anderen Kanton umziehen. Die anderen Gesellschafter wollen den Kernteil des Unternehmens aus Altersgründen verkaufen. Während hier die oben erwähnten Bewertungsmethoden eine gerechte Aufteilung der ermittelten Werte ermöglichen, erzeugt vor dem Verkauf der Unternehmung der zu ermittelnde Goodwill reichlich Streitpotenzial. Denn es geht um die Herstellung von Gerechtigkeit zwischen den Gesellschaftern bei der Verteilung von Gütern und deren Preisen. Ein Beispiel hierfür ist die Bewertung von laufenden Aufträgen. Die eine Partei, die der anderen die Kunden überlässt, muss Marketingausgaben einplanen, um den Kundenstamm aufzubauen. Einerseits hat der Kundenstamm an sich einen (Marketing-)Wert. Andererseits bestehen bei diesen Kunden Aufträge, die entweder abgearbeitet oder gegen Entgelt an die Käuferin abgetreten werden müssen.

Empfehlung an die Verkäuferin

Wenn Sie Ihr Unternehmen verkaufen wollen und der Käufer z.B. einen Teil Ihres Unternehmens nicht übernehmen will und Sie diesen unerwünschten Teil selbst weiterführen oder an einen Mitarbeiter oder einen anderen Käufer verkaufen müssen, lohnt es sich, sich rechtzeitig mit dem in Ihrer Bilanz nicht sichtbaren Goodwill auseinanderzusetzen. In diesem Goodwill stecken die strategischen Werttreiber Ihres Unternehmens. Grundsätzlich sollte der Käufer (nur) diesen Goodwill erwerben. Alles andere kann er sich aus dem Internet beschaffen.

Die Schweizer Patentbox – ein attraktives Instrument für KMU?



Karte Obergrenze Patentboxabzug

Um sich im internationalen Wettbewerb auch weiterhin als attraktiver Wirtschaftsstandort behaupten zu können, führte die Schweiz im Jahr 2020 die Patentbox als Instrument zur Innovationsförderung ein. Ob die Einrichtung einer Patentbox auch für KMU attraktiv sein kann und welche Faktoren hierbei zu beachten sind, wird im Folgenden diskutiert.

Eine Patentbox kann insofern als eine «Box» bezeichnet werden, weil die Gewinne, die durch patentierte Produkte oder durch Lizenzentnahmen aus Patenten generiert werden, in eine fiktive «Box» gepackt und von den restlichen Gewinnen eines Unternehmens steuerlich getrennt betrachtet werden. Mittels einer Patentbox kann **der qualifizierende Gewinn für die kantonale Steuerbemessung deutlich reduziert** werden, sofern die entsprechenden Voraussetzungen erfüllt sind. Auf Bundesteuern hat eine Patentbox hingegen keinen Einfluss. Zudem variiert die Höhe möglicher Steuerabzüge von Kanton zu Kanton sehr stark.

Qualifizierende Gewinne können je nach Kanton bis zu einer Obergrenze von 90 % reduziert werden. Einige Kantone haben jedoch niedrigere Obergrenzen festgelegt. Welche Kantone sich im Hinblick auf die Patentbox als besonders attraktive Standorte erweisen, zeigt die oben dargestellte Karte. In der Praxis haben sich insbesondere Kantone mit vergleichsweise hohen kantonalen Gewinnsteuersätzen bei zugleich hohen Obergrenzen für den Patentboxabzug, wie beispielsweise Aargau, Bern oder Zürich, als besonders attraktiv erwiesen.

Neben den jeweiligen Obergrenzen für den Patentboxabzug ist auch die **Entlastungsbegrenzung** zu berücksichtigen, welche wiederum von Kanton zu Kanton variiert und durch welche die Summe aller steuerlichen Abzugsmöglichkeiten gedeckelt wird. In vielen Kantonen liegt die Entlastungsbegrenzung bei 70 %, sodass mittels einer Patentbox alleine oder in Kombination mit anderen Abzugsmöglichkeiten, beispielsweise Abzügen für Forschungs- und Entwicklungskosten, eine Reduktion der

kantonalen Steuerlast bis zu dieser Höhe möglich ist. Zudem ist die **Eintrittsbesteuerung** zu beachten, welche für die Einrichtung der Patentbox zu entrichten ist, wobei der in den letzten zehn vorangegangenen Steuerperioden steuerlich effektiv zum Abzug gebrachte Forschungs- und Entwicklungsaufwand gesondert besteuert wird. Höhe und Ausgestaltung der Eintrittsbesteuerung variieren ebenfalls von Kanton zu Kanton.

Ein weiterer wichtiger Einflussfaktor auf die Höhe möglicher Abzüge ist der sogenannte **Nexus-Quotient**, welcher den Anteil der Aufwendungen für Forschung und Entwicklung, die in der Schweiz angefallen sind, beschreibt. Unternehmen, welche ihre Forschung und Entwicklung vollständig in der Schweiz angesiedelt haben und keine Schutzrechte von Dritten zukaufen oder lizenzieren, können die Abzugsmöglichkeiten über die Patentbox voll ausschöpfen. Besonders für KMU, welche diese Kriterien oftmals erfüllen, kann die Einrichtung einer Patentbox deshalb sehr interessant sein.

Wichtigste Grundvoraussetzung für die Einrichtung einer Patentbox, ist das Vorhandensein mindestens eines qualifizierenden Schutzrechts. Neben erteilten Europäischen oder Schweizer Patenten, zählen hierzu beispielsweise auch ausländische Patente. Nicht als qualifizierende Schutzrechte gelten hingegen beispielsweise Marken, Designs und Urheberrechte. Ausserdem **qualifizieren nur bereits erteilte Patente für die Patentbox.** Anhängige Patentanmeldungen können also (noch) nicht für die Einrichtung einer Patentbox verwendet werden.

Von der Patentanmeldung bis zur Patenterteilung vergehen im Falle einer Europäischen Patentanmeldung in der Regel 2 bis 5 Jahre. Für Unternehmen, welche noch keine erteilten Patente besitzen oder Lücken in ihrem im Patent-Portfolio haben, ist dies ein langer Zeitraum. Wenn eine möglichst **schnelle Einrichtung einer Patentbox angestrebt wird**, kann daher die **Einreichung einer Schweizer Patentanmeldung** ratsam sein, welche bei Ausnutzung aller Beschleunigungsmöglichkeiten in der Regel bereits nach etwa einem Jahr zur Erteilung gebracht werden kann. Wegen der fehlenden Prüfung auf Neuheit und erfinderischen Tätigkeit wird Schweizer Patenten zuweilen eine geringere Rechtsbeständigkeit nachgesagt.

Zumindest im Hinblick auf die Patentbox hat dies jedoch keine unmittelbaren Nachteile: **Entfällt der Schutz jenes Patents, welches zur Einrichtung einer Patentbox verwendet wurde, rückwirkend**, beispielsweise im Rahmen einer erfolgreichen Nichtigkeitsklage, **hat dies auf die Besteuerung in den vorangegangenen Steuerperioden im Nachhinein keinen Einfluss.** Erst in der laufenden Steuerperiode wird in solchen Fällen keine ermässigte Besteuerung mehr gewährt. Zudem besteht auch bei einer Schweizer Erstanmeldung die Möglichkeit, innerhalb von 12 Monaten nach dem frühesten Anmeldetag, die sogenannte Priorität zu beanspruchen und eine oder mehrere Nachanmeldungen zu tätigen.

Nachanmeldungen können beispielsweise als europäische Patentanmeldung oder als internationale Patentanmeldung (PCT) eingereicht werden. Diese werden dann auf Neuheit und erfinderische Tätigkeit geprüft und können letztlich auch wieder in die Schweiz übergeleitet werden. **Die Laufzeit von Patenten beträgt maximal 20 Jahre und wird ab dem**

Anmeldetag berechnet. Mittels einer Nachanmeldung kann so gewissermassen ein zusätzliches Jahr Laufzeit gewonnen werden. Die Laufzeit hat wiederum grossen Einfluss, denn **die Patentbox kann nur genutzt werden, solange das oder die zugrundeliegende(n) Patent(e) noch in Kraft sind.**

Theoretisch kann für jedes einzelne Patent eine eigene Patentbox eingerichtet werden. Aufgrund des administrativen Aufwands ist es in der Praxis jedoch sinnvoll, so wenige Patentboxen wie möglich einzurichten. Dies ist möglich, da eine **Patentbox pro Produkt oder Produktgruppe**, in denen Patente enthalten sind, eingerichtet werden und eine Patentbox auch mehrere Patente enthalten kann.

Zukünftige Gewinne aus patentierten Produkten lassen sich normalerweise nur schwer zuverlässig prognostizieren. Vereinfachte Modellrechnungen zeigen jedoch, dass die gesamten **Patentkosten durch mögliche Steuereinsparungen über eine Patentbox in vielen Fällen überkompensiert** werden können.

Im Idealfall können die gesamten Patentkosten bereits nach wenigen Jahren wieder über die Patentbox «eingespielt» werden, sodass bis zum Ende der Patentlaufzeit hohe zusätzliche Erträge generiert werden können. Für Unternehmen, welche sich aus Kostengründen bislang dagegen entschieden hatten, ihre Innovationen patentieren zu lassen, könnte dieser Schritt in Kombination mit einer Patentbox nun doch noch attraktiv werden.

Mögliche Steuerentlastungen durch eine Patentbox sind jedoch bei weitem nicht der einzige Grund, weshalb die Einreichung einer Patentanmeldung in vielen Fällen ein sinnvolles Investment sein kann. Neben einem **Schutz vor Nachahmung** innovativer Produkte durch Dritte und den damit einhergehenden **Wettbewerbsvorteilen**, können Patente beispielsweise auch für das **Marketing** eingesetzt werden oder **Anreize für Investoren** bieten.

Wann und ob sich eine Patentbox lohnt, muss letztlich immer im Einzelfall betrachtet werden. Als Faustregel kann angegeben werden, dass sich die Patentbox erst lohnt, wenn mit patentierten Produkten eine Gewinnmarge von mindestens 5 % erzielt wird. Die exakte Höhe möglicher Steuerabzüge über eine Patentbox ist jedoch von einer Vielzahl von Einflussfaktoren abhängig, die stets individuell analysiert werden müssen.

Der vorliegende Artikel kann nur einen ersten Überblick über die Patentbox geben und nicht sämtliche Aspekte im Detail beleuchten.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die **Patentbox trotz einiger Hürden und einem gewissen administrativen Aufwand gerade auch für KMU ein sehr interessantes Instrument** sein kann, welches sich in jedem Fall lohnt näher betrachtet zu werden.

Während es zur Entwicklung neuer Ideen oft hilfreich sein kann «out of the box» zu denken, sollte beim anschliessenden Patentierungsentcheid zukünftig also auch die Patentbox mit in die Überlegungen einbezogen werden.

Gerne unterstützen wir Ihr Unternehmen in allen Aspekten des gewerblichen Rechtsschutzes. Im Hinblick auf die Patentbox arbeiten wir mit erfahrenen Steuerexperten zusammen, um Ihnen auch auf diesem Gebiet eine umfassende Beratung anbieten zu können.

 **Patentanwalt Koelliker**

Patentanwalt Koelliker GmbH
Bahnhofstrasse 11 · 6210 Sursee
Telefon 041 545 84 11 · Mobile 077 483 83 25
info@koelliker.biz · www.koelliker.biz



GOLDBACH

Ihre regionale Werbung: unkompliziert und schon ab **CHF 500.-**

So funktioniert's:



Definieren Sie Ihr Werbegebiet und die bevorzugten Medien
(Online, Aussenwerbung, Zeitungen)



Definieren Sie Ihr Budget und die Laufzeit der Kampagne



Wir platzieren und optimieren Ihre Kampagne



Finden Sie die richtige Ansprechperson aus Ihrer Region auf
unserer Webseite oder melden Sie sich jetzt gleich bei uns:
kmu@goldbach.com



Unser Partner für Ihre Krankenversicherung – stets kompetent und persönlich



Möchten Sie als Arbeitgeber attraktive Lohnnebenleistungen bieten? Mit dem Kollektivvertrag der SLKK VERSICHERUNGEN ermöglichen Sie Ihren Mitarbeitenden vergünstigte Krankenkassenzusatzversicherungen abzuschliessen zu können. Diese Möglichkeit haben Sie auch als Verein: Offerieren Sie Ihren Mitgliedern die Versicherungen der SLKK zu vorteilhaften Konditionen.

Ihre Vorteile:

1. Komplettes Versicherungsangebot

Ihre Mitarbeitenden oder Vereinsmitglieder können die Versicherungsdeckung frei nach ihren Bedürfnissen zusammenstellen. Als Versicherte der SLKK profitieren sie dabei von den attraktiven Modellen in der Grundversicherung und von den vielfältigen Möglichkeiten der Zusatzversicherungen.

2. Rabatte auf Zusatzversicherungen

Auf den Zusatzversicherungen «QualiCare», «Medico-Plus» und den Spitalzusatz-Versicherungen gewähren wir 10% Prämienrabatt. Sie helfen Ihren Mitarbeitenden oder Ihren Mitgliedern, das persönliche Haushaltsbudget zu entlasten – ohne dass es Sie als Unternehmen oder Verein finanziell belastet.

3. Familienangehörige profitieren

Familienangehörige inklusive im selben Haushalt lebende Personen können sich ebenfalls unter dem Kollektivvertrag mitversichern und kommen so in den Genuss der Prämienrabatte.

4. Keine administrativen Umtriebe

Mitglieder* des SKV's können sich telefonisch unter 044 368 70 30 oder per eMail partner@slkk.ch direkt bei der SLKK melden. Wir freuen uns auf Sie!

Das Wichtigste in Kürze:

Versichert wie in der Einzelversicherung – jedoch mit 10% Rabatt auf Krankenzusatzversicherungen für Ihre Mitarbeitenden und / oder Vereinsmitglieder.

*Sind Sie noch nicht Mitglied, dann können Sie sich hier anmelden und profitieren: <https://www.kmuverband.ch/mitglieder.html>

SLKK

*vernünftig versichert: die
ehemalige Schweizerische
Lehrerkrankenkasse*

KRANKENKASSE SLKK • SLKK VERSICHERUNGEN

Hofwiesenstrasse 370 · 8050 Zürich
Zentrale 044 368 70 60 · partner@slkk.ch · slkk.ch

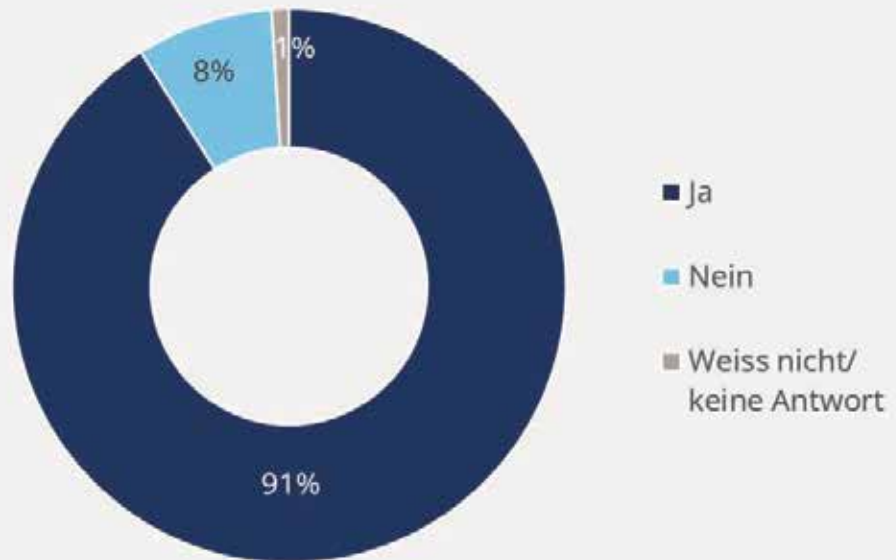
Aktuelle Studie: eBill immer beliebter

Die digitale eBill-Rechnung wird gemäss einer aktuellen Studie in der Schweiz zunehmend beliebter. Denn immer mehr Menschen kennen und nutzen eBill und sind von den Vorteilen überzeugt.

Gemäss den neusten Umfrageergebnissen (Stand Juni 2023) des Forschungsinstituts gfs.bern kennen inzwischen 91% der befragten Personen, die E-Banking nutzen, die digitale eBill-Rechnung.

Kennen Sie eBill?*

91% der Befragten kennen eBill.



*Befragt wurden Schweizer Einwohnerinnen und Einwohner zwischen 18 und 65 Jahren, die E-Banking nutzen.

76% der Befragten sehen den Hauptvorteil von eBill in der Convenience: Das Bezahlen von Rechnungen ist schnell, einfach und bequem. Und auch der Nachhaltigkeitsaspekt ist weiterhin wichtig:

69% sehen einen weiteren Hauptvorteil von eBill in der Reduktion von Papierrechnungen und 48% einen Vorteil für die Umwelt.

Welches sind aus Ihrer Sicht die Hauptvorteile von eBill?*



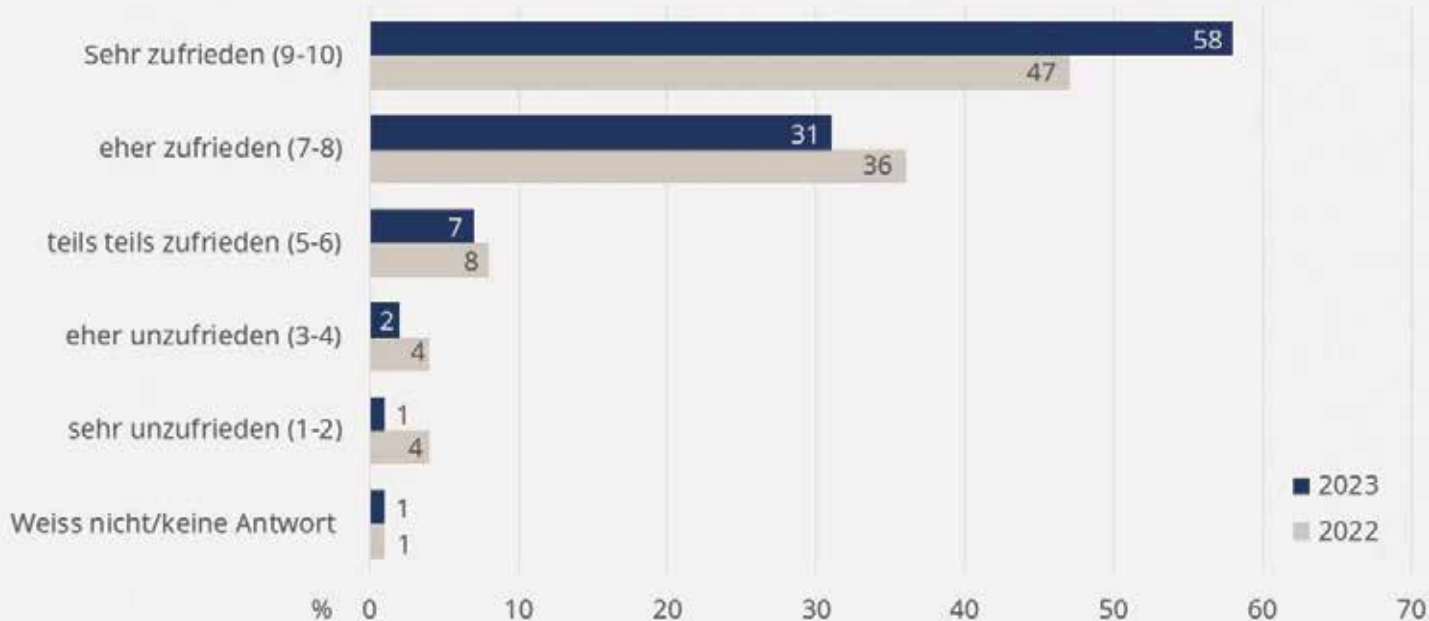
*Befragt wurden Schweizer Einwohnerinnen und Einwohner zwischen 18 und 65 Jahren, die E-Banking nutzen.

Insgesamt ist die Zufriedenheit mit eBill bei den Nutzenden von eBill auf hohem Niveau nochmals gestiegen. Über die Hälfte der Nutzenden ist nämlich sehr zufrieden (Note 9-10 auf einer 10er Skala). Dies entspricht einem Zuwachs von 11 Prozentpunkten gegenüber der Vorjahresbefra-

gung. Besonders zufrieden mit eBill sind die sogenannten «Power-User» (Personen, die monatlich fünf oder mehr Rechnungen mit eBill bezahlen). Diese bewerten eBill mit der Note 10.

Alle Grafiken © gfs.bern, SIX

Wie zufrieden sind Sie mit eBill?*



*Befragt wurden Schweizer Einwohnerinnen und Einwohner zwischen 18 und 65 Jahren, die E-Banking nutzen.

Versenden jetzt auch Sie Rechnungen über eBill und eröffnen Sie Ihrer Kundschaft damit die Möglichkeit, diese gänzlich digital zu empfangen, zu prüfen und zu bezahlen. Aktuell setzen bereits über 2,8 Millionen Schweizer Nutzerinnen und Nutzer auf eBill. Ausserdem können auch Sie als Geschäftskunde von den eBill Vorteilen profitieren.



Für weitere Informationen zur digitalen Rechnung eBill wenden sich Rechnungsteller und Unternehmen an ihre Bank oder einen eBill-Netzwerkpartner.





**Befreien Sie sich
komplett von der
Administration
rund um Löhne,
Versicherungen
und AHV.**

**So einfach bezahlt man
Löhne an Freelancer
und Mitarbeitende.**

PAYROLLPLUS 
Die Lohnplattform für Freelancer und KMU



Erfolgsfaktoren bei der familienexternen Nachfolgelösung



Letztes Jahr war ich Mitglied eines Management-Teams, um eine familienexterne Nachfolgelösung für ein mittelgrosses Unternehmen zu planen und umzusetzen. Ziel war die Zusammenführung und die Integration in eine grössere schweizerische Aktiengesellschaft. Bei diesem Weg wurden viele Themen der bisherigen Organisation hinterfragt und neu ausgerichtet. Eine solche Nachfolgelösung ist somit komplex und anspruchsvoll.

Meist wird der Aufwand einer Übernahme unterschätzt

Die Eckwerte einer familienexternen Nachfolgelösung und der Kaufvertrag wurden zügig festgelegt und vereinbart. Viel umfangreicher wurden die Aufwände, wenn es zu einer Integration der Aufbau- und Ablauforganisation kommt («Post-Merger Integration»). Insbesondere die Gestaltung von Kernprozessen mit betriebswirtschaftlichen Softwarelösungen (e.g. CRM, ERP) erforderte umfangreiche Projektarbeiten. Darum war eine sorgfältige Gestaltung des zukünftigen Betriebsmodells entscheidend für eine belastbare Nachfolgeorganisation.

Durch den Unternehmenskauf sah der Käufer Chancen und war bereit, in die Weiterentwicklung zu investieren. Die neue Eignerstrategie bildete dabei das Dach für die Neuausrichtung. Anschliessend wurde der Grad der Integration, die Geschwindigkeit und die operativen Anpassungen geplant.

Rückblickend resultiert daraus der erste Erfolgsfaktor:

Um das bestehende Geschäft nicht zu gefährden, die Zusammenführung bzw. die Integration in **passende Phasen** unterteilen. Dazu gehört z.B. die Aktualisierung von Arbeitsverträgen, die Schulung von neuen Prozessen oder die Anpassungen in der IT. Dabei wird auch Rücksicht auf alle laufenden Projekte genommen, um von Weiterentwicklungen zu profitieren und Doppelspurigkeiten o.ä. zu vermeiden.

Weitere Erfolgsfaktoren bei der Zusammenführung.

Zukunftsorientiertes Führungsteam:

Das Führungsteam der neuen Organisation gestaltet und trägt die Veränderungen mit. Es lebt die neue Kultur vor. In der Übergangsphase ist für die Neuausrichtung nebst dem Aufrechterhalten des bestehenden Tagesgeschäfts zusätzliches Engagement erforderlich.

Berücksichtigung der Kompetenzen und der Interessen des Verkäufers: Während der Übergangsphase die Kompetenzen des Verkäufers und der bisherigen Firma als Chancen für die Nachfolgeorganisation mitberücksichtigen. Die neue Gesamtorganisation soll von allen Stärken profitieren.

Kommunikation gegenüber Schlüsselkunden: Schlüsselkunden frühzeitig in den Übergangsprozess involvieren, damit die Kontinuität des Geschäfts gesichert werden kann.

Internes Stakeholder Management: Die Themen bei der Zusammenführung bzw. Integration zusammen mit den Fachabteilungen (Finanzen, Personalwesen, Verkauf, Auftragsabwicklung, Beschaffung etc.) bearbeiten, gewichten und priorisieren. Daraus resultieren die passenden Aufgaben und deren Abfolge für die Übergangsphase.

Kommunikation Ziele und Pläne gegenüber Mitarbeitern: Pläne und Ziele für eine gemeinsame Perspektive regelmässig den Mitarbeitern kommunizieren. Damit wird Rücksicht auf die verschiedenen Kulturen genommen und der Veränderungsprozess gelenkt.

Fazit: Wenn sich Käufer und Verkäufer über die strategischen und operativen Konsequenzen bei einer Zusammenführung bzw. Integration von Unternehmen bewusst sind, kann ein besserer Plan für die Umsetzung der Nachfolgelösung gefunden werden. Bei einer Übernahme fällt nicht nur der Kaufpreis, sondern auch Investitionen für die zukünftige Ausrichtung und Veränderungen an. Ob die Transaktion wirtschaftlich erfolgreich ist, zeigt sich erst viele Jahre später. Gerne stehe ich Ihnen mit Rat und Tat zur Verfügung, um auch Ihr Projekt erfolgreich zu gestalten.



Christian Weibel arbeitet seit 3 Jahren als unabhängiger Unternehmensberater. Weiter engagiert er sich als externer Verwaltungsrat und Dozent. Sein Fokus liegt in der Erarbeitung und Umsetzung von Unternehmensstrategien und Digitalisierungen. Davor war er während 25 Jahren in leitenden Positionen für zwei internationale Konzerne und als Unternehmensberater in Zürich tätig. Er ist ausgebildeter Informatik-Ingenieur FH mit den Weiterbildungen Master of Science, Executive MBA (IMD) und VR CAS (HSG).

weibel

UNTERNEHMENSBERATUNG
& MANAGEMENT GMBH

**Weibel Unternehmensberatung
& Management GmbH**

Weingartenstrasse 2 · 9535 Wilen b. Wil
christian.weibel@weum.ch · www.weum.ch

Die OKR-Community

Host und Ambassador der OKR-Circle Community

Bei der Community (Gemeinschaft) handelt es sich um eine Gruppe von Menschen, die durch gemeinsame Interessen, Aktivitäten oder Ziele miteinander verbunden sind. Sie tauschen Informationen, Erfahrungen, Ideen und Meinungen miteinander aus. Die Communities bieten oft eine Umgebung, in der Mitglieder Unterstützung, Rat und Hilfe von anderen erhalten können. Communities können online oder offline, also durch physische Präsenz, existieren und reichen von kleinen, engen Gruppen bis hin zu grossen, globalen Netzwerken.

Der OKR Circle basiert auf der Community, die ergebnisorientiertes Arbeiten in Organisationen ermöglicht, indem Ressourcen, Austausch, Software und nicht zuletzt Bildung bereitgestellt werden. Der OKR-Circle bietet einen Raum, in dem OKR-Interessierte und OKR-Coaches voneinander lernen, Antworten auf ihre Fragen finden, Herausforderungen teilen, Zugang zu allen Informationen erhalten können und sich untereinander vernetzen.

Das Meetup «We love OKR» ist eine vom OKR-Circle organisierte Community Plattform für alle, die bereits Erfahrungen mit OKRs gesammelt haben und den Austausch zu diesem Thema schätzen, oder natürlich auch für OKR-Interessierte, die es gerne noch wollen. Es wird meistens durch ein Beispiel aus der Praxis eröffnet. Es werden Menschen eingeladen, die bereits Erfahrung mit OKRs haben und diese gerne teilen möchten, was gleichzeitig der Türöffner für die gemeinsame, anschliessende Diskussion ist.

Als Host durfte ich beim letzten Meetup Event in Zürich, die Firma Zühlke Engineering AG für den Vortrag gewinnen. Die Gastredner waren Ueli Kleeb (Group Operations Coordinator und Partner) und Adrian Spycher (Organizational Developer & Agile Coach). Die Veranstaltung wurde an ihrem Standort in Zürich durchgeführt und man durfte sich anschliessend beim Apéro, mit dem Gast direkt austauschen und die OKR-Themen weiter vertiefen. Die Erkenntnisse aus diesem sehr spannenden Vortrag kurz zusammengefasst.

- Mit OKRs verbessert Zühlke die Ausrichtung auf strategische Ziele, fördern die Zusammenarbeit in der gesamten Zühlke Gruppe und fokussieren sich auf ihre wichtigsten Themen.
- OKRs wurden zunächst in einzelnen Länderorganisationen unabhängig voneinander eingeführt, bevor sie in der gesamten Zühlke Gruppe zur Zielsetzung und -erreichung übernommen wurden. Ein bedeutender Schritt war die Einführung eines OKR-Tools, das eine klare Visualisierung der Zusammenhänge der Ziele ermöglicht, und allen Mitarbeitenden Transparenz über Ziele und Fortschritte bietet.
- OKRs werden auf verschiedenen Ebenen und mit unterschiedlichen Zeiträumen verwendet: von der Vision und Strategie der Unternehmensgruppe (5 Jahre) über die Strategie der Länderorganisationen (1 Jahr) bis hin zu OKRs auf Organisations- und Teamebene (3 Monate).
- Das Alignment (Ausrichtung) der Ziele erfolgt auf verschiedene Arten, abhängig von den Organisationen und Ländern: durch Informationsveranstaltungen, Leadership-Sessions, Online-Kanäle, direkte Gespräche und das OKR-Tool.

- Das Alignment der OKR-Coaches aller Länderorganisationen zur OKR-Methode zielt darauf ab, die Anwendung von OKRs in der Organisation zu verbessern und zu festigen. Von den OKR-Coaches häufig diskutierte Themen sind der Spielraum vs. Vorgaben für die Umsetzung der Methode, die Identifizierung und Nutzung ungenutzter Potenziale sowie die Eignung von OKRs für verschiedene Teams und Anwendungsfälle.
- Im Q & A Teil drehten sich die Fragen um den Einsatz von KI (Künstliche Intelligenz) beim Setzen von Zielen, um die Rolle von OKR-Tools und um die nächsten Schritte mit OKR. Zühlke arbeitet kontinuierlich weiter daran, die Superpowers von OKR noch besser zu entfalten.

Als Host und Ambassador der OKR-Circle Community ermögliche ich den Zugang zu interessanten und spannenden Vorträgen und den Austausch innerhalb der OKR-Community. Ich setze mich als OKR Master ein, um optimale Bedingungen für eine OKR-Einführung zu schaffen und den Beteiligten im Unternehmen in ihrer Rolle positiv zu unterstützen. Bei OKR und der gesamten Agilität geht es letztlich um ein Mindset. Also eine Haltung und eine Idee, wie Kommunikation und Zusammenarbeit funktionieren. Dabei begleitete ich die Teams als Mentor und unterstütze sie den eigenen Weg zu finden. Ich helfe den Einzelnen, ihr Potenzial auszuschöpfen, und biete gleichzeitig Anleitung und Unterstützung an. Das Ziel ist es, die agilen Werte und Prinzipien weiterzugeben.

Ich bin von der Wirkung von OKR sehr überzeugt, glaube fest an die Kraft der Zusammenarbeit und der Transparenz, welche die intrinsische Motivation enorm steigert. Meine Vision ist, Unternehmen gezielt bei der Erreichung der Ziele mit der Einführung und Umsetzung von OKR zu unterstützen.

Links: <https://www.bluearcher.ch>
<https://okrcircle.org>
<https://www.meetup.com/de-DE/We-love-OKR-Meetup-ZURICH/>



Beitrag & Autor: José Santos
 Founder von Blue Archer - OKR Master



LED IST LEDVANCE

Effiziente Led-Lösungen Für Nachhaltiges Lichtmanagement



Neuer Name, alte Bekannte

Im heutigen Geschäftsumfeld stehen Nachhaltigkeit, Kostenersparnis und energieeffiziente Massnahmen im Fokus. Als Geschäftsführer:in verstehen Sie die Relevanz dieser Themen. Wir bei LEDVANCE bieten Ihnen die ideale Lösung, um diesen Herausforderungen gerecht zu werden: unser professionelles LED-Sortiment.

Ihre Strategie für nachhaltiges Licht

Die Transformation hin zu einem nachhaltigeren Geschäftsbetrieb ist unumgänglich und wir unterstützen Sie dabei tatkräftig. Mit über 100 Jahren Erfahrung sind wir nicht nur ein etablierter Akteur in der Lichtbranche, sondern auch ein Partner, auf den Sie vertrauen können. Unsere professionellen LED-Lösungen ermöglichen Kosteneinsparungen und tragen so auch zur Reduzierung des Energieverbrauchs und der CO₂-Emissionen bei.

Optimieren Sie Ihre Betriebskosten

Wir verstehen, dass die Senkung der Betriebskosten ein entscheidender Aspekt für jedes Unternehmen ist. Unsere professionellen LED-Lampen, Leuchten und Systemlösungen sind darauf ausgelegt, nicht nur eine verbesserte Beleuchtung zu bieten, sondern auch den Energieverbrauch drastisch zu reduzieren. Dies führt zu einer direkten Kostensenkung und unterstützt Ihre finanzielle Gesamtleistung.

Im Einklang mit der Gesetzgebung

Die sich wandelnde Gesetzgebung in Bezug auf Energieeffizienz und Nachhaltigkeit erfordert kluges Handeln. Mit dem EU-weiten Verbot ineffizienter Leuchtmittel sind Unternehmen gefordert, auf moderne Technologien umzusteigen. LEDVANCE ist Ihr verlässlicher Partner in dieser Hinsicht. Unsere LED-Lösungen entsprechen den neuesten Standards und bieten gleichzeitig Flexibilität und Vielseitigkeit für eine reibungslose Umstellung.



Beispiellose Nachhaltigkeit

Unsere Bemühungen um Nachhaltigkeit gehen über die bloße Energieeffizienz hinaus. LEDVANCE setzt auf recycelte Materialien und gesockelte Leuchten, die eine Kreislaufwirtschaft fördern. Dieser ganzheitliche Ansatz hat uns die Silber-Medaille von EcoVadis eingebracht – eine Anerkennung unserer beständigen Verpflichtung zur Nachhaltigkeit.

Vereinfachte Umstellung

Wir verstehen, dass die Umstellung auf LED-Beleuchtung eine strategische Entscheidung ist. Als Geschäftsführer:in haben Sie keine Zeit zu verlieren. Unsere Experten bieten Ihnen nicht nur erstklassige Produkte, sondern auch Beratung und individuelle Lösungen. Von der Lichtplanung bis hin zur Unterstützung bei der Umstellung auf LED-Alternativen – wir begleiten Sie auf jedem Schritt Ihrer Reise.

Sie wollen kein Schlusslicht sein?

Besuchen Sie uns auf www.ledvance.ch und entdecken Sie, wie unsere LED-Lösungen Ihr Unternehmen auf den Weg zu nachhaltigerem Lichtmanagement bringen können. Oder nehmen Sie direkt Kontakt mit uns auf:



LEDVANCE AG

In der Au 6 · 8406 Winterthur · Telefon 052 525 29 92
kundenservice@ledvance.com · www.ledvance.ch

Selbstreflexion: Mit Adlerblick sich selbst optimieren

Die kritische Selbstreflexion zählt zu den wichtigsten Eigenschaften einer jeden Person, die vorankommen will. Der achtsame Blick von oben auf das eigene Tun, auch Adlerperspektive genannt, hilft dem gesamten Unternehmen.

Haben Sie schon einmal vom Kekstest gehört? Die Sozialpsychologin Deborah Gruenfeld von der Stanford University liess Studenten in Dreier-Gruppen über umstrittene Themen diskutieren. Per Los wurde jeweils einer der drei dazu bestimmt, die Meinung der beiden anderen zu bewerten. Er hatte also ein kleines Stückchen Macht bekommen. Als wenig später eine Schüssel mit Keksen gebracht wurde, griffen die ermächtigten Studenten als Erste zu, kauten mit offenem Mund und fanden nichts dabei, den Tisch zu bekrümeln. Ohne sich dessen bewusst zu sein, bekundeten sie so ihren Machtvorsprung.

Wie es zu solchem Verhalten kommt? Macht erzeugt ein gefährliches Hormongemenge, das die Betroffenen – auch ohne es zu wollen – dazu bringt, rücksichtsloser zu werden, sich nicht länger darum zu kümmern, was die anderen denken und mit zweierlei Mass zu messen. Was den Mitarbeitenden niemals erlaubt würde, etwa zu spät zum Meeting zu kommen, nimmt sich der Boss ganz selbstverständlich heraus.

Je höher Beschäftigte in der Hierarchie steigen, desto eher neigen sie auch zur Selbstüberschätzung, zum Zweckoptimismus und, besonders gefährlich, zur Illusion der Unbesiegbarkeit. «Dem ist sein Erfolg zu Kopf gestiegen», sagt der Volksmund so trefflich. Wie man sich davor und vor vielen weiteren Unarten schützt? Durch Selbstreflexion.

Selbstreflexion ist ein Denken höherer Ordnung, das bewusste Einnehmen einer Meta-Ebene, um sich mit sich selbst auseinanderzusetzen. Das eigene Tun wird gleichsam aus grosser Flughöhe betrachtet, um zu wertvollen Erkenntnissen über sich selbst zu gelangen und sein Verhalten kontinuierlich zu optimieren. Die regelmässige Selbstreflexion – allein, im Team und im ganzen Unternehmen – ist eine der wirkungsvollsten Massnahmen, um rasch immer besser zu werden.



Anne M. Schüller:
*Bahn frei für
Übermorgengestalter*
Gabal Verlag 2022
216 S. 24,90 €
ISBN 978-3967390933

Mit Adлераugen über sich selbst reflektieren

Der achtsame Blick von oben auf das eigene Tun wird auch Adlerperspektive genannt. Gehen Sie immer dann, wenn Sie mit Anderen mündlich oder schriftlich kommunizieren, kurz „eine Etage höher“ und fragen Sie sich: Ist es wirklich zielführend, was ich da gerade tue? Denken Sie dabei wie ein guter Schachspieler zwei bis drei Züge voraus. Verlassen Sie die ichbezogene Sichtweise. Begeben Sie sich in die Situation des Anderen – und fragen Sie sich:

- Was wird das, was ich gerade sage/tue, bewirken?
- Wie wird/kann ein anderer das, was ich sage/tue, verstehen?
- Was wird er/sie daraufhin wahrscheinlich denken oder tun?
- Ist dies erstrebenswert und das von mir Gewünschte?
- Was muss/kann ich ändern, damit das Gewünschte entsteht?
- Lebe ich selbst vor, was ich bei anderen erreichen will?
- Was kann ich dazu bei mir selbst jetzt gleich verbessern?
- Wie kann ich sicherstellen, dass diese Verhaltensänderung anhält?

Sie haben sich bei einer unglücklichen Wortwahl erwischt? Das kann man sofort korrigieren, etwa so: „Uiii, ich glaube, da hab ich mich grad vergaloppiert. Ich formuliere um ... Oder so: «Oh, sorry, das war unangemessen. Ich geh nochmal auf Start». Oder so: «Das habe ich ungünstig ausgedrückt, bitte entschuldigen Sie.»

So manches kommunikative Desaster lässt sich vermeiden, wenn man die Adlerperspektive systematisch in die tägliche Arbeit integriert. Zudem braucht unser Denkapparat eine Vielzahl von Wiederholungen, um etwas dauerhaft zu speichern. Durch Übung rutscht erwünschtes Verhalten vom Bewussten ins Unterbewusstsein und wird wie bei einem Autopiloten von selbst abgespult. Damit Abläufe also gewandter, schneller und effizienter werden, trainiert man am besten bewusst und gezielt. Rituale, Routinen und repetitives Üben sorgen dafür, dass man sich fortwährend selbst optimiert.

Die Meta-Ebene – für Führungskräfte elementar

Vor allem Führungskräfte müssen ständig und ganz gezielt darauf achten, wie sie wirken. Denn was sie vorleben, machen andere nach. So prägen sie auch die Kultur des Miteinanders im Unternehmen. Viele Führungsprobleme könnten vermieden werden, würde der eigene Anteil an dem, was passiert, mehr in den Fokus gerückt. Etwa so:

- Sind meine Mitarbeitenden initiativlos, weil ich so bestimmend bin?
- Sind sie deshalb so ruhig, weil ich ihre Meinung nicht gelten lasse?
- Kommen keine Ideen von ihnen, weil ich immer alles besser weiss?

Wer Wandel will, muss zunächst reflektieren, wie er selbst zum Wandel steht, damit alle im Team sich eingeladen fühlen, Neues zu wagen. Hier helfen folgende Fragen:

- Kann ich mit Andersartigkeit umgehen? Und wie zeige ich das?
- Welchen Spielraum gebe ich, damit Freigeister sich manifestieren?
- Kann ich Vorstösse akzeptieren, die mir persönlich nicht gefallen?
- Bedeutet es Lebensqualität, von mir geführt zu werden?

Jeder Mensch hat Persönlichkeitsanteile, die sich der eigenen Wahrnehmung entziehen, von Dritten aber gut erkannt werden können. Dieses Phänomen nennt man «blinde Flecken». Diese können durch einfühlsame Gespräche oder über eine Selbstbild-Fremdbild-Analyse sichtbar gemacht werden. Hierbei beurteilt man sich zunächst selbst. Danach werden Dritte aus dem Umfeld gebeten, ehrliches Feedback zu geben.

Wettbewerbsvorteile durch Prozessoptimierung sichern



Foto: iStock.com

Prozessoptimierung ist ein zentraler Aspekt für Unternehmen. Nur diejenigen Unternehmen, die sich konstant weiterentwickeln und an neue Gegebenheiten anpassen, sind ihren Wettbewerbern einen entscheidenden Schritt voraus und werden langfristig erfolgreich sein. Die damit einhergehende Optimierung von Prozessen gehört deshalb zu den wichtigen strategischen Aufgaben jedes Unternehmens. Dokumentenmanagementsysteme können dabei unterstützen.

In vielen Unternehmen stapeln sich noch immer Unmengen von Papierdokumenten. Die Suche nach bestimmten Informationen gestaltet sich so oft mühsam und zeitaufwendig. Darüberhinaus sind papierbasierte Prozesse fehleranfällig und führen häufig zu Verzögerungen, da Dokumente verlegt oder mehrfach erstellt werden. Das Ergebnis: ein höherer Arbeitsaufwand, potenzielle Fehler und ein Mangel an Transparenz. Genau hier setzt Prozessoptimierung an. Der Begriff Prozessoptimierung beschreibt eine systematische Vorgehensweise, um Arbeitsabläufe in Unternehmen zielgerichtet zu verbessern und deren Effizienz und Effektivität zu steigern.

Dokumentenmanagement zur Optimierung von Prozessen

Ob HR, Sales oder Finanzen – alle Abteilungen eines Unternehmens sind auf einen flüssigen und zuverlässigen Informationsaustausch angewiesen, um so zur richtigen Zeit die richtigen

Entscheidungen zu treffen. Moderne Dokumentenmanagementsysteme (DMS) unterstützen an dieser Stelle und bieten weit mehr als nur das sichere Speichern, Bearbeiten und Archivieren von Dokumenten. Automatisierte Prozesse innerhalb des DMS sind vielmehr ein effizienter und effektiver Weg, Arbeitsabläufe produktiver zu gestalten. Das Portfolio reicht dabei von der automatisierten Erfassung und Überprüfung von Belegen bis hin zur Abbildung und Automatisierung systemübergreifender Abläufe wie beispielsweise eines automatisierten Rechnungsdurchlaufs. Unternehmen können dadurch nicht nur Zeit und Ressourcen sparen sowie Fehler durch manuelle Prozesse vermeiden, sie stellen ausserdem sicher, dass Mitarbeitenden durch die Automatisierung alltäglicher Routineaufgaben mehr Zeit für anspruchsvolle Tätigkeiten bleibt.

Moderne DMS bieten ausserdem fortschrittliche Sicherheitsfunktionen, um vertrauliche Informationen zu schützen. Zugriffsrechte können festgelegt werden, um sicherzustellen, dass nur autorisierte Personen auf bestimmte Dokumente zugreifen können. Eine lückenlose Nachverfolgbarkeit von Dokumenten und die Einhaltung gesetzlicher Anforderungen wird ebenfalls durch ein DMS unterstützt.

Prozessoptimierung lohnt sich

Die Einführung eines Dokumentenmanagementsystems erfordert eine sorgfältige Planung und Vorbereitung. Es ist wichtig, die individu-

ellen Anforderungen und Prozesse des Unternehmens zu kennen, um die richtige Lösung auszuwählen und optimal zu konfigurieren. Es ist nicht ausreichend, dass ein Dokumentenmanagementsystem bestehende analoge Prozesse digitalisiert. Eine höhere Produktivität ist erst dann gegeben, wenn die Zusammenarbeit innerhalb der Teams und Abteilungen gefördert wird.

Die kontinuierliche Optimierung von Strukturen und Abläufen ist die Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen und damit unerlässlich, um langfristig im Wettbewerb zu bestehen. Dokumentenmanagementsysteme wie von DocuWare leisten im Zuge dessen einen wertvollen Beitrag zur Prozessoptimierung, indem sie Unternehmen dabei unterstützen, schnelle Entscheidungen zu treffen und dynamisch im Markt zu agieren.

Gerade in Zeiten des digitalen Wandels wird dieses Thema für alle Branchen immer bedeutender – ob für Grosskonzerne, kleine bis mittelständische Unternehmen oder Start-ups.



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

So leicht ist Rechnung.



**Rechnungen jetzt
direkt im E-Banking
erhalten und bezahlen.**

eBill ist die digitale Rechnung für die Schweiz. Dadurch erhalten Sie Ihre Rechnungen nicht mehr per Post oder E-Mail, sondern direkt im E-Banking – genau dort, wo Sie diese auch bezahlen. Mit wenigen Klicks Rechnungen prüfen und bezahlen, während Sie stets die vollständige Kontrolle behalten.

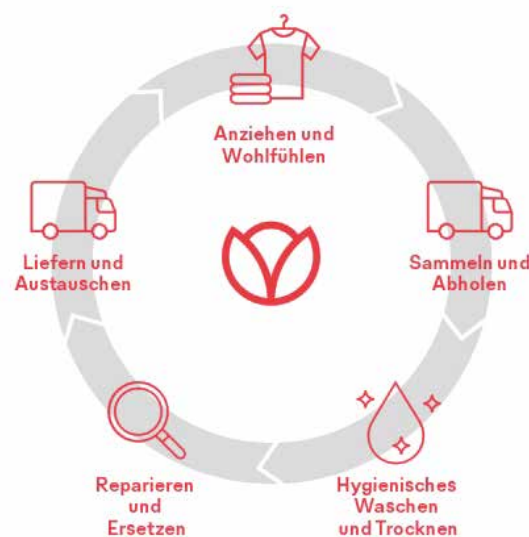
Aktuell setzen über 2,7 Millionen Schweizer Rechnungsempfängerinnen und -empfänger auf eBill. Wechseln jetzt auch Sie auf die digitale Rechnung der Schweiz und machen dadurch Ihr Leben ein wenig leichter.



eBill.ch

eBill. Die digitale Rechnung für die Schweiz.

Rundum-Service und sichere Textillösungen für Industrie- und Produktionsbetriebe



Berufskleidung Mewa Peak aus ressourcenschonenden, nachhaltigen Materialien. Im Kreislaufsystem von Holen, Waschen, Instandhalten und Bringen der Textilien. (Foto: Mewa)

Textil-Service rechnet sich auch für kleine Betriebe Egal, ob im Handwerk, Handel oder in der Maschinenindustrie, der gewerbliche Einsatz von Betriebstextilien im Rundum-Service ist inzwischen auch für kleine Unternehmen eine überzeugende Alternative zum Kauf.

Rundum bedeutet in diesem Fall, dass ein Textildienstleister wie Mewa sowohl Berufs- und Schutzkleidung, als auch Putztücher, Ölauffangmatten oder Fussmatten für den betrieblichen und wirtschaftlichen Einsatz zur Verfügung stellt. Dabei übernimmt Mewa Auslieferung, Pflege und Aufbereitung sowie die gesamte Logistik und entlastet auch Kleinbetriebe erheblich.

Ein komplettes Produkt- und Dienstleistungsportfolio

Kleinbetriebe stehen für ihr Dienstleistungsangebot genauso professionell wie Grosse. Mit dem Unterschied, dass ihnen oft die erforderliche Infrastruktur für ein effektives und gezieltes Management der im Betrieb eingesetzten Textilien fehlt. Dabei gibt es gute Gründe, das Thema Industrietextilien und Berufskleidung auf der Basis von «nutzen statt besitzen» neu zu denken und den Rundum-Service von Mewa zu prüfen. «Wir rechnen ganz im Sinne unserer Kunden, deshalb rentiert sich unser Angebot bereits für kleine Betriebe. Und der Einsatz von Betriebstextilien im Mewa-Service-System überzeugt nebst der Kosteneffizienz auch mit Flexibilität, Entlastung, Versorgungssicherheit und Nachhaltigkeit», erklärt Patrick Ritter, Kfm. Geschäftsführer von Mewa Schweiz.

Berufskleidung:

Das Team von Profihand einkleiden lassen

«Wir bieten ein bewährtes Dienstleistungs-Paket für verschiedenste Branchen und Berufe. Der Kunde kann aus unterschiedlichen Kollektionen auswählen, wie es modisch, funktional und preislich passt. Dabei werden auch Fragen geklärt wie Menge, Grösse, Farbe, Anforderungen an die Kleider, Umfang der benötigten Dienstleistung, aber auch Details wie Firmenlogo oder Name des Mitarbeiters oder der Mitarbeiterin», so Patrick Ritter. Gut zu wissen: Jeder Mitarbeitende erhält seine persönliche Kleidung in mehreren Garnituren, so liegt immer mindestens eine saubere Ausstattung zum Anziehen bereit. Die getragene Kleidung wird abgeholt, fachgerecht gewaschen, instandgesetzt und frisch aufbereitet wieder angeliefert. So muss sich das Team weder um Waschen, Ausbessern oder Nachkaufen kümmern. Und Arbeitskleidung braucht Ordnung: Mangelnder Stauraum lässt sich optimal kompensieren – mit den Wäscheschränken von Mewa kann Kleidung einfach und sicher gelagert werden.

Das High-Tech-Produkt «Putztuch»

Täglich werden tausende Putztücher von Mewa in Industrie, Werkstätten und Handwerk verwendet. Angeboten werden sie im Mehrwegsystem und in vier Varianten: Mewatex, Mewatex Plus, Mewatex Ultra und Mewa Protex. Alle wurden speziell entwickelt und mit spezifischen Eigenschaften ausgestattet, abgestimmt auf den jeweiligen Einsatzbereich. Und jedes für sich ist besonders effektiv bei der Reinigung von hart-

näckigen Verschmutzungen und Ölen oder der Bearbeitung sensibler Oberflächen. Es hält bis zu 50 Wäschen ohne Qualitätsverlust stand. Daraus resultiert weniger Abfall und im Vergleich zu Einwegtüchern eine bessere Ökobilanz. Zum Rundum-Service gehören die Erstausrüstung nach Bedarf, pünktliches Anliefern und Abholen der Tücher zu fest vereinbarten Terminen sowie fachgerechtes Waschen und wieder Liefern.

Alles unter Kontrolle, einfach und bequem

Rundum-Service als eine industrielle Dienstleistung ist der tägliche Begleiter für alle, die bei Mewa arbeiten. Zertifizierte Prozesse in den Wäschereien, ein nachhaltiger Service-Kreislauf und eine ausgeklügelte Logistik sorgen für eine hygienische und sichere textile Versorgung der Mewa-Kunden. Qualität und Sicherheit fallen dabei ebenso ins Gewicht wie die zuverlässige Auslieferung und logistische Entlastung der Kunden. Professioneller Service auf der ganzen Linie, ganz nach Bedarf und bis ins Detail durchdacht. Grund genug, bei der Versorgung nichts dem Zufall, sondern alles den Profis zu überlassen.



MEWA Service AG

Wiggermatte 4 · 4665 Oftringen
Telefon 062 745 19 00
info@mewa.ch · www.mewa.ch

miiting.com revolutioniert Ihr Business Networking mit drei neuen Funktionen

Die B2B-Plattform www.miiting.com hat drei neue Funktionen eingeführt, mit dem Sie Ihr Business Networking auf einen neuen Level bringen. Konkret können Sie Ihr Produkt/Dienstleistung für den automatisierten Verkauf erfassen, Direktkontaktanfragen an [miiting.com](http://www.miiting.com) Mitglieder versenden und Offerten für Produkt/Dienstleistung bestellen oder offerieren. Erfahren Sie jetzt, von welchen Nutzen Sie direkt profitieren:

1. Mein Verkauf

Mit «Produkt/Dienstleistung zum Verkaufen erfassen» können Sie Ihr Angebot sichtbar für Kaufinteressenten machen. Mit dieser neuen Funktion müssen Sie nicht zuerst teure Ads schalten oder zeitaufwendige Werbekampagnen durchführen, sondern werden bei Bedarf direkt durch potenzielle Käufer automatisch gefunden.

2. Meine Kontaktanfragen

Durch «Kontaktanfrage» können Sie direkt [miiting.com](http://www.miiting.com) Mitglieder für ein erstes Gespräch kontaktieren. Der Empfänger kann zwischen «Ja, kontaktiere mich» oder «Nein, zurzeit nicht» auswählen. Bei Kontaktzusage entfällt die «kalte» Kontaktaufnahme, weil Sie bei Zusage direkt ins Gespräch kommen.

3. Meine Offerten

Dank «Meine Offerten» erhalten Sie die zwei Möglichkeiten, um Offerten als Kaufinteressent zu bestellen oder als Lieferant Ihr Produkt/Dienstleistung zu offerieren:

A. Offerte bestellen: Sie können als möglicher Kaufinteressent auf Knopfdruck, zu jeder Zeit und von überall Offerten für Produkt/Dienstleistung bestellen – die Offerten erhalten Sie automatisch von möglichen Lieferanten. Vorbei ist die Zeit, bei der Sie «nur» während Büroöffnungszeiten Offerten bestellen konnten.

B. Offerten erstellen: Sie können als Lieferant nach Offerten Anfragen suchen und Ihr Produkt / Dienstleistung direkt offerieren – Dadurch erhalten Sie automatisch Offerten Anfragen. Genial, den dadurch entfällt für Sie die frustrierende Suche nach neuen Kunden und Aufträgen.

Als **ERFOLG**-Leser können Sie sich jetzt kostenlos und sicher auf www.miiting.com anmelden und die neuen Funktionen mit der PREMIUM-Variante bis und mit dem 31. Dezember 2023 gleich selbst kostenlos testen. Nach diesem Datum werden Sie automatisch auf die kostenlose FREE-Variante heruntergestuft. Melden Sie sich noch heute an und profitieren Sie als Business Netzwerker von dieser Möglichkeit.



Andreas Roth von www.plusviereins.ag
«Auf dieser Plattform kann ich Geschäftspartner gezielt und bequem finden und mein Netzwerk ausbauen. Man findet schnell jegliche Branche für sein Anliegen.»



Steven Huck von [hwp-consulting.com](http://www.hwp-consulting.com)
«Sehr coole Kontakte durch [miiting.com](http://www.miiting.com) geknüpft und dadurch in einem sehr grossen Unternehmernetzwerk gelandet. Eine super Skalierungs-Möglichkeit für mein Unternehmen.»



Sandro Kurmann, Web- & Grafikdesigner von www.desandro.ch
«Auf [miiting.com](http://www.miiting.com) möchte ich mein Netzwerk ausbauen, neue Kontakte kennenlernen und Geschäftsmöglichkeiten finden.»

miiting.com

Hier finden Business Netzwerker neue Kontakte und Geschäftsmöglichkeiten

miiting.com

miiting.com
c/o Home of Coworking GmbH
Tessinerplatz 7 · 8002 Zürich
info@miiting.com · www.miiting.com

Jetzt kostenlos und sicher anmelden!

www.miiting.com

CRIF berechnet ESG-Scores für alle im Schweizer Handelsregister eingetragenen Kapitalgesellschaften



Die Europäische Union erlässt immer strengere Vorschriften zum Klimaschutz und zu ESG-Vorgaben. Dadurch sind Schweizer Zulieferer immer stärker betroffen. Auch in der Schweiz sind ab dem nächsten Jahr Grossunternehmen verpflichtet, in ihrer nichtfinanziellen Berichterstattung auf Klimabelange einzugehen und über diese in einem gesonderten Report Auskunft zu geben.

CRIF Schweiz, ein anerkannter Dienstleister im Risikomanagement, steht ihren Kunden auch bei diesen Herausforderungen zur Seite. Neu stehen für alle im Schweizer Handelsregister eingetragenen Kapitalgesellschaften ESG-Scores zur Verfügung, die eine erste Einstufung der ESG-Performance des Unternehmens vorgibt. Die knapp 470'000 bewerteten Unternehmen wurden im letzten Monat über die entsprechende Einstufung informiert und die Kunden von CRIF können ab September diese Informationen im erweiterten Risikomanagement für die Bewertung von Lieferanten und Geschäftspartnern nutzen. Dabei ist allen Nutzern klar, dass es sich dabei nicht um absolute Werte handelt, sondern um eine erste Indikation der ESG-Performance.

Wie kommt der ESG-Score zustande?

Bei der Berechnung des ESG-Scores folgt CRIF den Leitlinien der Europäischen Bankenaufsichtsbehörde. Dabei wurden CRIF-eigene Daten verwendet (z.B. Zusammensetzung der Geschäftsleitung, zeichnungsberechtigte Personen, männlich/weiblich, Website-Informationen zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen via Web-Crawler, Umsatzschätzungen usw.) sowie weitere öffentlich verfügbare Daten, wie z.B. Energieverbrauch im Branchendurchschnitt angelehnt an Unternehmensgrösse/Umsatz, Informationen zum Standort, Energiemix der Schweiz usw. Der ESG-Score setzt sich aus einer Vielzahl von Datenpunkten zusammen, der dann aggregiert eine erste Einstufung zwischen A und E ausgibt.

Was haben KMU von dieser ersten Einschätzung?

Schweizer Grossunternehmen benötigen ESG-Informationen für ihre Berichterstattung, gerade auch von ihren Lieferanten, viele davon KMU, die nicht direkt betroffen sind von den gesetzlichen Nachhaltigkeitsanforderungen. Um sowohl den Grossunternehmen als auch KMU bei diesen

Bestrebungen entgegenzukommen, sind die ESG-Scores von CRIF entwickelt worden. Für die KMU ist es eine erste Indikation ihrer ESG-Performance, für Grossunternehmen eine erste Annäherung, Licht in ihre Lieferkette zu bekommen. Es ist ein erster Schritt, und im Vergleich zum europäischen Ausland, ein kleiner. Denn dort erhalten Unternehmen zum Beispiel erst dann eine Neufinanzierung von ihrer Bank, wenn sie ein entsprechendes Nachhaltigkeitsrating vorlegen. Soweit sind wir in der Schweiz noch nicht.

Der ESG-Score gibt eine erste Einschätzung. Für detaillierte Informationen und Auskünfte zu den tatsächlich getroffenen Nachhaltigkeitsaktivitäten steht die ESG-Plattform Synesgy den Unternehmen zur Verfügung. Diese folgt international relevanten ESG-Standards und ist international anerkannt über die GRI (Global Reporting Initiative) und UN Global Compact.

Wie profitieren SKV Mitglieder?

Mitglieder des SKV haben weiterhin die Möglichkeit, die Synesgy Plattform zu einem Vorzugspreis zu nutzen und können sich so mit einem Zertifikat schmücken, welches den internationalen Richtlinien entspricht. Dabei ist in einem ersten Schritt die Abschlussnote, ob A, C oder D, noch gar nicht relevant. Jedes KMU mit ESG-Zertifikat zeigt, dass es sich seiner Verantwortung für Nachhaltigkeit aber auch für die Erfüllung seiner Kundenanforderungen an internationale Reporting-Standards verpflichtet fühlt und seinen Teil dazu beiträgt. Gerade Grossunternehmen im Kundenstamm wissen dies zu schätzen, denn gerade bei diesem Kundenkreis wird der Druck auf Transparenz und Offenlegung in der Lieferkette immer grösser.

www.synesgy.ch/skv



CRIF AG

Hagenholzstrasse 81 · 8050 Zürich
www.crif.ch



Roger Basler, CEO Meier Tobler, im Interview von Bob Buchheit



Roger Basler, CEO Meier Tobler. (Foto: zvg)

Moneycab.com: Herr Basler, unter dem Strich hat Meier Tobler mit einem Plus von 39 Prozent (16 Millionen Franken) beim Erstsemester-Reingewinn die Analystenschätzungen deutlich übertroffen. Wird das zweite Halbjahr wegen des Basiseffektes schwieriger?

Roger Basler: Wir erwarten im zweiten Halbjahr zwar eine Abschwächung des Wachstums, aber trotzdem ein Resultat im Rahmen des letztjährigen zweiten Halbjahrs. Schwächere Baukonjunktur, höhere Lohnkosten, Mehrkosten durch den Umzug der bisherigen Logistik-Standorte und natürlich ein starkes Vorjahr als Vergleichsbasis beeinflussen diese Sicht. Persönlich sehe ich das aber positiv – der starke Wille zur Heizungssanierung ist in der Schweiz ungebrochen und der Markt intakt.

Ersetzt jetzt der Lohndruck den Druck durch die höheren Rohstoffpreise?

Die beiden Dinge sind schwer vergleichbar. Steigende Einkaufspreise geben wir bestmöglich dem Markt weiter. Steigende Lohnkosten müssen wir mit Produktivitäts- und Effizienzsteigerungen zu kompensieren versuchen. Das gelingt uns bisher gut.

Wie geht Meier Tobler mit Fachkräftemangel um?

Wir versuchen als Arbeitgeber attraktiv zu bleiben. Dahinter steckt ein ganzer Strauss von Massnahmen. Es freut mich übrigens sehr, dass wir in unserer gerade bei den Mitarbeitenden durchgeführten Umfrage sehr positive Signale erhalten haben. Zudem erhöhen wir unsere Anzahl an Lernenden stark.

Die stark gestiegenen Einkaufspreise und Gemeinkosten konnten Sie ja in den letzten Jahren immer wieder durch höhere Verkaufspreise «vollumfänglich» kompensieren. Ich nehme an, das gilt auch weiterhin?

Selbstverständlich. Aber ich möchte auch anfügen, dass intern ein striktes Kostenmanagement und das Realisieren von Produktivitätsgewinnen dazugehören.

Wärmepumpen laufen wie Wasser. Hat die hitzige Heizungsgesetzdiskussion in Deutschland, die ja auch in der Schweiz Aufsehen erregte, Einfluss auf Ihr Schweizer Geschäft?

Davon gehe ich nicht aus. Die Schweizer Politik setzt seit Jahren auf Förderung und nicht

auf angedrohte oder umgesetzte Verbote wie in Deutschland. Die Schweiz ist zwar bei den Verordnungen ein gewollt föderalistischer, kantonaler Fleckenteppich – aber heute unterstützen gut greifbaren Förderungen die Dekarbonisierung. Die Schweiz wird in diesem Jahr wohl weniger als 10 Prozent fossile Wärmeerzeuger installieren und damit klarer Vorreiter sein. In Deutschland werden geschätzt wohl immer noch zwei Drittel Gas- und Ölheizungen verkauft.

«Der starke Wille zur Heizungssanierung ist in der Schweiz ungebrochen und der Markt intakt.»

Roger Basler, CEO Meier Tobler

Gibt es auf technischer Seite da Neuigkeiten?

Die Hersteller bewegen sich zu höherer Effizienz, reduziertem Schall und Design. Auf unserer Seite liefern wir seit anfangs Jahr sämtliche Wärmepumpen mit unserem eigenen Steuerungs- und Fernüberwachungstool SmartGuard. Neben dem Sorglospaket für Liegenschaftsbewohnerinnen und Bewohner optimiert SmartGuard den Betrieb der Wärmepumpe und reduziert den Energieverbrauch.

Mittlerweile hat sich die Versorgungslage und damit auch der Preis beim Erdgas entspannt. Haben darum Gasbrennwertkessel eine grosse Zukunft?

Der Entscheid, «weg von fossilen Wärmeerzeugern» ist einerseits von vielen privaten Hausbesitzerinnen und -Besitzern mit dem Ziel einer grösseren Versorgungsunabhängigkeit gefällt worden. Andererseits sicher auch, um unserem Schweizer Ziel der Klimaneutralität einen Schritt näher zu kommen. Zudem bleibt die Wärmepumpe in der Betrachtung der Totalkosten auf lange Sicht die wohl günstigste Lösung.

«Kühlen wird zunehmend eine wichtige Rolle spielen. Moderne Wärmepumpen sind heute schon fähig, im Sommer zu kühlen.»

Sie haben viel in IT investiert. Betrifft das vor allem den Geschäftsbereich Handel?

Nein, wir treiben die Digitalisierung in allen vier Geschäftsbereichen bestmöglich voran. Sei dies mit unserem hochautomatisierten neuen Lager, mit Robotern in der Logistik oder mit

künstlicher Intelligenz bei der Rechnungserfassung und an vielen anderen Schnittstellen. Das «grosse IT-Projekt» führt unsere beiden bisherigen SAP-Systeme zusammen. Dazu bauen wir neu einen digitalen Kern auf Basis von SAP S/4Hana.

Wird der Geschäftsbereich Klimasysteme in den nächsten Jahren durch die immer häufiger auftretenden Klimakapriolen zusätzliche Dynamik entfalten?

Kühlen wird zunehmend eine wichtige Rolle spielen. Moderne Wärmepumpen sind heute schon fähig, im Sommer zu kühlen. Unsere Geschäftseinheit Klimasysteme ist auf grosse Projekte fokussiert, wie Rechenzentren. Diese brauchen und brauchten schon immer eine Kühlung, auch ohne Klimakapriolen. Für uns gilt es hier, die Effizienz zu steigern und den Energieverbrauch zu senken.

Welche Einsparungen bringen die Konzentrierung der Hauptsitze von Meier Tobler auf Schwerzenbach/Zürich und des Dienstleistungszentrums auf Oberbuchsitzen/Solothurn in Franken?

Die Hauptsitzverlegung ist eine Folge der Schliessung unseres Logistikstandortes Nebikon und bleibt ohne direkte Kostenvorteile. Das neue Dienstleistungszentrum in Oberbuchsitzen ersetzt die beiden heutigen Standorte Nebikon und Däniken und bringt eine klare Kosteneinsparung im mittleren einstelligen Millionenbetrag.

«Die Schweiz ist zwar bei den Verordnungen ein gewollt föderalistischer, kantonaler Fleckenteppich – aber heute unterstützen gut greifbare Förderungen die Dekarbonisierung.»

Meier Tobler ist ein auf den Schweizer Markt fokussierter Haustechnik-Anbieter. Das Unternehmen wurde 1937 gegründet und beschäftigt heute rund 1300 Mitarbeitende.

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

Anzeige



Ein Zahlungssystem, das keine Nerven kostet. Ist doch ganz normal.

Unternehmen bewegen uns und wir sie.
postfinance.ch/zahlungssystem

PostFinance

Einzigartige Erfolgspositionierung

Interview mit Martin Aue



Eine klare Positionierung holt ein Unternehmen aus der Vergleichbarkeit und ermöglicht es, mit höheren Preisen profitabler zu arbeiten. Sie beschreibt den Prozess, durch den Unternehmen ihre Produkte oder Dienstleistungen in den Köpfen der Zielgruppe einzigartig und attraktiv gestalten. Im Interview führt Martin Aue aus, wie eine Positionierung wirkt und wie sie erarbeitet wird.

Der Markt ist voll mit verschiedenen Anbietern – unabhängig vom Produkt. Solange man kein brandneues Produkt entwickelt, das jeder braucht oder eine erfolgsversprechende Nische für sich entdeckt, ist eine Positionierung unerlässlich. Konkret geht es darum, wofür ein Unternehmen oder ein Produkt steht und wie es sich von der Konkurrenz abhebt. Ein Beispiel: Wenn eine Malerei sagt, dass sie gute Qualität zu einem fairen Preis verkauft, wird sie wahrscheinlich in ihrer Region nicht das einzige Geschäft sein, welches mit dieser Aussage wirbt. Die Firmen sind also aus Kundensicht vergleichbar. Der Kunde entscheidet also über den Preis oder per Sympathiebonus. Wenn also die günstigste Offerte von jemandem anderes kommt oder der Anbieter kein Glück hat, verliert er den Auftrag. Wichtig ist also, dass sich eine Firma abhebt indem sie beispielsweise etwas Einzigartiges kann. So steht zum Beispiel die eine Pizzeria für ein romantisches Ambiente und italienisches Dolce Vita, die zweite für Angebotsvielfalt mit 50 verschiedenen Pizzen, in der dritten arbeitet der Weltmeister im Pizzabacken und in der vierten gibt es am Mittag schnell und günstig über die Gasse etwas in den Magen. In jedem der vier Betriebe gibt es Pizza, aber nicht jeder Anbieter steht für das gleiche. Es werden unterschiedliche Menschen mit unterschiedlichen Bedürfnissen angesprochen. Doch wie wird eine Positionierung Schritt für Schritt erarbeitet?

Wie wird ein Unternehmer auf das Thema Positionierung aufmerksam?

Martin Aue: Viele KMU klagen über abwandernde Kunden und über zunehmenden Preisdruck. Wer Offerten schreibt und die Aufträge nicht erhält, ist schlecht positioniert. Es gibt Unternehmer, die den ganzen Tag rechnen und sich mit einer miserablen Offertabschlussquote von 10 bis 20 Prozent begnügen. Mit einer guten Positionierung sind jedoch Abschlussquoten von über 50 Prozent möglich – oft erlebe ich nach Neupositionierungen Veränderungen auf einen doppelt so hohen Wert wie vorher. Ein weiterer Hinweis ist, wenn Unternehmer Mühe haben, ihre Preise

durchzusetzen. Sowohl tiefe Offertabschlussquoten als auch Preisdruck sind Zeichen von Vergleichbarkeit. Diese wiederum ist das Gegenteil von Positionierung. Wer gut positioniert ist, hebt sich von seinen Mitbewerbern ab, und dies – das ist entscheidend – aus der Sicht seiner Kunden.

Warum ist die Positionierung für KMU wichtiger als bei Grossunternehmen?

Grosse Marktteilnehmer können sich schon durch ihre Grösse positionieren. Und wenn keine Alleinstellung möglich ist, kann viel Werbedruck den gleichen Effekt haben. Das Resultat ist, dass Interessenten in einem Bereich fast nicht um einen bestimmten Anbieter herumkommen. Als KMU gibt es nur den Weg der Spezialisierung. Es geht darum, in einem bestimmten Markt zu sagen: «Hier sind wir stark – hier machen wir etwas anders als alle andern.» In dieser Nische kann sich das Unternehmen dann breitmachen. Resultat ist ein höheres Preisniveau bzw. weniger Rabatte sowie spezifischere Kundenanfragen.

Welches ist die Schwierigkeit der Spezialisierung?

Das Problem ist, dass viele Angst haben, Kunden zu verlieren, wenn sie sich auf bestimmte Bereiche oder Themen spezialisieren. Das Gegenteil ist aber der Fall. KMU verlieren Kunden, wenn sie sich nicht von ihren Mitbewerbern abheben. Viele Alleskönner machen vergleichbare Angebote. Für den Kunden sind solche Gemischtwarenläden schwer zu unterscheiden. Und weil wirkliche Argumente für den einen oder den anderen fehlen, entscheidet der Interessent über den Preis. Diese Situation ist nicht neu. In den letzten Jahren kamen aber noch Globalisierung und die Internetnutzung der Kunden dazu. Dadurch geht das Vergleichen noch transparenter und schneller. Wenn der Kunde dann viele Angebote eingeholt hat und vor lauter Bäumen den Wald nicht mehr sieht, landet er umso öfter beim Spezialisten.

Sie sagen, dass das Thema Positionierung für KMU entscheidend ist. Worum geht es genau?

Ich verstehe darunter eine Alleinstellung der ganzen Firma und nicht ein Alleinstellungsmerkmal durch ein einzigartiges Produkt oder Angebot. Die Frage ist, welche Punkte ein Unternehmen von anderen unterscheiden. Die meisten Firmen befassen sich nicht bewusst mit ihrer Positionierung. Sie beschäftigen sich aber mit ihrer Offertabschluss-Quote – das Thema ist jedoch dasselbe. Dabei gilt der Preis als zentraler Punkt. Er ist aber nur ein Kriterium von vielen, warum sich ein Kunde für eine Firma entscheidet.

Wo liegt in der Praxis das Problem?

Ich stelle, vor allem auf Basis der Offerten, eine grosse Austauschbarkeit der Unternehmen fest. Die Offerten sind oft in Fachchinesisch geschrieben und unter anderem deshalb kaum unterscheidbar. Zu deren Einheitlichkeit trägt auch bei, dass viele die gleiche Branchensoftware benutzen. Für den Kunden ist daher der Preis der einzige Unterschied.

Sind die Offerten wirklich identisch oder ist der Kunde das Problem?

Die Unternehmer sagen mir: «Ich mache die Arbeit ganz anders als der Konkurrent; ich habe diese Position in der Offerte drin, die er nicht hat. usw.» Das Problem ist, dass der Kunde auf der Suche nach einem Anbieter ist und in der Offerte diese Unterschiede nicht sieht. Das liegt nur teilweise am Fachchinesisch. Das Hauptproblem ist, dass die Unternehmer den Kunden keine Argumente liefern, weshalb diese sich für ihre Firma entscheiden sollen.

Sind also die Firmen und ihre Angebote eigentlich gar nicht austauschbar, sondern die Unternehmer zeigen nur ihre Vorzüge nicht?

Genau. Viele sind sich dessen gar nicht bewusst. Der Vorteil daran ist, dass es gar nicht so schwer ist, die Argumente der Positionierung zu formulieren, weil sie bereits vorhanden sind.

Haben Sie ein Beispiel?

Der Unternehmer könnte zum Kunden sagen: «Danke für die Offertanfrage. Hier sind zehn Gründe, warum Sie unser Angebot annehmen sollten.» Dann nennt er konkrete, nachvollziehbare Gründe: «Weil wir Lernende ausbilden. Weil wir in der Region sind. Weil wir schnell sind. Weil wir spezielle Produkte verwenden. Weil es uns seit 100 Jahren gibt und auch in 100 Jahren noch geben wird.» Das sind nur einige der möglichen Argumente.

Man muss zur Offerte sagen, was man kann.**Ist das die Positionierung?**

Wenn man Alleinstellungsmerkmale hat, muss man sie richtig kommunizieren. Hat man keine, muss man sie finden. Eine gute Positionierung erkennt man so: Der Kunde weiss bereits im Offertprozess, wie sich das Unternehmen von anderen unterscheidet und dass dieser Anbieter genau der richtige für ihn ist.

Muss der Unternehmer seine Firma für eine gute Positionierung verändern?

Manchmal, aber das ist problematisch. Ich stelle fest, dass vielen Unternehmern das Wasser bis zum Kinn stehen muss, damit sie bereit sind für eine Veränderung. Einigermassen gesunde Unternehmen kommen nie mit dem Anliegen, obwohl eine Positionierung auch für sie Sinn ergeben würde. Ich muss aber sagen, dass eine Positionierung alleine nicht der Schlüssel zum Erfolg ist.

Weshalb?

Man kann, wie wir im Berner Oberland sagen, nicht ein Schweinchen zum Singen bringen. Das Potenzial einer guten Positionierung ist, die Offertabschlussquote zu verdoppeln, zum Beispiel von 20 auf 40 Prozent. Man sollte aber das Thema nicht überschätzen. Ein Positionierungsproblem sollte in ein bis zwei Tagen gelöst werden können, beispielsweise in einem Workshop mit dem eigenen Team und einem externen Berater. Wenn man eine Positionierung über Monate an den Haaren herbeiziehen muss, dann stimmt etwas nicht.

Allgemein gilt es als erfolgversprechend, sich in einer Nische zu positionieren. Was ist eine Nische?

Das hat einen engen Bezug zur Positionierung. Wenn ein Unternehmer sagt, ich spezialisier mich auf eine Nische und bin darin der Beste, hat er ein Alleinstellungsmerkmal, das er raustragen kann und damit hat er eine Positionierung.

Hat also jemand, der in einer Nische spezialisiert ist, alle Probleme gelöst?

Nein, denn die Spezialisierung hat auch ihre Problematik. Der Unternehmer muss nicht nur nach aussen tragen, was er speziell gut kann. Er muss auch konsequent sagen: andere Sachen mache ich nicht. In der Realität ist es so, dass die meisten Unternehmer auch Anfragen annehmen in Bereichen, in denen sie nicht hauptsächlich kompetent sind. Das führt zu Problemen.

Welche Vorteile hat eine konsequente Spezialisierung?

Nehmen wir an, Ihr linkes Knie ist kaputt und der Hausarzt weiss nicht mehr weiter. Dann gehen Sie zu einem Spezialisten. Was ändert sich für Sie?

Ich denke, dass er besser qualifiziert ist, weil er nur mit Knien zu tun hat.

Voilà! Sie unterstellen ihm mehr Kompetenz als dem Hausarzt, obwohl sie das noch nicht wissen können. Das erhöht Ihre Bereitschaft, länger auf die Behandlung zu warten und mehr dafür zu bezahlen oder einen weiteren Weg zu gehen. Das ist eine reine Folge der Spezialisierung. Genau gleich ist es bei Unternehmen. Das ist ein Riesenpotenzial. Es zu nutzen, braucht allerdings etwas Mut.



Martin Aue ist Unternehmercoach und Marketingdozent. Martin Aue ist einer der führenden Experten für Sichtbarkeit im deutschsprachigen Raum. Der Berner Oberländer mit Jahrgang 1978 ist bekannt für seine erfolgreichen Werbestrategien für KMU. Als Businessvormacher und Unternehmermentor hält er schon seit 20 Jahren begeisternde Vorträge und ist Autor von vielen Publikationen, wie Büchern, Fachtexten, Newsletter sowie Online-Programmen.

IMPULSVORTRAG**Unabhängig von Grosskunden und Zuweisern**

Bist du abhängig von langjährigen Grosskunden, die dich unter (Preis-) Druck setzen? Oder spielen dich Zuweiser, wie Architekten, Planer oder GU, gegen deine Mitbewerber aus – beispielsweise mit Ausschreibungen und Angebotsrunden? Und wie sieht es beim Personal aus? Hast du Mitarbeiter, die du schon lange gekündigt hättest, wenn Alternativen vorhanden wären? Oder stellen Bewerber auf eine freie Stelle unanständige Forderungen?

Datum: Donnerstag, 21. September 2023 19.00 - 21.00 Uhr

Ort: SMI Swiss Marketing Institute AG, Marktgasse 65, 3011 Bern

Kosten: CHF 35.–

Anmeldung: www.martin-aeue.com oder per Telefon auf 033 650 10 10

MARTINAUE

Vom Streben nach Glück



Wir alle streben nach einem glücklichen Leben. Manchmal gelingt es uns besser, manchmal schlechter und jeder definiert Glück ein wenig anders. Doch was ist Glück überhaupt und was können wir tun, um jeden Tag ein klein wenig glücklicher zu sein?

Was ist Glück

Glaubt man dem Dalai Lama, dann besteht der Sinn unseres Lebens im Streben nach Glück. Diese Ansicht wird von unserem gesunden Menschenverstand unterstützt, und auch grosse westliche Denker wie Aristoteles und William James haben sie vertreten.

Glück kann in verschiedenen Lebensbereichen gefunden werden, sei es in Beziehungen oder im Beruf. Wir können Glück im Zusammensein mit unseren Liebsten verspüren, oder der Erfolg macht uns glücklich. Wenn es in einem Bereich nicht so läuft, wie wir es uns wünschen, finden wir oft Kompensation auf einem anderen Gebiet.

Trotz des Fortschritts in der Menschheitsgeschichte ist unklar, ob die Menschen in dieser Ära zufriedener sind als früher. Dennoch ist der Wunsch, glücklich zu sein, im 21. Jahrhundert wahrscheinlich präsenter als je zuvor.

Glück setzt sich aus psychologischen und biologischen Faktoren zusammen. Unsere eigenen Erwartungen beeinflussen unser Glücksgefühl. Wir sind zufrieden, wenn die Realität unseren Erwartungen entspricht. Biologisch gesehen reagieren wir auf Empfindungen in unserem Körper.

Wenn wir beispielsweise Handlungen ausführen, die dem Überleben oder der Reproduktion dienen, belohnt uns unser biochemisches System mit angenehmen Gefühlen. Geld verdienen und Partnerschaft stehen daher ganz oben auf unserer Prioritätenliste.

Positive emotionale Zustände oder äussere Faktoren führen dazu, dass unser Gehirn einen Cocktail aus chemischen Substanzen produziert, der uns zufrieden, glücklich, sicher oder gelassen fühlen lässt. In einem intensiven Zustand solcher Glücksmomente fühlen wir uns regelrecht «high» – als ob wir eine eigene «Droge» produzieren würden.

Umgang mit Glück

Glückliche Menschen identifizieren Tätigkeiten, die ihnen Erfüllung bringen, und widmen diesen Dingen mehr Zeit in ihrem Leben, was wiederum automatisch zu mehr Glück führt. Menschen mit positiven Gefühlen und Emotionen haben oft glücklichere Beziehungen, bessere Gesundheit und mehr Freiheit.

Es kommt nicht darauf an, was uns widerfährt, sondern wie wir darauf reagieren. Auch erfolgreiche Menschen erleben negative Emotionen, aber sie gehen anders damit um. Anstatt viel Zeit im Negativzustand zu verbringen, versuchen sie, sich schnell wieder auf das Positive zu konzentrieren. Während viele nach dem Motto «Sei gut und du fühlst dich glücklich» leben, leben erfolgreiche Menschen nach dem Motto: «Sei glücklich und du wirst automatisch besser, erfolgreicher und gesünder sein».

Ein Praxistipp zur Erprobung des positiven Denkens: Versuche, für 30 Tage keine negativen Gedanken zuzulassen. Wenn sie auftauchen, schieb sie einfach beiseite und denke an etwas Positives. Es wird anfangs schwer sein, aber du wirst dich über die Zeit auf eine völlig neue Art und Weise kennenlernen.

Glück empfinden

Die meisten Menschen möchten gebraucht werden, nützlich sein und andere glücklich machen. Unser Streben nach einem sinnvollen Lebensinhalt steht daher in direktem Zusammenhang mit unserem Wohlbefinden. Unsere Gewohnheiten, Gefühle und Reaktionen können geändert werden. Glück kommt von innen und erfordert die richtige Einstellung zu sich selbst und seinem Umfeld.

Ein Anfang, um sich ein wenig glücklicher zu fühlen, besteht darin, Selbstliebe zu fördern. Sprich gut und wohlwollend über dich selbst. Sorge für deinen Körper durch gesunde Ernährung und Sport. Lobe dich selbst und akzeptiere deine Gedanken und Gefühle. Sei für dich der wichtigste Mensch im Leben. Diese Punkte mögen egoistisch erscheinen, aber die ersten Erfolge werden nicht lange auf sich warten lassen. Sowohl du als auch dein Umfeld werden von dieser positiven Veränderung profitieren. Forschungen haben ergeben, dass das Glück einer Person automatisch auch andere Menschen glücklicher machen kann. Wenn eine Person glücklicher wird, steigt die Wahrscheinlichkeit um rund ein Drittel, dass auch ihr Ehepartner, ihre Geschwister, Nachbarn und Freunde glücklicher werden. Glück ist also ansteckend und unsere emotionale Verfassung hängt von den Entscheidungen und Handlungen anderer Menschen ab.

Worauf es schliesslich ankommt

Eine interessante Lektüre zu diesem Thema stammt von Bronnie Ware, die in ihrem Bestseller «5 Dinge, die Sterbende am meisten bereuen» darüber berichtet, was Sterbende im Nachhinein am meisten bedauern.

HIER DAS RANKING DER TOP 5:

1. «Ich wünschte, ich hätte den Mut gehabt, mir selbst treu zu bleiben, statt so zu leben, wie es andere von mir erwarten.»
2. «Ich wünschte, ich hätte nicht so viel gearbeitet.»
3. «Ich wünschte, ich hätte den Mut gehabt, meinen Gefühlen Ausdruck zu verleihen.»
4. «Ich wünschte, ich wäre mit meinen Freunden in Kontakt geblieben.»
5. «Ich wünschte, ich hätte mir erlaubt, glücklicher zu sein.»

Es ist nie zu spät, um diese Erkenntnisse zu nutzen und Erfolg, Erfüllung und Glück im Leben zu erfahren. Du kannst dein Leben aktiv gestalten und dich von den Erwartungen anderer lösen. Nimm Verantwortung für dein Leben und wechsle vom Beifahrer- auf den Fahrersitz.

Dein Leben gehört dir. Die Antworten für ein erfülltes Leben liegen tief in dir verborgen. Allerdings musst du sie selbst finden und zum Vorschein bringen. Niemand wird den Entwicklungsprozess für dich durchlaufen. Bist du bereit, dein Leben aktiv in die Hand zu nehmen?

Wie können wir dich unterstützen?

Der vorliegende Text ist eine Zusammenfassung des Kapitels «Vom Streben nach Glück» aus dem Buch «Das Honigdachsprinzip – Raus aus der Komfortzone, rein ins Leben!». Wenn dich das Thema interessiert und du noch weitere inspirierende Inputs und umsetzbare Praxistipp erhalten möchtest, empfehle ich dir einen Besuch auf der Webseite:

www.honigdachsprinzip.com.

Nebst weiteren Angaben zum Buch hast du dort auch die Möglichkeit, dir einen kostenlosen Selbsttest herunterzuladen. Er wird dir Aufschluss darüber geben, in welchen Bereichen du Optimierung- oder Verbesserungspotenzial besitzt und wie es dir gelingt, mehr Zufriedenheit im Job, persönliches Wachstum und mehr Erfüllung im Leben zu erreichen.

Selbstverständlich darfst du dich auch direkt mit Pascal von Gunten in Verbindung setzen und von einem kostenlosen Erstgespräch profitieren.

«Meine grössten Resultate haben sich rasant eingestellt und sind: Klarheit im Tun, durch positives Denken Berge versetzen können, an meinen eigenen Weg glauben, andere motivieren können und Selbstbewusstsein gewinnen. Ich gehe nun meinen Weg und ziehe meine Wünsche geschäftlich und privat durch!»

Weitere Kundenmeinungen findest du unter: <https://www.vongunten-partner.ch/pascal-von-gunten/kundenmeinungen.html>

Für weitere Infos oder zusätzliche Fachartikel besuche unsere Webseite: www.vongunten-partner.ch.



Pascal von Gunten
EXECUTIVE PARTNER

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



3 Rp./L günstiger tanken

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



HotelCard

Jetzt 20.- Rabatt auf Ihre erste HotelCard

Schweizer Wellnesshotels bis 50% günstiger



HotelCard
Lisa Keller
711-798-123
Gültigkeit/Validité
10.11.2023 - 10.11.2026
hotelcard.ch



Einfach clever

Mit der HotelCard erhalten Sie Zugang zu den besten Hoteldeals der Schweiz und übernachten in 500 Top-Hotels mit bis zu 50% Rabatt.

Ob Wellness-Wochenende, Städtetrip oder Wandern in den Bergen: Mit der HotelCard steht Ihnen für jede Reise das passende Hotel zur Verfügung – und das zum weitaus günstigsten Preis.

Die Idee von HotelCard

Das «Halbtax für Hotels» wurde 2009 in Thun gegründet, um die Auslastung von Schweizer Hotels in der Nebensaison zu verbessern. Damals wie heute bieten Hotels ihre freien Zimmer auf hotelcard.ch zum exklusiven Mitgliedspreis an und decken so ihre Kosten auch ausserhalb der Hochsaison. Und das ganz ohne Kommission und Gebühren. Einfach und ehrlich. Win-win für alle.

Bestellen Sie jetzt Ihre persönliche HotelCard zum SKV-Vorteilspreis und geniessen Sie ab sofort erschwingliche Kurzferien im Alpenraum.

SKV-Leserangebot*

- 1-Jahresabo CHF 79.– statt CHF 99.–
- 2-Jahresabo CHF 133.– statt CHF 173.–
- 3-Jahresabo CHF 187.– statt CHF 247.–

***Angebot gültig für HotelCard-Neukunden.**

Jetzt bestellen

Online unter www.hotelcard.ch/erfolg-profit
Telefonisch unter 0800 083 083

Ihre Vorteile mit der HotelCard:

- Zugriff auf die besten Hoteldeals der Schweiz
- Breite Hotelauswahl das ganze Jahr über
- Nur 1 HotelCard pro Zimmer nötig
- 14 Tage Geld-zurück-Garantie



HotelCard AG · Okenstrasse 6 · 8037 Zürich
office@hotelcard.ch · www.hotelcard.ch

Treuhandunternehmen in Zürich für Firmen- und Privatkunden

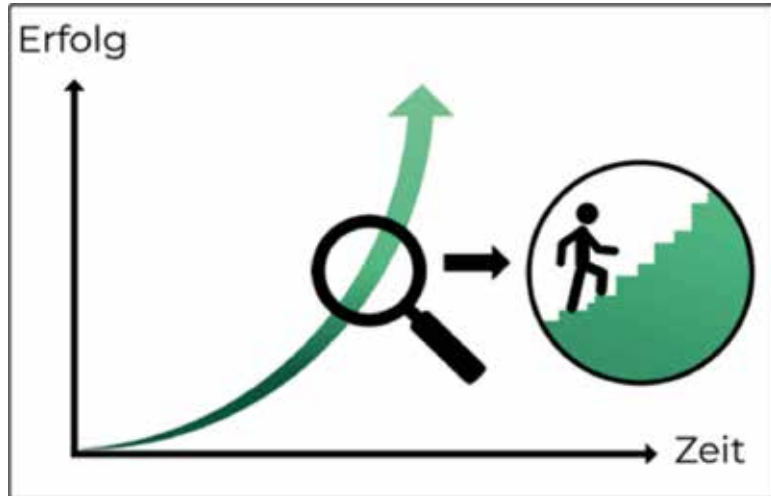


- Leasingberatungen und -abwicklungen in den Bereichen Energielösungen wie Solar- und Windanlagen, Medizinaltechnik, Informatik, Logistik, Transport, Land- und Forstwirtschaft, Produktionsmaschinen, Einrichtungen etc.
- Firmengründungen in der Schweiz und im Ausland und deren Verwaltung
- Unterstützung und Beratung für Schweizer Unternehmen, die sich in Polen (Polen bietet den Unternehmen interessante Förderprogramme in verschiedenen Wirtschaftszonen an), in den Vereinigten Arabischen Emiraten und in Hong Kong (ideal für den Einstieg in den chinesischen Markt) niederlassen
- Backoffice-Dienstleistungen in der Schweiz und im Ausland
- Bankkontoöffnungen in der Schweiz und im Ausland
- Buchhaltung nach schweizerischen und internationalen Standards oder gemäss den Anforderungen des Standorts des Unternehmens
- Wertpapierbuchhaltung
- Handelsfinanzierungslösungen
- Kauf, Verkauf, Verwaltung und Finanzierung von Immobilien in der Schweiz und im Ausland
- Einwanderung oder Umsiedlung in die Schweiz oder in andere Länder
- Vermögens- und Nachfolgeplanung, Gründung und Verwaltung von Stiftungen und Trusts
- Family Office Lösungen für die weltweiten Aktivitäten der Privatkunden

Wie werden KMU mittelfristig erfolgreich(er)?

Erfolg hat für jede Person und jedes Unternehmen eine unterschiedliche Bedeutung. Doch unabhängig, ob im Zusammenhang mit Erfolg von erzieltm Umsatzwachstum, einer passenden Lösung der Unternehmensnachfolge, einer Effizienzsteigerung oder von der schnellen Rekrutierung von guten Fachkräften gesprochen wird, haben alle Auslegungen eine Gemeinsamkeit – Erfolg bedeutet Herausforderungen zu überwinden und ein bestrebtes Ziel zu erreichen.

Aus dieser Definition abgeleitet besteht Erfolg aus drei Bestandteilen, die für jedes definierte Ziel einzeln durchlaufen und kontinuierlich verfolgt werden müssen. Erstens wird in der Strategieformulierung definiert, wie ein Ziel erreicht werden soll. Dabei wird aus einer Vielzahl von Optionen das zielführendste Vorgehen evaluiert. Nachfolgend übersetzt die operative Umsetzung die definierte Strategie in spezifische Massnahmen, die im Unternehmen eingeführt werden. Der dritte Bestandteil widmet sich der kontinuierlichen Verbesserung aller Tätigkeiten und Prozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette eines Unternehmens. Besonders dieser Bestandteil trägt massgeblich zum nachhaltigen Erfolg bei, denn es sind neben den grossen strategischen Stossrichtungen oftmals auch die zahlreichen kleinen Veränderungen, die in ihrer Summe einen bedeutenden Unterschied ausmachen und zu überdurchschnittlichem Erfolg von einem Unternehmen führen.



Quelle: Performance Partners GmbH

Während Grosskonzerne über personelle und finanzielle Ressourcen verfügen, ihre Ziele und Herausforderungen strukturiert zu adressieren, und die drei Bestandteile kontinuierlich zu verfolgen, haben klein- und mittelgrosse Unternehmen (KMU) oftmals nicht die dafür notwendigen Kapazitäten aus eigener Kraft. Insbesondere hinsichtlich, der sich stetig verändernden Kundenbedürfnisse, Marktverhältnisse und Mitarbeiteransprüche, die neben weiteren Faktoren einen Einfluss auf den Erfolg haben und die Zielerreichung zusätzlich erschweren. Vor dem Hintergrund dieser Herausforderungen für KMU ist das Unternehmen Performance Partners GmbH entstanden.

Performance Partners ist auf die Optimierung, Stärkung und nachhaltige Sicherstellung der Wettbewerbsvorteile von KMU spezialisiert und begleitet KMU als zuverlässiger Sparring Partner auf ihrem Weg zum Erfolg.

Das einzigartige Modell der Zusammenarbeit baut auf dem Fundament und der Unternehmenskultur des KMU auf und ermöglicht eine nachhaltige Unternehmensentwicklung, die von der Identifikation von Optimierungsmöglichkeiten bis zur Umsetzung von Massnahmen durch Performance Partners geführt wird. Dabei behält die Geschäftsleitung des KMU volle Kontrolle bei minimalem Zeitaufwand. Performance Partners stellt den Mehrwert für das KMU ins Zentrum und arbeitet auf Erfolgsweg. Dieses erfolgsbasierte Modell ermöglicht jedem Unternehmen eine Zusammenarbeit mit Performance Partners und folgt der Vision von Performance Partners, die KMU-Landschaft in der Schweiz zu stärken.



Performance Partners GmbH

Jeremy L. Meier · Wiesenstrasse 14 · 8400 Winterthur
Telefon 052 551 22 50 · jerry@performance-partners.ch

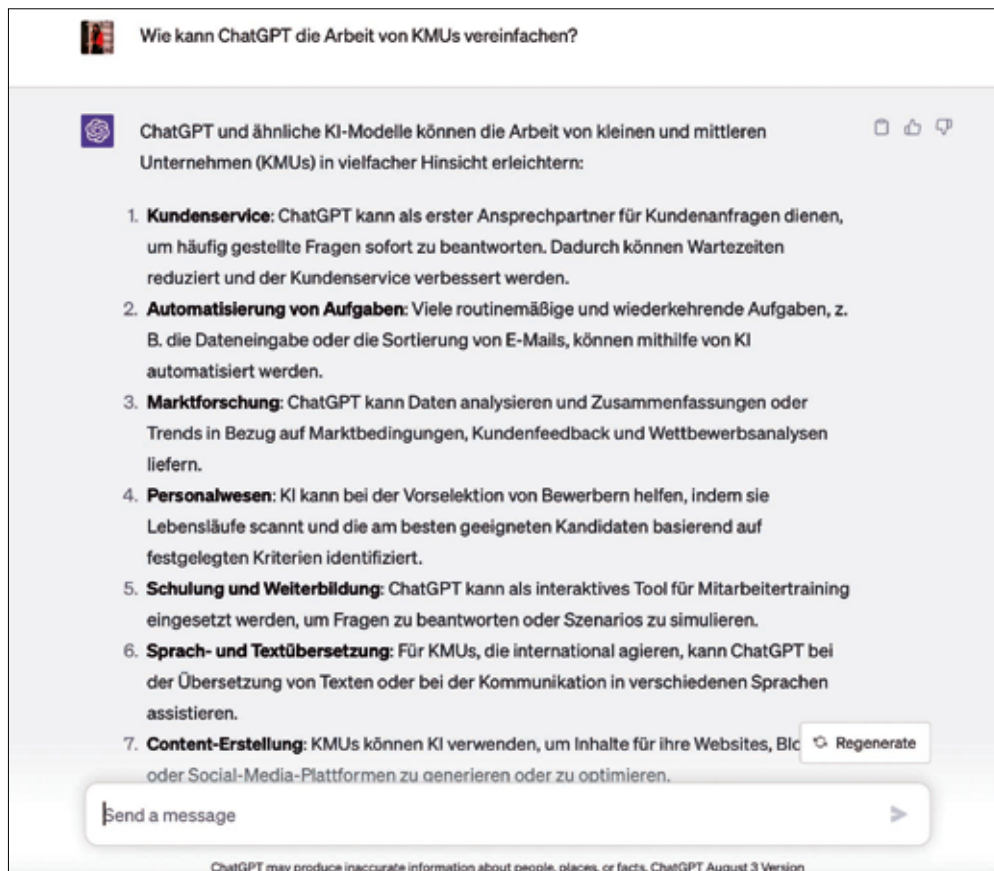
Anzeige



Erfolgreich werben und gesehen werden!

Telefon 041 348 03 35

ChatGPT und Generative AI für KMU



Begriffe wie «ChatGPT» und Generative AI gewinnen zunehmend an Präsenz in den Medien und in unseren Gesprächen. Die steigenden Nutzungsraten des bekannten Chatbots ChatGPT legen nahe, dass es sich nicht mehr ausschliesslich um Buzzwords handelt, sondern dass diese innovativen Technologien bereits ein wichtiger Bestandteil unseres (beruflichen) Alltags geworden sind.

Viele KMU zögern noch bei der Nutzung von ChatGPT oder sind allenfalls sogar besorgt, dass der amerikanische Konzern OpenAI von dem ChatGPT entwickelt worden ist, ihre Business Modelle auf den Kopf stellt. Der folgende Beitrag soll vor allem Mitarbeitenden von Schweizer KMU sinnvolle Möglichkeiten aufzeigen, wie ChatGPT zur Steigerung der eigenen Effizienz eingesetzt werden kann und was es dabei rechtlich und ethisch zu beachten gibt.

Hintergrund: Was ist Generative AI? Und wie funktioniert ChatGPT?

Generative AI bezeichnet künstliche Intelligenz-Modelle, die in der Lage sind, Inhalte eigenständig zu erzeugen, sei es Text, Bild oder Ton. Diese Modelle werden auf grossen Mengen an Daten trainiert und lernen, Muster in diesen Daten zu erkennen und zu replizieren.

ChatGPT ist ein Beispiel für einen Chatbot, der die Technologie GPT (Generative Pretrained Transformer) nutzt, um menschenähnliche Texte zu generieren. Durch das Training an Millionen von Internettexten hat ChatGPT gelernt, in natürlicher Sprache zu kommunizieren und auf eine Vielzahl von Eingabeaufforderungen zu reagieren. Während herkömmliche Chatbots meist nur in sehr einfacher Sprache kommunizieren konnten und auch nur über sehr eingeschränkte Themenfelder sprechen konnten, kann ChatGPT wirklich natürlich-klingende Konversationen führen und verfügt über ein sehr breites Spektrum an Wissen bzw. Themen. Dabei kann ChatGPT nicht einfach nur Antworten auf Fragen generieren, es kann auch Texte und vieles mehr für uns erstellen.

Das sind die Haupt-Funktionen von ChatGPT
ChatGPT beantwortet nicht nur einfache Fragen, sondern kann auch Texte und andere mediale Inhalte generieren. Im Folgenden die wichtigsten Funktionen, über die der Chatbot heute schon verfügt.

Textgenerierung: ChatGPT kann Text in menschenähnlicher Art und Weise generieren. Dies ermöglicht es dem Modell, auf Benutzereingaben in natürlicher Sprache zu antworten.

Frage-Antwort-System: Wenn man ChatGPT eine Frage stellt, versucht es, basierend auf seinem Training, die am besten geeignete Antwort zu geben.

Kontextverständnis: ChatGPT kann den Kontext eines Dialogs verstehen und darauf aufbauend Antworten generieren. Die Technologie berücksichtigt dabei die vorherigen Nachrichten in einem Gespräch, um kontextualisierte Antworten zu liefern.

Textübersetzung: Obwohl es nicht primär als Übersetzungstool konzipiert wurde, kann ChatGPT Texte zwischen verschiedenen Sprachen übersetzen.

Textzusammenfassung: ChatGPT kann lange Textpassagen in kürzere, zusammengefasste Formen umwandeln.

Ideengenerierung: ChatGPT kann Vorschläge oder Ideen zu einem gegebenen Thema liefern. Codegenerierung und Hilfe: ChatGPT kann auch einfache Programmierfragen beantworten und Codebeispiele generieren.

Unterhaltung: ChatGPT kann Geschichten erzählen, Witze machen und in allgemeinen Gesprächen interagieren.

So können KMU ChatGPT nutzen

KMU zeichnen sich meist dadurch aus, dass es mindestens ein gut-geschultes Team für die Kernkompetenzen des Unternehmens gibt und weitere Teams, die sich andere Aufgaben, wie Kommunikation, Marketing, Social Media, Buchhaltung, Personalmanagement, Recruiting, etc. aufteilen. Dabei haben die Mitarbeitenden meist nicht nur eine Aufgabe, sondern müssen ein breites Spektrum an Skills abdecken. ChatGPT kann die Mitarbeitenden von KMU besonders in den Bereichen unterstützen, die nicht zu den vertiefenden Kernkompetenzen des Unternehmens zählen und so die Effizienz im Hintergrund deutlich steigern. Hier ein paar interessante Beispiele

Zusammenfassungen erstellen

Grundsätzlich zählt das Zusammenfassen von Texten zu den Hauptfunktionen von ChatGPT. ChatGPT kann lange Texte analysieren und die wesentlichen Punkte hervorheben, um eine kurze und präzise Zusammenfassung zu erstellen. Es erkennt Muster und Wiederholungen in einem Text und kann diese Informationen nutzen, um eine effiziente Zusammenfassung zu erstellen.

Webseiten Texte erstellen

Mithilfe passender Instruktionen ist es möglich, dass ChatGPT qualitativ hochwertige Webseitentexte generiert. Es ist dabei essenziell, dass ChatGPT von den Mitarbeitenden detaillierte



Informationen bezüglich der Inhalte der gewünschten Webseite erhält, einschliesslich spezifischer Angaben zum Dienstleistungs- oder Produktangebot. Zudem ist eine präzise Definition der Zielgruppe empfehlenswert. ChatGPT ist dann in der Lage, entsprechende Texte zu erstellen und dabei auch bewährte SEO-Richtlinien zu berücksichtigen. Des Weiteren kann ChatGPT eine Keyword-Analyse durchführen und relevante Empfehlungen bezüglich der Gestaltung der KMU-Webseite oder der Webseitentexte geben.

Blog Beiträge erstellen

ChatGPT bietet Mitarbeitenden, die den Blog des KMU betreuen, ein hilfreiches und neues Werkzeug, zur Vereinfachung der Content-Erstellung bzw. Content Recherche. Mit passenden und gut-durchdachten Prompts können Autoren Zeit sparen und kreative Ideen für neue Beiträge gewinnen, während die Qualität der Inhalte verbessert wird. Prompts sind die Befehle, die Mitarbeitende ChatGPT geben.

Social Media Pläne entwickeln

ChatGPT kann auch Social Media Pläne erstellen und dazu die passenden Posts generieren. Mitarbeitende müssen ChatGPT dazu ein paar Informationen zum Produkt oder den Inhalten des Posts geben, die Zielgruppe nennen und allenfalls auch die relevanten Social Media Kanäle nennen. ChatGPT erstellt dann einen Social Media Plan. Dabei ist es den KMU selbst überlassen, wie viele zusätzlichen Informationen sie ChatGPT geben wollen. Man kann ChatGPT beispielsweise auch Hinweise zum Marketing Budget geben oder dies bewusst offen lassen und abwarten, was ChatGPT eigenständig empfiehlt.

Mitarbeiter Zeugnisse vorbereiten

Nicht alle KMU verfügen über eine spezialisierte HR-Abteilung. Mit ChatGPT fällt diese Kompetenz-Lücke bald kaum noch auf. KMU können ChatGPT bitten Zeugnisse oder Referenzschreiben für Mitarbeitende zu erstellen. Dabei ist jedoch zu beachten, dass niemals persönliche oder vertrauliche Daten der Mitarbeitenden an ChatGPT weitergegeben werden sollten. Informationen, wie Name oder Adresse müssen immer anonymisiert werden.

Recherche Aufgaben übernehmen

Eine viel-genutzte Funktion von ChatGPT ist das Übernehmen von Rechercheaufgaben. ChatGPT kann relevante Themen recherchieren und eine Zusammenfassung der Ergebnisse liefern. Dabei können die Nutzer selbst entscheiden, wie detailliert die Recherche sein soll und in welcher Form die Ergebnisse präsentiert werden sollen.

Event-Einladungen erstellen

ChatGPT kann helfen, das nächste Event zu planen. Es kann einen Aufgabenplan bzw. eine Checkliste erstellen. Weiter kann ChatGPT Einladungstexte generieren. Dabei ist interessant zu berücksichtigen, dass ChatGPT in wenigen Minuten die gleiche Event-Einladung für unterschiedliche Zielgruppen und unterschiedliche Medien oder Formate erstellen kann.

Herausforderungen und Bedenken bei der Nutzung von ChatGPT. Datenschutz und Sicherheitsaspekte bei der Verwendung von ChatGPT

Natürlich gibt es bei der Nutzung von ChatGPT auch relevante Aspekte, die im Hinblick auf den Datenschutz und die Sicherheit beachtet werden müssen. Generell gilt, dass alle Informatio-

nen, die Mitarbeitende an den Chatbot ChatGPT tragen, von dem Sprachmodell verarbeitet werden und auch für weitere Trainingszwecke des Systems genutzt werden können. Daher empfiehlt es sich, keine schützenswerten oder vertraulichen Daten mit dem Chatbot ChatGPT auszutauschen.

Fehlerhafte Antworten von ChatGPT

Der allgemeine Chatbot ChatGPT basiert auf einem grossen Wissen aus dem Internet. Dabei sind nicht alle Informationen immer richtig. Es kann also sein, dass der Chatbot ChatGPT von OpenAI eine fehlerhafte Wissensquelle nutzt und daher auch eine falsche Antwort produziert. Es ist also wichtig, alle Ergebnisse von ChatGPT jeweils kritisch zu hinterfragen.

Notwendigkeit einer angemessenen Schulung und Vorbereitung der Mitarbeiter auf den Einsatz von ChatGPT

Damit ChatGPT bzw. Generative AI korrekt eingesetzt werden, ohne dabei ethische Grundsätze oder rechtliche Regeln zu verletzen, benötigen Mitarbeiter in der Regel eine Schulung. Es ist wichtig, dass die Mitarbeitenden die Chancen und Grenzen des Tools verstehen und es dann auch in geeigneten Situationen richtig einsetzen können.

Fazit: ChatGPT für KMU

ChatGPT ist längst nicht mehr nur ein Hype-Thema, sondern eine Technologie, die bereits heute von vielen Unternehmen erfolgreich genutzt wird. Auch KMU sollten sich nicht scheuen, die Möglichkeiten und Grenzen von ChatGPT und Generative AI auszutesten und in ihren Alltag zu integrieren.

Auf dieser Seite finden Sie weiterführende Informationen in Form von kleinen Wissens-Chatbots, testen Sie es gern mal aus: <https://www.sophiehundertmark.com/chatgpt-erklarer-bots/>

Alle, die mehr Informationen rund um ChatGPT wünschen oder sogar an einer Schulung interessiert sind, dürfen sich gern bei mir melden.



Sophie Hundertmark

Research Associate and PhD Candidate
Telefon 078 900 5346
sophie@hundertmark.ch
www.sophiehundertmark.com

Marketing Technologie: Wie KMU den technologischen Wandel nutzen können



Die Art und Weise, wie Marketing funktioniert, hat sich stark verändert. Weg vom Massmarketing hin zum personalisierten Marketing, das auf Daten und Technologie basiert. Heute ist künstliche Intelligenz (engl. = Artificial Intelligence, AI) in aller Munde. Diese neuen Technologien sind aufgrund verschiedener Entwicklungen entstanden, die sich aus neuen Arten von KundInnen, weltweiter Konkurrenz und schnellen technologischen Fortschritten ergeben haben.

Heutzutage ist die Technologie ein entscheidender Faktor für den Erfolg fast aller Unternehmen. Die kontinuierliche Verbesserung der Marketinginstrumente ist ein wesentlicher Schlüsselfaktor für die erfolgreiche Kundenakquise und -bindung. Unternehmen müssen sich den technologischen Fortschritt zu eigen machen, um ihren Wettbewerbsvorteil nicht zu verlieren.

Marketing Technologien (kurz = MarTech) kann Unternehmen dabei unterstützen, indem es (1) Markteinblicke ermöglicht, (2) Informationen über die Customer Journey und das Verhalten von potenziellen Neukunden bereitstellt, noch bevor der Kaufprozess stattfindet, (3) den Beitrag des Marketings zum Unternehmen prognostiziert, und (4) Daten bereitstellt, um den Wert des Marketings nicht nur darzulegen, sondern zu verbessern. MarTech und vor allem AI beweist nicht nur den Wert des Marketings in einem Unternehmen, sondern bietet auch ein hohes Mass an Effizienz und Aktualität, das mit menschlicher Geschwindigkeit nicht erreicht werden kann, unabhängig davon, wie reaktions-schnell die Mitarbeitenden sind.

MarTech wirkt sich nicht nur auf die Art und Weise aus, wie Unternehmen – und damit auch das Marketing – intern arbeiten, sondern auch darauf, wie sie mit Kunden interagieren. Technologie hilft Unternehmen, ihre Effizienz zu steigern, erleichtert aber auch die Kommunikation mit ihrem Publikum. Sie ermöglicht eher kundenorientierte als produkt- oder dienstleistungsorientierte Kommunikation. Je digitaler unsere Welt wird, desto mehr legen die Menschen Wert auf eine persönliche Note. Diesen Wunsch zu erfüllen, sollte das Ziel von MarTech sein: so nah wie möglich an Eins-zu-Eins-Interaktionen mit Kunden und Interessenten zu kommen.

Nach Ansicht von Branchenanalysten sind die individualisierte Kommunikation, der persönliche Ansatz und der Kontakt mit den Kunden entscheidende Treiber für Marketing Technologien. Aber nicht nur die Kommunikation zwischen Unternehmen und Verbrauchern ist davon betroffen. Die Technologie verändert auch die Art und Weise, wie sich Menschen mit anderen Menschen austauschen, z. B. durch digitale Plattformen.

Da sich das Marketing zu einer der am stärksten technologieabhängigen Funktionen entwickelt hat, reicht die Beherrschung der Technologie allein nicht aus, um in der heutigen Geschäftswelt erfolgreich zu sein: Um die Vorteile der besagten Technologie richtig zu entwickeln, zu verwalten und zu fördern, müssen auch die richtigen Mitarbeiter und Prozesse eingesetzt werden. Der Kauf und die Implementierung jeglicher Art von Technologie gehören jedoch nicht zu den natürlichen Fähigkeiten der meisten Marketingver-

antwortlichen oder GeschäftsführerInnen. Die kontinuierliche Entwicklung dieser notwendigen Kompetenzen und eines Marketingteams mit vielfältigen Fähigkeiten, die von kreativen bis hin zu analytischen Fähigkeiten reichen, ist nicht länger ein Nice-to-have, sondern für den Erfolg unerlässlich. Es besteht ein Bedarf an Personen, die sowohl die Sprache des Marketings als auch der IT sprechen und die Verbindungen zwischen diesen beiden Disziplinen sehen.

Viele typische Berufe gibt es heute nicht mehr oder sie haben sich in den letzten fünf bis zehn Jahren drastisch verändert. Eines dieser neuen Berufsprofile ist der Chief Marketing Technologist (CMT). Ein CMT ist dafür verantwortlich, die Marketingtechnologie an den Unternehmenszielen auszurichten, Technologieanbieter zu bewerten und auszuwählen, die der Strategie am besten dienen, und in einigen Fällen sogar dabei zu helfen, neue digitale Geschäftsmodelle zu entwickeln. Wenn sie unternehmensweit arbeiten, bilden sie eine Verbindung zu vier verschiedenen Interessengruppen: (1) dem Chief Marketing Officer (CMO) und anderen leitenden Marketing-Führungskräften, (2) dem Chief Information Officer (CIO) und der IT-Organisation, (3) dem breiteren Marketing-Team und (4) den externen Software- und Dienstleistungsanbietern.

Das CAS Marketing Technology der ZHAW unterstützt Personen dabei diese Rolle auszufüllen damit Sie die technologischen Herausforderungen strategisch lösen können. Zudem bietet das MarTech Lab der ZHAW wissenschaftlich fundiert und mit einer Neutralität gegenüber allen Tech-Anbietern eine vielfältige Unterstützung für Unternehmen an, den Status quo zu ermitteln und die nächsten Schritte zu planen, um den Anschluss nicht zu verlieren. Informieren Sie sich und sprechen Sie uns an:



ZHAW MarTech Lab

Dr. Marcel Hüttermann
Theaterstrasse 17 · 8401 Winterthur
marcel.huettermann@zhaw.ch · www.zhaw.ch

Effizienter einkaufen: Wie Künstliche Intelligenz die Beschaffung revolutioniert

In einer zunehmend von der Digitalisierung geprägten Geschäftswelt gewinnt derzeit vor allem die Rolle Künstlicher Intelligenz an Bedeutung. Nahezu sämtliche Geschäftsfelder einer Organisation können von den Vorteilen der KI profitieren. Auch in der Beschaffung setzen Unternehmen vermehrt auf innovative Technologien, um den Einkaufsprozess effizienter und transparenter zu gestalten. Durch die Analyse riesiger Datenmengen fördert KI nicht nur die Kostenreduktion, sondern verbessert auch Lieferantenbeziehungen. Patrick Sommer vom Beratungsunternehmen CNT Management Consulting informiert, wie Künstliche Intelligenz die Beschaffung eines Unternehmens für die Zukunft wappnet.

Ob in der Produktion, im Kundenservice oder im Personalwesen: der Einsatz Künstlicher Intelligenz in Unternehmen ist mittlerweile nicht mehr nur eine hilfreiche Ergänzung, sondern wird zunehmend zu einem unverzichtbaren Tool innovativer Unternehmen. Speziell im Hinblick auf die Effizienz innerhalb einer Organisation bietet die Künstliche Intelligenz grosse Chancen, vor allem im Einkauf. «Die Einbindung Künstlicher Intelligenz in die Beschaffung unterstützt Unternehmen nicht nur dabei, effizienter zu arbeiten, sondern auch in der Kostensenkung und der Entscheidungsfindung», weiss Patrick Sommer, Beratungsleiter bei CNT Management Consulting in Zürich. Gleichzeitig betont der Experte, dass eine Vielzahl an Unternehmen das Potenzial von Künstlicher Intelligenz in ihren Beschaffungslösungen noch nicht voll ausschöpfen. Dagegen profitieren jene Organisationen, die sich bereits frühzeitig mit der Thematik auseinandersetzen, von der nachhaltigen Stabilisierung ihrer Lieferkette und einem erheblichen Wettbewerbsvorteil. Vor allem die Methoden Machine Learning und Advanced Analytics kommen dabei zum Einsatz.

Echtzeit-Erkenntnisse über zukünftige Ereignisse

Einer der grössten Vorteile von Künstlicher Intelligenz ist die Fähigkeit, Millionen von unstrukturierten Daten in kürzester Zeit zu analysieren und zu vergleichen. Daraus können beispielsweise in Sekundenschnelle Muster und Trends identifiziert werden. »Somit weiss die Beschaffungsabteilung sofort über alternative Bezugsquellen von Materialien oder Rohstoffe Bescheid und erkennt, wo die gewünschten Produkte zu welchem Preis erhältlich sind«, erklärt Sommer. Besonders praktisch: die selbstlernenden Algorithmen analysieren neben internen auch externe Daten und können so Informationen rund um geopolitische Dynamiken, aktuelle Marktentwicklungen oder zu Umweltfaktoren miteinbeziehen. Durch sogenannte Predictive Analytics sind Unternehmen dazu in der Lage, frühzeitig auf Ereignisse zu reagieren, auch, wenn diese noch gar nicht passiert sind. Zum Beispiel erkennt die Software so Bedarfstrends oder schwer verkäufliche Produkte. Weil die Künstliche Intelligenz diese Erkenntnisse nahezu in Echtzeit generiert, profitieren Unternehmen von erheblichen Vorteilen gegenüber ihrer Konkurrenz.

Transparenz vermeidet überflüssige Kosten

Neben den Informationen zu den günstigsten Lieferanten der benötigten Güter hilft KI auch anderweitig dabei, Kosten einzusparen. Durch die vollständige Digitalisierung ihrer Lieferkette können Unternehmen alle benötigten Dienstleistungen und Materialien auf einer Seite verknüpfen und schaffen dadurch Transparenz über den gesamten Beschaffungsprozess. Überflüssige Ausgaben werden so erkannt und beseitigt. Die erwähnte Analyse externer Faktoren präzisiert zudem die Nachfrageprognose, optimiert Bestände und vermeidet Engpässe. Sommer berichtet: «Viele Unternehmen wissen nicht über die Lagerbestände ihrer Lieferanten Bescheid

und können so nur schwer die eigene Produktion prognostizieren.» Mit der digitalisierten Prozesskette schaffen Unternehmen sowohl Transparenz über die eigene, als auch über die Bestandssituation ihrer Lieferanten und können stets agil auf Veränderungen reagieren. Eine Software wie beispielsweise SAP Ariba in Zusammenarbeit mit den Lieferanten über das SAP Business Netzwerk für Procurement kann all diese Daten zusammenführen und sämtliche Lieferantenbeziehungen übersichtlich darstellen. «Gängige Beschaffungsrisiken wie zum Beispiel die Abhängigkeit von einigen wenigen Lieferanten oder intransparente Lieferketten werden dadurch minimiert», betont Sommer. Dies hilft bei der Identifikation von Schwächen in der Lieferkette und der Umsetzung dementsprechender Adaptionen.

Kognitive Assistenz spricht alle Sprachen

Zudem unterstützt Künstliche Intelligenz die Beschaffungsabteilung auch in Form von kognitiver Assistenz. Mit Hilfe solcher Unterstützung können Beschaffungsmitarbeiter beispielsweise Lieferanten in deren jeweiliger Landessprache fehlerfrei kontaktieren und somit eine einwandfreie Kommunikation garantieren. «Intelligente Assistenten helfen ausserdem dabei, gängige Gesetze sowie Compliance-Vorschriften einzuhalten und Fehler zu minimieren, während sie die Prozesse simultan beschleunigen», so CNT-Experte Sommer. Sogar die Erstellung von Verträgen ist damit möglich: die smarten Helfer können in Sekundenschnelle bestehende Dokumente überprüfen sowie analysieren und erstellen daraufhin Vorlagen. Durch die Analyse von Online-Daten erkennt und berücksichtigt der kognitive Assistent dabei sogar neue Regularien und gesetzliche Vorschriften.



Patrick Sommer von CNT Management Consulting AG

Die CNT Management Consulting AG ist ein mehrfach ausgezeichnetes internationales Beratungshaus mit dem Schwerpunkt Digitalisierung. Seit über 22 Jahren unterstützt CNT Unternehmen unterschiedlicher Sparten bei der Entwicklung und Implementierung von SAP-Lösungen, von 11 Standorten wie Zürich und Wien betreut der Dienstleister weltweit über 250 Kunden.

EXKLUSIVES ANGEBOT FÜR SKV-MITGLIEDER

Profitieren Sie jetzt als Schweizerisches KMU Verbands-Mitglied von bis zu 50% Rabatt auf unsere Sunrise Business Produkte. Kombinieren Sie Festnetz, Internet und TV und sichern Sie sich Ihren Preisvorteil - inklusive Entertainment-Angebot.

Wir beraten Sie gerne direkt über den Schweizerischen KMU Verband und nehmen Ihre Bestellung entgegen. Oder besuchen Sie uns auf:



kmuverband.ch/sunrise.html

Sparen Sie bis zu

50%



Sunrise
BUSINESS

In partnership with



Lohn plus ein paar nette Extras



Willkommen in der neuen Arbeitswelt, wo der Lohn nur ein Teil der Entlöhnung ist. Sichern auch Sie Ihren Mitarbeitenden jetzt permanente Einkaufsvorteile, exklusive Partnerdeals und Belohnungsguthaben fast ohne Ende – komplett frei von Steuern und Sozialabgaben. Mit dem Swibeco Benefits-Programm für Mitarbeitende. So zeigen Sie langjährigen Angestellten Ihre Wertschätzung, sorgen für einen Motivationsschub und schaffen zusätzliche Anreize für neue Talente.

Denn zufriedene und loyale Mitarbeitende sind das höchste Gut jedes Unternehmens. Mit dem modularen Benefits-Angebot von Swibeco erhöhen Sie täglich den Wert des Lohnes Ihrer Mitarbeitenden.

Wie geht das? Ganz einfach mit der Vorteilsplattform Swibeco.

Das Vorteilsprogramm von Swibeco ist übersichtlich und modular aufgebaut. Sie entscheiden, welches Angebot Sie Ihren Mitarbeitenden bieten wollen:

Rabatte: Mit der Swibeco online Vorteilsplattform profitieren Ihre Mitarbeitenden von dauerhaften Ermässigungen bei über 150 Anbietern in der Schweiz. Beispielsweise bei Coop, Manor, Lidl, IKEA, Zalando, AXA, Interdiscount, Rituals, Tamoil, Intersport, Jumbo und vielen mehr. Für jeden ist etwas dabei! Und jeden Monat kommen weitere Partnerangebote in allen Preis-

segmenten und Kategorien dazu. Diese Rabatte sind täglich gültig und können mit anderen Rabatten unbeschränkt kombiniert werden. So sparen Ihre Angestellten bis zu mehreren Tausend Franken pro Jahr!

Belohnungen: Ein weiteres, innovatives Mittel zur Steigerung der Mitarbeiterengagement ist das automatisierte Belohnungssystem von Swibeco. Denn in der heutigen Arbeitswelt ist die Motivation der Mitarbeiter ein zentraler Faktor für den Erfolg von Unternehmen. Durch die Verteilung von Swipoints als Anerkennung und Geschenke können Mitarbeitende individuelle Vorteile auf der Swibeco-Plattform nutzen. Das steuerfreie Franken-Guthaben stellt dabei einen besonderen Anreiz da und ermöglicht der Belegschaft, eine breite Palette an Leistungen in Anspruch zu nehmen.

Mitarbeiterverpflegung: Als dritte Lösung, bietet Swibeco ihre Lunch Card an. So können sich Unternehmen ganz einfach an den Verpflegungskosten ihrer Mitarbeitenden beteiligen und ihnen gleichzeitig Zugang zum grössten Schweizer Lunch-Netzwerk mit über von über 35.000 Akzeptanzstellen bieten. Diese steuerfreie VISA Debitkarte ist nicht nur in allen Restaurants, Take-aways, Bäckereien, Cafés oder Bio-Läden gültig, sie erhöht die Kaufkraft der Mitarbeitenden, schafft optimale Voraussetzungen für eine gesunde Ernährung und stärkt den Teamgeist während der Mittagspause.

Welche Vorteile für Sie und Ihre Mitarbeitenden?

- Dauerhafte Rabatte von über 150 beliebten Marken in der Schweiz
- Steuerfreies Punktesystem zur Belohnung von Mitarbeitenden
- Portal mit Ihrem Logo
- Kostenfreie Integration bestehender Vorteile
- Filterung bestimmter Partnerangebote
- Selbstständige Mitarbeiter-Verwaltung im Back-Office
- Keine Entwicklung/Installation nötig
- Mehr Kaufkraft für Ihr Personal
- Erhöhung der Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung
- Digitalisierung der Personalführung
- Verbesserung Ihrer Arbeitgebermarke

Was es kostet? Gar nichts – mit der FREE Version der Rabattplattform

Swibeco hat eine kostenlose Version der Swibeco online Plattform entwickelt. Sie bietet alle permanent gültigen Rabatte der zahlungspflichtigen PRO-Plattform, jedoch mit geringeren Vergünstigungen. Wenn Sie aber die Zufriedenheit Ihrer Angestellten auf ein nächstes Level heben möchten, bieten Sie ihnen den Zugang zur PRO-Plattform oder ein PLUS-Upgrade an! Das Swibeco-Verkaufsteam berät Sie gerne.

Wie klingt das für Sie?

Zeigen Sie Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Wertschätzung, indem Sie Ihnen Zusatzleistungen anbieten! Möchten Sie das Angebot von Swibeco in Aktion sehen? Buchen Sie jetzt eine kostenlose und persönliche Demo. (<https://www.swibeco.ch/de/demo>). Sonst kontaktieren Sie einfach Swibeco unter 041 360 43 43 oder info@swibeco.ch.

Scannen und Demo buchen:



swibeco
The Swiss Benefits Company

Swibeco AG

Stockerstrasse 14 · 8002 Zürich
Chemin de Primerose 11 · 1007 Lausanne
www.swibeco.ch

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

Anaphora GmbH	Als SKV-Mitglied erhalten Sie 10% Preisnachlass auf sämtliche Dienstleistungen
3P Professionals	–
Coachingzentrum Olten GmbH	–
easelN21	Top-Academy für Soft Skills
Executive School der Universität St. Gallen	10% Rabatt für SKV Mitglieder auf die Diplomlehrgänge WRM-HSG und MLP-HSG
Fachhochschule Graubünden	–
Freiraum Strategen	–
Gefahrgut-Shop	–
Innochamp	–
Praxis-Brücke	–
Rochester-Bern Executive MBA	–
SERV Schweizerischer Exportrisikoversicherung	–
STAUFEN.INOVA AG	10% Rabatt für SKV Mitglieder auf alle Seminare

Anzeigen

DocuWare

Moderne Rechnungsverarbeitung macht Wünsche wahr

Mit DocuWare profitieren Sie von transparenten Daten in Echtzeit und gewinnen die volle Kontrolle über alle Rechnungsprozesse.

go.docuware.com/wuensche

Allianz Travel

Die atemberaubende Aussicht kann kommen.

Mit dem Reiseschutz von Allianz Travel.

Jetzt online abschliessen unter www.allianz-travel.ch/skv
Ihr 20% Rabattcode: 201051-p-SKV

Cyberangriffe – Wie sie ablaufen und wie Unternehmen sich schützen



«Es ist nicht die Frage ob, sondern wann es passiert» – Eine Aussage, die im Zusammenhang mit Cyberangriffen immer wieder fällt. Bettina Zimmermann, Experte für Krisenmanagement und Sicherheit sowie Gastrednerin bei Rochester-Bern Executive Programs erklärt, was ein Angriff bedeutet und wie Unternehmen richtig reagieren.

Cyberangriffe haben zugenommen. Gründe hierfür sind unter anderem die Corona-Pandemie und der Ukraine-Krieg. «Während der Corona-Pandemie haben viele Unternehmen Homeoffice eingeführt, bevor die ganzen Sicherheitsmassnahmen bereit waren», sagt Zimmermann. Dadurch gab es Sicherheitslücken, die jetzt von Hackern ausgenutzt werden. Seit dem Beginn des Ukraine-Kriegs geht in europäischen Ländern zudem die Angst vor Cyberangriffen aus Russland um. «Cyberangriffe in diesem Zusammenhang können eine Form der hybriden Kriegsführung sein», so Zimmermann.

Der Ablauf eines Angriffs

Die Hacker wählen in der Regel nicht gezielt ein Unternehmen aus, sondern suchen nach Sicherheitslücken. Wenn sie Lücken gefunden haben, starten sie Angriffe. Bei einem erfolgreichen Angriff verteilt sich die Ransomware – das Schadprogramm – anschliessend im IT-System des Unternehmens, und zwar ohne, dass es das Opfer bemerkt. Bei den heutigen sog. Double Extortion Angriffen werden zuerst Unternehmensdaten abgezogen und dann verschlüsselt. Die Opfer stellen mit der Zeit oftmals fest, dass sie sich z. B. nicht mehr in gewisse Programms einloggen können. Was folgt, ist der Schrecken jeder Unternehmensführung, die Daten werden verschlüsselt und ein Erpresserscheiben wird auf dem Server gefunden oder als Pop-up angezeigt.

Sollte das angegriffene Unternehmen ein Backup haben, welches erfolgreich zurückgespielt werden kann und aus diesem Grund nicht auf die Lösegeldforderung der Erpresser eingeht, gehen die Hacker in die zweite Runde und drohen, die abgezogenen Daten zu veröffentlichen. «Dies kann einerseits ein Datenschutzproblem werden und andererseits zu einem grossen Reputationsschaden führen», so Zimmermann. Mittlerweile gibt es auch den Tripple Extortion Angriff: Dabei werden die Daten abgesaugt, verschlüsselt und anschliessend werden zusätzlich noch mit DDoS-Angriffen weitere Systeme lahmgelegt.

Gut vorbereiten und richtig reagieren

«Cyberangriffe müssen im Risikomanagement aufgenommen und beurteilt werden. Die Verantwortung über das Riskmanagement obliegt dem Verwaltungsrat», sagt Zimmermann. Um die IT auf einem aktuellen Stand zu halten, ist eine regelmässige Sicherheitsprüfung nötig: Sind die Mitarbeitenden bezüglich Sicherheitsrisiken geschult? Werden Updates zeitnah durchgeführt? Hat das Unternehmen ein effizientes Passwortmanagement? Werden Back-Ups regelmässig zur Überprüfung zurückgespielt? Vorteilhaft ist auch, wenn bereits vor dem Ernstfall der Krisenstab definiert wurde. «Ich empfehle einen so kleinen wie möglich, aber so gross wie nötigen Krisenstab. Massvoll aufgebaut auf die Unternehmensstruktur. Wichtig ist, dass Entscheidungsträger Einsitz haben, die die verschiedenen unternehmensspezifischen Fachbereiche abdecken», so Zimmermann.

Der Verwaltungsrat nimmt in Bezug auf den Krisenstab meist die Rolle der Rückfallebene ein. «Krisenmanagement ist grundsätzlich ein operatives Thema. Der Verwaltungsrat soll aber regelmässig informiert werden, damit er über den Fortgang der Krisenbewältigung im Bilde ist und

sich einbringen kann, sollte es nötig sein, bspw. wenn es strategische Themen tangiert.», sagt Zimmermann.

Ist der Ernstfall eingetroffen, geht es erstmals darum, die IT vom Netz zu nehmen, damit die Ransomware sich nicht weiter ausbreitet. Der Krisenstab sollte umgehend einberufen werden, da die Fragen, die sich bei einem Cyberangriff im Unternehmen stellen mitunter zu den komplexesten gehören. Bezüglich Kommunikation rät Zimmermann Zurückhaltung. «Stakeholder werden in der Regel nur informiert, wenn sie persönlich betroffen sind und eine Information nach aussen an die Medien/Öffentlichkeit soll gut geprüft und abgewogen werden. Auch mit dem Wording würde ich aufpassen: Müssen wir von einem Cyberangriff sprechen? Oder können wir es auch IT-Vorfall nennen?», so Zimmermann. Nach dem Angriff sollten die Schwachstellen behoben und grundsätzliche Lehren aus dem Vorfall gezogen werden, damit die IT-Sicherheit verbessert werden kann.

Weitere Gefahren nicht vergessen

«Über Cyberangriffe wird aktuell viel gesprochen und die Bedrohung ist real. Es gibt aber auch weitere Gefahren, die in das Risikomanagement einfließen sollten. Ich denke hier insbesondere an Lieferkettenschwierigkeiten, künstliche Intelligenz oder zukünftige Quantencomputer», sagt Zimmermann. Alle diese Themen bieten neue Chancen und auch Sicherheitsrisiken. Führungskräften und Verwaltungsrät/-innen wird daher empfohlen, sich über diese Themen zu informieren. Ein guter Weg, um in Bezug auf Cybersicherheit und grundsätzlich zu Management-Themen auf dem Laufenden zu bleiben, sind Weiterbildungen, wie jene von Rochester-Bern Executive Programs.

Rochester-Bern Executive Programs ist eine der führenden Business Schools in der Schweiz und organisiert ein breites Angebot an Weiterbildungen für Führungskräfte und Verwaltungsrät/-innen.

Rochester-Bern bietet unter anderem folgende Studiengänge an:

- Executive MBA
- CAS Verwaltungsrat
- CAS Leadership & Inclusion
- CAS Wirksames KMU-Management



Talentmanagement und Werteorientierung



Viele Generationen unter einem Dach – Mitarbeitende dank Talentmanagement generationsbewusst und werteorientiert begleiten. Der demografische Wandel und dessen Folgen für die Arbeitswelt werden zunehmend sichtbar. Die steigende Lebensarbeitszeit führt dazu, dass teilweise bis zu fünf Generationen gleichzeitig arbeitstätig sind. Dies stellt Unternehmen auf die Probe, wobei HR-Verantwortliche mit dem Know-how, wie man Menschen generationsbewusst und werteorientiert begleitet, einen zentralen Beitrag leisten. Ein wirksames Werkzeug dafür bietet das Talentmanagement, indem Ressourcen und Stärken aller Generationen erkannt und gefördert werden.

Wir Menschen sind Beziehungswesen und identifizieren uns mit den Personen um uns herum, insbesondere denjenigen unserer Generation. Daraus resultiert ein gemeinsames Wir-Gefühl, das verbindet. Genau so ähnlich wie wir unseren Jahrgängen sind, unterscheiden wir uns von unseren Grosseltern, Eltern und Kindern. Wir wurden anders erzogen und haben uns unterschiedlich sozialisiert. Nichtsdestotrotz lebt der Mensch mit verschiedenen Altersgruppen zusammen. Sei es Familie, Freizeit oder Beruf: Überall sind mehrere Generationen vertreten.

Der demografische Wandel – Möglichkeiten für Unternehmen

Für Unternehmen zeigt sich der demografische Wandel in vielerlei Hinsicht: Aufgrund der steigenden Lebensarbeitszeit kommt es immer mehr vor, dass sich die Belegschaft aus bis zu fünf Generationen zusammensetzt. Durch diese Generationenvielfalt ergibt sich die grosse Möglichkeit, mittels generationenspezifischer und werteorientierter Personalentwicklungsarbeit ein breitgefächertes Talentmanagement zu fördern. Um Mitarbeitende generationsbewusst zu begleiten, ist es für HR-Verant-

wortlichen wichtig, die unterschiedlichen Bedürfnisse der Generationen zu verstehen. Die Differenzen zwischen den Generationen beziehen sich nebst demografischen Daten vor allem auf die jeweiligen Werte, Einstellungen, Bedürfnisse sowie bevorzugte Kommunikationswege.

Generationsbewusstes Talentmanagement

Für Organisationen ist die Gestaltung der beruflichen Entwicklung von Angestellten eine zentrale Aufgabe, bei der das Abdecken von gegenwärtigen und zukünftigen Personalbedürfnissen im Fokus steht. Aus gutem Grund, denn ein starker Personalentwicklungssektor macht einen Arbeitsplatz attraktiver für potenzielle Bewerbende, was wiederum die Qualität und somit die Wettbewerbsfähigkeit der Organisation fördert (Klaffke, 2014). Was Mitarbeitenden im Hinblick auf ihre Entwicklung wichtig ist, sind Personalentwicklungsmassnahmen mit Fokus auf die Stärken und Ressourcen, die eine Generation typischerweise mitbringt. Die Babyboomer beispielsweise sind in der Regel gut vernetzt sowie für ihre hohe Sozialkompetenz und Kooperationsfähigkeit bekannt, weshalb sie sich in Teams mit einem starken Generationenmix hervorragend als Vermittler oder «Leitpartner/-in» eignen. Personen der Generation Y gelten als Teamplayer und haben ein sehr hohes Gespür und Verlangen nach Sinnhaftigkeit. Es geht für Organisationen und deren Personalentwicklung darum, die Stärken und Ressourcen der jeweiligen Generation zu erkennen.

Leitfragen für Stärken-/Ressourcenorientierung:

- Welche Stärken hat mein Gegenüber?
- Was kann oder tut er/sie ausgesprochen gut?
- Wo könnte er/sie diese Stärken und Ressourcen wie einsetzen?

Exkurs: Was bedeutet Talentmanagement?

Talentmanagement ist ein Teilgebiet des Human Resources Managements und steht hauptsächlich für personalpolitische, strategische Massnahmen in einem Unternehmen, um langfristig die Talentförderung und das Besetzen kritischer Stellen für Fach- sowie Führungskräfte sicher zu stellen. Es gilt als erfolgskritischer Faktor für moderne Unternehmen, die nicht nur durch Lohnauszahlungen ihre Arbeitnehmenden an sich binden, sondern und vor allem durch die Förderung und den Einsatz des individuellen Talentes einer Arbeitskraft. Talentmanagement verfolgt eine umgedrehte Personaleinstellungslogik: Anstatt für eine offene Stelle eine passende Person zu finden (Recruiting), wird eine talentierte Person gefunden und darauf (im Optimalfall) eine passende Stelle geschaffen.

Eine Frage der Perspektive

Die Auseinandersetzung mit der generationenspezifischen Förderung von Arbeitnehmenden befähigt dazu, Mitarbeitende je nachdem, wie sie sozialisiert wurden und in welcher Lebensphase sie stehen, am richtigen Punkt abzuholen und sie effektiv zu unterstützen. Eine Methode, die hilft, sich den Werten, Bedürfnissen und Zielen der jeweiligen Generation bewusst zu werden, ist der Perspektivenwechsel.

Leitfragen für den Perspektivenwechsel:

- Was braucht mein Gegenüber?
- Welche Werte vertritt er/sie? Und warum?
- Welche Art von Führung/Beratung/Begleitung wünscht oder braucht er/sie?

Erfolgsfaktor Generationenvielfalt

Zusammenfassend kann das Wissen und Bewusstsein, wie die unterschiedlichen Generationen «ticken», als wertvoller Wegweiser betrachtet werden, der das Erfüllen von Bedürfnissen ermöglicht und damit die Arbeitgeberattraktivität und auch die Mitarbeiterzufriedenheit steigert. Dennoch ist die Generationenangehörigkeit nicht alles, was zählt: Mit der Generation, der wir angehören, teilen wir zwar unsere Werte und Bedürfnisse. Doch wir sind viel mehr als ein Abbild unserer Generation: Neben der generationsbedingten Sozialisation gibt es noch viele weitere Faktoren, die den Menschen in seiner Entwicklung geprägt haben und ihn als Individuum ausmachen, wie z.B. das Geschlecht, der kulturelle Hintergrund, die soziale Herkunft oder die individuelle Persönlichkeit. Die Generation, in die man geboren wird, ist wegweisend – doch sie ist schlussendlich bloss ein Teil des grossen Ganzen.

Text von: Sonja Kupferschmid & Pascal Dimitri Ruchti

Quellennachweise:

K Klaffke, M. (2014). Generationen-Management: Konzepte, Instrumente, Good-Practice-Ansätze. Springer: Wiesbaden.

Infobox:

Möchten Sie Menschen in Veränderungsprozessen begleiten? Bilden Sie sich zum Coach und betriebl. MentorIn weiter und lernen Sie im Lehrgang Coaching Mentoring beim Coachingzentrum Olten wirkungsvolle Impulse zur Weiterentwicklung kennen. Besuchen Sie unsere Website: www.coachingzentrum.ch/coach.

**Autorin: Sonja Kupferschmid Boxler**

Mitinhaberin & Geschäftsleitungsmitglied beim Coachingzentrum Olten und in eigener Praxis als Coach, Lehrcoach und Trainerin sowie Psychotherapeutin unterwegs. Beim Auf- und Ausbau des Weiterbildungsangebotes hat sie sich vertieft mit dem Thema Agilität, New Work und betriebliches Mentoring sowie Teamcoaching & Supervision auseinandergesetzt.

**Autor: Pascal Dimitri Ruchti**

Ist beim Coachingzentrum Olten als Mitarbeiter Produkteentwicklung tätig. Als BSc. Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie verfügt er über ein breites Grundlagewissen in den Bereichen New Work, Digitalisierung und Human Resources.



CZO Coachingzentrum Olten GmbH

Konradstrasse 30 · 4600 Olten

Telefon 062 926 43 93 · www.coachingzentrum.ch

Partner- angebot

SKV-Mitglieder profitieren bei iba

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

SKV-Sonderkonditionen

PROFIT® Top Konditionen auf dem gesamten iba Sortiment und Dienstleistungsangebot

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

Bei iba noch nicht als SKV-Mitglied erfasst?

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

Treuerabatt
20.-

auf Ihre Bestellung ab CHF 100.-

Dieser Rabatt kann nur einmal eingelöst werden und ist nicht gültig für Dienstleistungen und nicht kumulierbar mit weiteren iba Rabatt-Gutscheinen. Preise exkl. MwSt. Gültig bis 31. Dezember 2023.

Im Online-Warenkorb
Code
SKV23
eingeben
oder am Telefon
erwähnen

Mehrwertpartner die Ihre Produkte und Dienstleistungen mit einem Mehrwert anbieten

Arbeitsplatz	MEWA Service AG	Arbeitsschutzartikel	5 % Rabatt oder Gutschein im Wert von CHF 60.– (SKV Mitglieder)
	CARBON Connect	Kompensationsmassnahmen	Lösungen für einen kleineren CO ² -Fussabdruck und eine klimapositive Welt
	CRIF AG	ESG-Zertifikat	Als SKV-Mitglied erhalten Sie der ESG-Zertifikat zum Vorzugspreis von CHF 160.–
	LEDVANCE AG	Beleuchtungen	Effizienz, Funktion, Konzentration
	Reka Schweizer Reisekasse Genossenschaft	Benefits	Reka-Pay – ideal als Lohnnebenleistung oder Prämie
	SLKK	Krankenkasse	Als SKV-Mitglied profitieren Sie von attraktive Angebote
Büroservice	IBA	Büromaterial /-möbel	Sonderkonditionen nach Anmeldung im iba Shop mit Vermerk «SKV Mitglied»
	PayrollPlus AG	Digitale Lohnplattform	
Finanzierung	Bonus Card VISA	Kredit / Finanzierung	Gratis im 1. Jahr / ab 2. Jahr nur CHF 48.–
	CETI Bridge Facility	Investorenplattform	Kostenlose Erstberatung
	KMU-Liquidität	Finanzierung	Partner in Finanzierungsfragen
	Noventus	Vorsorgelösungen	–
Genuss	Delizio Pro	Flexible Kaffee-Abo	Smartes Kaffee-Abonnement für KMU
	ibervinos AG	Weine & Reisen	–
Gesundheit	CforC GmbH	Gesundheitsmanagement Persönlichkeitsentwicklung	10 % Rabatt für SKV Mitglieder auf Coaching oder Workshops
	Krebsliga Schweiz	Coaching	Coaching für Vorgesetzte zu «Krebs und Arbeit»
	Sanasearch.ch	Therapeutennetzwerk	Als SKV-Mitglied profitieren Sie von 10 % Rabatt auf Sanasearch-Gutscheine
	Stedtnitz design your life GmbH	Prävention und Recovery	Neue Lebensfreude mit einem gezielten Programm
	VDM-Academy GmbH	Nahrungsergänzungsmittel	–
Hotels & Reisen	Allianz Travel	Reisen-/Cyber-Versicherungen	Versicherungen zu Spezialkonditionen
	Freedreams	Hotel/ Reisen	Spezialangebot mit 40 % Rabatt: 1 Hotelscheck für CHF 49.– statt 85.–
	Hotelcard AG	Hotel/ Reisen	Sie sparen CHF 20.– (d.h. CHF 79.– anstatt CHF 99.–)
	Migrol AG	Treibstoff	Migrolkarte bestellen und von Spezialkonditionen profitieren
	Radisson Blu Hotel St. Gallen	Hotel/ Reisen	–
	Volvo Car Switzerland	Mobilität	8 % Rabatt für SKV Mitglieder bei aktuellen Modelle
Informatik	Completa AG	Business-App	Hol dir deinen Mehrwert dank dem modernsten, zentralen Kommunikation-, Präsentation-, Information- und Organisation's Tool!
	DocuWare GmbH	Documentmanagement-System	10 % Rabatt auf sämtliche Dienstleistungen
	KUMAVISION AG	Business-Software	10 % Rabatt auf sämtliche Dienstleistungen
	Brevo	CRM-Suite für KMU	Führende CRM-Suite für Unternehmen, die nachhaltige und langfristige Kundenbeziehungen aufbauen möchten, um in einer sich schnell verändernden digitalen Welt expandieren zu können
Inkasso/ Debitoren	Inkassosolution	Inkasso / Debitoren	–
Internet	Kundenversprechen	Onlinenetzwerk	Eintrag im Vertrauens-Netzwerk
	mercateo	Onlinehandelsplattform	Ihre Einsparpotenziale im indirekten Einkauf, in über 4,6 Mio Artikeln
	sharemagazines GmbH	Digitale Lesezirkel	Zeitungen und Magazine aus aller Welt
Marketing	Anaphora GmbH	Kommunikation	Als SKV-Mitglied erhalten Sie 10% Preisnachlass auf sämtliche Dienstleistungen
	Cohaga AG	Adressdatenbanken	Adressen, die so noch niemand hat: für 80 unterschiedliche Branchen aus 6 Kategorien
	Goldbach Group AG	Werbemassnahmen	Massgeschneiderten Lösung, damit Sie Ihr Produkt im richtigen Moment an die richtige Zielgruppe bringen können
	miiting.com	Business Netzwerk	Auf miiting finden Business Netzwerker neue Kontakte und Geschäftsmöglichkeiten. PREMIUM kostenlos für SKV-Mitglied
	Scheidegger Siebdruck	Werbung	10 % Naturalrabatt (z. B. 110 Ex zum Preis von 100 Ex.)
	Werbeagentur Forster	Webdesign und Onlinemarketing	10% Rabatt auf sämtliche Dienstleistungen
Tele- kommunikation	Sunrise GmbH	Telekommunikation	All-in-one-Lösung für KMU und Selbständige

Anzeige

So leicht ist Rechnung.
Rechnungen jetzt direkt im E-Banking erhalten und bezahlen.



eBill.ch

KMU LEBENSQUALITÄT COACH

Wie oft müssen Sie nachbessern, weil ihr Mitarbeiter nicht alles verstanden hat obwohl er «eigentlich» gut ist!

Was wäre es Wert, wenn man das um mindestens 50% reduzieren könnte?

KMU Lebensqualität Coach · Andreas Tadge · Unterfeldstrasse 23 · 5722 Gränichen
Telefon 079 920 08 74 · info@kmu-lebensqualitaet-coach.ch · www.kmu-lebensqualitaet-coach.ch

Befreien Sie sich komplett von der Administration rund um Löhne, Versicherungen und AHV.

So einfach bezahlt man Löhne an Freelancer und Mitarbeitende.

PAYROLL PLUS 
Die Lohnplattform für Freelancer und KMU

Webdesign und Onlinemarketing - Wir machen Sie sichtbar! Für einen starken Auftritt im Internet!

Als Webagentur sind wir Ihr Partner, wenn es darum geht, Ihr Unternehmen im Internet sichtbar und bekannt zu machen. Zu unseren Kunden zählen kleine bis mittlere KMUs und neugegründete Unternehmen. Wir freuen uns, auch Sie auf dem Weg zur Sichtbarkeit und zum Erfolg begleiten zu dürfen!

Modernstes Webdesign



Firmenwebsite oder Onlineshop nach Mass? Hinterlassen Sie einen bleibenden Eindruck!

Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Wir bringen Sie bei Google mit Ihren relevanten Keywords ganz weit nach vorne!



Google Ads (SEA)



Ihre Werbeanzeige zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort für den richtigen Nutzer?

Webagentur Forster
c/o BusinessParc Reinach
Christoph Merian-Ring 11
4153 Reinach

www.webagentur-forster.ch
info@webagentur-forster.ch
079 722 18 49



ESG-Halbtagesseminar exklusiv für KMU-Verwaltungsratsmitglieder



Boards4ESG – Stärken Sie Ihre ESG-Kompetenz

Im Zeitalter der Nachhaltigkeit sind ESG (Environmental, Social, und Governance) Anforderungen für Unternehmen weltweit von entscheidender Bedeutung. Ab 2023 sind viele EU-Unternehmen dazu verpflichtet, ihre Stakeholder über ESG-Aktivitäten zu informieren. Schweizer KMU können ebenfalls betroffen sein, insbesondere wenn sie Geschäftsbeziehungen mit EU-Unternehmen pflegen oder Teil der europäischen Wertschöpfungskette sind.

Die Initiative Boards4ESG wurde 2023 gegründet. Unser Expertenteam hat ein praxisnahes Halbtagesseminar sowie ein E-Training konzipiert und das Label „Certified Sustainability Board“ eingeführt. Damit möchten wir Verwaltungsratsmitgliedern von Schweizer KMU in der Bewältigung ihrer Herausforderungen unterstützen.

Anmeldung zum ESG Seminar

Nehmen Sie an unseren massgeschneiderten Halbtagesseminaren teil, exklusiv für KMU-Verwaltungsratsmitglieder. Erweitern Sie Ihr ESG-Wissen und erhalten Sie umfassende Einblicke in aktuelle ESG-Trends und -Praktiken.

- ESG-Grundlagen kompakt - Erhalten Sie einen fundierten Einblick über die wichtigsten Begriffe und Konzepte im Bereich ESG & CSR.
- EU-Regulierung & die Schweiz im Fokus – Erfahren Sie, wie EU-Vorschriften u.a. die Taxonomie, CSRD, LkSG, TCFD Ihr KMU betreffen können.
- Risikomanagement & Compliance - Lernen Sie, wie Sie KMU-relevante ESG-Kriterien in Ihrem Unternehmen identifizieren und in Ihr Risikomanagement integrieren können.
- Grundlagen ESG-Daten - Erhalten Sie einen ersten Einblick in das ESG-Datenlabyrinth, Datenqualität, Verfügbarkeit und Kennzahlen.
- Grundlagen Reporting & Lieferkette – Entdecken Sie, wie Sie Sustainability Reporting Standards & LkSG effizient nutzen können.

Sichern Sie sich Ihr ESG Zertifikat

Nach erfolgreichem Abschluss des Seminars erhalten die Seminarteilnehmenden das Label 'Certified Sustainability Expert'. Zudem haben KMU die Möglichkeit, das Label 'Certified Sustainability Board' zu erlangen. Dieses exklusive ESG-Zertifikat kann zu Kommunikationszwecken, wie beispielsweise auf der Website oder im ESG-Bericht, eingesetzt werden. Es zeigt Stakeholdern, dass sich Ihr Unternehmen intensiv mit Nachhaltigkeitsthemen auseinandersetzt.

Zugang zu E-Trainings

Teilnehmende des Seminars können sich für unser E-Training anmelden und erhalten damit exklusiven Zugriff auf die jährlich aktualisierten ESG-Themenvideos. Diese kompakten Online-Module, präsentiert von renommierten Experten, informieren Sie stets über die neuesten ESG-Trends und -Entwicklungen. Die Expertenvideos werden aufgezeichnet und sind innerhalb eines Kalenderjahres verfügbar.

Seminargebühren & Teilnehmeranzahl

Die Teilnahmegebühr beträgt CHF 750.– pro Person und beinhaltet Seminarunterlagen, ein Mittagessen und das Label 'Certified Sustainability Expert' (Teilnahmebestätigung). Die Seminarplätze werden jeweils auf 25 Teilnehmende begrenzt.

Standorte & Sprache

Die Seminare finden erstmalig im November 2023 in St. Gallen und Zürich in deutscher Sprache statt. Für 2024 sind weitere Standorte geplant sowie die Erweiterung der Seminar-Unterrichtssprache «französisch». Melden Sie sich online an unter: booking@boards4esg.ch



Sanft und ganzheitlich: Mit Bowtech® zu mehr Wohlbefinden

Die moderne Muskel- und Faszientherapie namens Bowtech® kann auf natürliche Weise den Körper unterstützen, seine Ressourcen der Selbstregulation optimal zu nutzen.

In einer Welt, die von Hektik, Stress und den täglichen Herausforderungen des modernen Lebens geprägt ist, sehnen sich Menschen nach einem Gefühl von innerer Ruhe und Ausgeglichenheit. Die noch junge Methode Bowtech® kann dabei helfen, Körper, Geist und Seele in Einklang zu bringen.

Bowtech® beruhigt und regeneriert

Bowtech® – die originale Bowen Technik ist eine sanfte Körpertherapie, bei der durch gezielt gesetzte Impulse alle Körpersysteme aktiviert werden: Vom Verdauungstrakt über das Atmungssystem bis hin zu den Lymphen und Faszien. Auch das parasympathische System, das im Körper die Regulation in der Ruhe- oder Erholungsphase steuert, wird angesprochen und bringt den Körper in einen Zustand tiefer Entspannung. Erst dann ist der Körper in der Lage zu regenerieren und sich zu stabilisieren. Bowtech® wird manchmal auch als Body Reset bezeichnet, da der Körper sich wieder an seinen ursprünglichen gesunden Zustand erinnert. Entwickelt wurde Bowtech® von dem Australier Thomas A. Bowen (1916 – 1982), der mit seinem sensitiven Gespür sehr gezielt Spannungen im Gewebe feststellen konnte und verstand, diese mit sanften Impulsen zu lösen. Tom Bowen verfeinerte seine Methode immer mehr und seit den 1980er Jahren wird Bowtech® weltweit angewendet. Seit 2003 wird die Methode auch in der Schweiz gelehrt und eingesetzt.



Martina Knufinke ist Dipl. Bowtech® Therapeutin

Vom Gespräch bis zur Aktivierung

Zunächst werden in einem Vorgespräch die Beschwerden, der Ablauf der Behandlung und die Behandlungsziele festgehalten. Die Behandlung findet in der Regel im Liegen statt, kann aber auch im Sitzen durchgeführt werden. Auf der Haut oder über leichte Kleidung setzt der Therapeut oder die Therapeutin mit den Fingern sanfte Griffe. Zwischen zwei Griffserien werden bewusst Pausen von etwa zwei Minuten eingelegt, die ein wichtiger Bestandteil der Behandlung sind, damit die Impulse bestmöglich verarbeitet werden können. Vor und nach der Behandlung sollte ausreichend Wasser getrunken werden, da das Faszien system aktiviert wird und ausreichend Flüssigkeit benötigt.

Eine Therapie für Alle

Die Methode besitzt ein sehr breites Anwendungsspektrum, da alle Körpersysteme durch die Bowen Griffe angesprochen werden. Durch die Sanftheit kann die Methode bei Menschen jeden Alters angewendet werden, vom Neugeborenen bis zum Senior. Bowtech® hilft sowohl bei akuten also auch bei chronischen Beschwerden, verbessert die Lebensqualität und verhilft zu mehr Beweglichkeit. Bei regelmässigen Behandlungen wird die Körperwahrnehmung geschult und die Regeneration nach dem Sport oder nach grösserer Anstrengung nachweislich beschleunigt. Zwischen zwei Behandlungen wird in der Regel eine Pause von 5 bis 10 Tagen empfohlen. In dieser Spanne sollten möglichst keine zusätzlichen Therapien eingesetzt werden. Der Körper soll sich die Zeit nehmen, um angestossene Prozesse wirken zu lassen und nicht frühzeitig zu unterbrechen. In der Regel werden zunächst drei bis vier Behandlungen angesetzt, anschliessend wird das weitere Vorgehen besprochen. Akute Beschwerden können dann bereits gelöst sein, chronische Beschwerden können danach eventuell in grösseren Abständen behandelt werden.

Was zahlt die Kasse?

Über die Zusatzversicherungen diverser Versicherer werden die Behandlungskosten der Bowtech® Methode teilweise übernommen. Da die Bedingungen der Versicherer zu den Kostenerstattungen unterschiedlich sind, sollten die Kostenübernahme vorab mit der Krankenkasse geklärt werden.

Sanasearch in Zusammenarbeit mit dem Verein Bowtech® Schweiz und Martina Knufinke.

Über die Autorin Martina Knufinke ist Dipl. Bowtech® Therapeutin, Dozentin für die Methode und Mitglied beim Verein Bowtech® Schweiz. Ihre Praxis befindet sich in Regensdorf/Watt und Termine für eine Behandlung können online unter www.sanasearch.ch gebucht werden.

Gesundheit stärkt -
Mitarbeiter und Unternehmen!

Als SKV-Mitglied erhalten Sie auf der grössten Schweizer Therapeutenplattform www.sanasearch.ch CHF 10.- Rabatt auf Ihre erste Buchung mit dem Code "SKV10".

 sanasearch.ch
Therapeuten online buchen

So funktioniert's:

1. Passenden Therapeuten auf Sanasearch.ch finden.
2. Gutscheincode bei der Online-Buchung angeben.
3. Fertig! Sie erhalten CHF 10.- Rabatt.





www.sanasearch.ch | 044 444 50 80 | hilfe@sanasearch.ch



Sanasearch

Hardturmstrasse 169 · 8005 Zürich

Telefon 044 444 50 80

info@sanasearch.ch · www.sanasearch.ch

Handfeste Unterstützung für Ihren Rauchstopp



Die meisten Raucherinnen und Raucher wissen, dass sie mit ihrem Tabakkonsum ihrer Gesundheit schaden. Rund zwei Drittel möchten mit dem Rauchen aufhören, wissen aber oft nicht, wie sie es anpacken sollen. Handfeste Unterstützung erhalten sie bei der Rauchstopplinie der Krebsliga Schweiz. Sie berät kostenlos, individuell und in 12 Sprachen.

Mehr als 2,3 Millionen Menschen greifen in der Schweiz regelmässig zur Zigarette. Sie nehmen damit in Kauf, an Krebs zu erkranken, Herz-Kreislauf-Probleme zu bekommen oder früher zusterben. Laut Bundesamt für Gesundheit gehört der Tabakkonsum heute «zu den grössten Problemen der öffentlichen Gesundheit». So sterben in der Schweiz jedes Jahr 9500 Menschen an den Folgen des Tabakkonsums. Das macht 15 Prozent aller Todesfälle aus.

Tabak als Risikofaktor für Krebs

Rauchen ist der grösste vermeidbare Risikofaktor für Krebs. 80 bis 90 Prozent der Lungenkrebs-Todesfälle gehen auf das Konto von Tabak. Mit 4'800 Diagnosen pro Jahr, ist Lungenkrebs die dritthäufigste Krebsform in der Schweiz. Bei einem bösartigen Tumor in der Lunge vermehren sich Zellen unkontrolliert und können in gesundes Gewebe einwachsen und es schädigen. Die Tumorzellen können sich über die Lymph- und die Blutbahnen im Körper ausbreiten. Eine Ansammlung solcher Zellen an anderen Stellen im Körper heissen Metastasen oder Ableger.

Was viele nicht wissen: Tabak kann nicht nur Lungenkrebs verursachen, sondern auch viele andere Krebsarten, wie z.B. Mundhöhlen-, Speise-

röhren-, Nieren- und Bauchspeicheldrüsenkrebs, aber auch Brust- oder Dickdarmkrebs. Die Diagnose Krebs ist sowohl für Betroffene wie auch für Angehörige ein sehr einschneidendes und belastendes Ereignis. Etwa jede dritte Person ist im Laufe ihres Lebens von einer Krebserkrankung betroffen und rund jeder vierte Todesfall ist auf diese Krankheit zurückzuführen. Um sein Krebsrisiko zu reduzieren, lohnt sich ein Rauchstopp deshalb immer.

Stoppen Sie noch heute mit Rauchen!

Ein Rauchstopp hat schlagende Vorteile: für die Gesundheit der Raucherinnen und Raucher. Für ihr Aussehen und ihren Geschmackssinn. Für ihre Mitmenschen und Mitarbeitenden. Für die Umwelt. Und nicht zuletzt für ihr Portemonnaie. Warum also fällt es trotzdem so schwer, mit dem Rauchen aufzuhören? Weil viele nicht wissen, wie sie ihren Rauchstopp am besten anpacken sollen.

Gehören auch Sie zu den Menschen, die mit Rauchen aufhören möchten? Dann schauen Sie auf der Website www.rauchstopplinie.ch vorbei: Dort finden Sie hilfreiche Informationen und konkrete Tipps zum Tabakausstieg. Wünschen Sie sich bei Ihrem Rauchstopp persönliche Unterstützung? Dann rufen Sie noch heute die kostenlose Rauchstopplinie der Krebsliga Schweiz an, die durch den Tabakpräventionsfonds finanziert wird. Die Beratenden sind Rauchstopp-Profis: Sie beantworten alle Ihre Fragen rund um den Rauchstopp, helfen Ihnen in Telefon-Coachings bei der Vorbereitung des Tabakausstiegs und unterstützen Sie dabei, wirksame Strategien für die Umsetzung im Alltag zu finden.

Folgende Vorteile bietet die Rauchstopplinie auch Ihnen

Persönlich: Die Beraterinnen und Berater berücksichtigen Ihre persönlichen Bedürfnisse und nehmen sich Zeit für Sie.

Kostenlos: Sie bezahlen die üblichen Telefonkosten für Ihren ersten Anruf. Die Rückrufe und das Coaching durch die Rauchstopplinie sind kostenlos.

Vertraulich und anonym: Sie müssen keine persönlichen Angaben machen. Allfällige Angaben werden vertraulich behandelt.

Flexibel und zeitsparend: Sie bestimmen, wann und wo Sie mit den Beraterinnen und Beratern sprechen wollen. Ein Anfahrtsweg entfällt.

Wirksam: Die Beratung der Rauchstopplinie ist eine anerkannte, wirksame Methode zur Tabakentwöhnung.

«Tabak verursacht nicht nur Lungenkrebs; auch viele andere Krebsarten werden dadurch begünstigt.»

Beratung in 12 Sprachen

Unter der Nummer 0848 000 181 beantwortet die Rauchstopplinie Ihren Anruf auf Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch. Sie ist bedient von Montag bis Freitag, 11 bis 19 Uhr.

Für die Beratung in acht weiteren Sprachen gibt es zusätzliche Nummern. Sie können Ihre Telefonnummer auf dem Anrufbeantworter angeben. Innerhalb von 48 Stunden ruft Sie eine Beraterin oder ein Berater in Ihrer Sprache kostenlos zurück:

Rätoromanisch: 0848 189 189

Albanisch: 0848 183 183

Portugiesisch: 0848 184 184

Spanisch: 0848 185 185

Serbisch, Kroatisch, Bosnisch: 0848 186 186

Türkisch: 0848 187 187

www.rauchstopplinie.ch
www.krebsliga.ch/nichtrauchen



Gleiches Recht für alle: So klappt der Aufbau diverser Teams mit Remote-Work



Längst hat es sich auch in konservativsten Unternehmen herumgesprochen: Diversität lohnt sich. Firmen mit vielfältigen Teams arbeiten erfolgreicher, profitabler und gelten als besonders anziehende Arbeitgeber. Eine Möglichkeit für KMU im Dienstleistungs-, Beratungs-, IT- und Digital-Sektor, ihre Teams diverser aufzustellen, ist das Angebot von Remote-Arbeitsplätzen. Mit dem attraktiven Benefit Remote-Work vergrössern sie den Pool der möglichen Bewerberinnen und Bewerber. Aber dieses Konzept geht nur dann auf, wenn die Bedingungen stimmen.

Ohne Frage ist Remote-Work ein grosser Pluspunkt beim Aufbau diverser Teams. Ich warne aber davor, sie undurchdacht und schlecht geplant als Incentive anzubieten. Das Angebot muss mit Leben gefüllt werden, wenn es funktionieren soll. Sind Führungskräfte sowie Team-Strukturen nicht darauf vorbereitet und ausgerichtet, dass Kolleginnen und Kollegen von verschiedenen Standorten aus arbeiten, dann ist der Traum vom funktionierenden diversen Team schnell geplatzt. Die Folge: Hohe Frustration und Fluktuation.

Warum ist Remote-Work beim Aufbau diverser Teams überhaupt ein Pluspunkt? Weil eine gute Work-Life-Balance für immer mehr Menschen und Talente wichtig ist. Unter Palmen leben und trotzdem zuverlässig für ein Unternehmen arbeiten? Aber gern! Kinder haben und viel Zeit mit ihnen verbringen, aber dennoch voll für die Firma da sein? Ja sicher!

Ein weites Feld von Talenten

Frauen wollen als Mütter nicht auf anspruchsvolle Jobs und Karriere verzichten, Väter wünschen sich mehr Zeit mit dem Nachwuchs. In der Schweiz, wo Elternzeit nur in pendenten Vorlagen auf Kantons- und Bun-

desebene zu finden ist, hat Remote-Work für besonders viele hochqualifizierte Eltern einen Reiz. Das Feld der Bewerberinnen und Bewerber, die ein Unternehmen auf dem Weg in seine diverse Zukunft gewinnen kann, ist aber noch weitaus grösser: Wer auf dem Land lebt, kann sich problemlos für eine Firma mit Sitz in Zürich oder Bern bewerben, pflegende Angehörige können ihre Care-Arbeit auch mit gutem Job weiter leisten. Neurodivergente Menschen müssen sich nicht mit Grossraumbüros und ständigen Meetings auseinandersetzen, körperlich Behinderte ersparen sich anstrengende Arbeitswege und schliesslich steht der internationalen Ausschreibung von Stellen nichts mehr im Wege.

Aber für den Erfolg dieser Recruiting- und Arbeitspolitik sind gleiche Rahmenbedingungen für alle Voraussetzung. Entweder arbeiten alle im Team remote – wie zum Beispiel im Unternehmen Dropbox – oder aber alle hybrid mit festgelegten Tagen. Denn arbeiten die einen so, die anderen so, ist das Risiko von Benachteiligungen gross.

Karriere-Knick Remote?

Proximity Bias oder auch Distance Bias (zu Deutsch etwa „Näheverzerrung“) beschreibt das psychologische Konzept der instinktiven Bevorzugung von Menschen, die sich in unserer physischen Nähe befinden. Eine Umfrage aus dem Jahr 2022 unter 200 Führungskräften der US-amerikanischen Führungsspitze bestätigt, dass es reichlich Grund zur Besorgnis gibt: 41 Prozent der Teilnehmer gaben an, dass Remote-Mitarbeitende bei einer Beförderung weniger wahrscheinlich in Betracht gezogen werden. Erst vor wenigen Monaten warnte der CEO von IBM seine remote arbeitenden Angestellten davor, durch die Arbeit im Homeoffice ihre Chancen auf eine Karriere zu schmälern. In Teams, die nicht unter gleichen Bedingungen arbeiten, ist zudem die Versuchung gegeben, grosse

Projekte nur denjenigen anzubieten, die am präsentesten sind. Nur weil jemand nicht im Büro ist, heisst das nicht, dass er oder sie kein abteilungsübergreifendes Projekt mit einer Vielzahl von Interessengruppen leiten kann. Machen Sie sich die Gefahr unbewusster Benachteiligung von Angestellten bewusst und bewerten Sie die Kolleginnen und Kollegen nicht nach ihrer Anwesenheit, sondern nach ihrer Leistung. Wichtig ist ebenso, dass die remote arbeitenden Mitarbeitenden an wichtigen Entscheidungen beteiligt sind.

Eine weitere Voraussetzung dafür, dass remote tatsächlich ein Benefit ist und Arbeitgeber wie Arbeitnehmer davon profitieren, ist ein gutes Format für das Onboarding. Stichworte sind hier: Schneller Zugriff und Einsatz der wichtigen Tools und ein Teambuddy. Neue Teammitglieder brauchen einen Menschen, mit dem sie reden können. Ausserdem erleichtert ihnen regelmässiges Abfragen von Feedback das Lernen ebenso wie klar strukturierte Trainingsinhalte und Handbücher.

Ohne Kommunikation geht nichts

Beständiger Austausch ist auch nach der Einarbeitung ein zentraler Punkt. Nutzen Sie Online-Plattformen und Formate, die für alle im Team funktionieren. Effektive Kommunikation ist in Hybrid- und Remote-Arbeitsumgebungen wichtiger denn je.

Achten Sie bei Meetings auf die Länge. Als optimal gelten 30, maximal 40 Minuten. Danach setzt unweigerlich Bildschirm-Müdigkeit ein. Klappt es mit der Galerieansicht, können sich alle sehen? Achten Sie auch auf die Zahl der Teilnehmenden. Acht Personen sind ein guter Richtwert. Hilfreich ist eine Agenda mit Regeln: Wann sollen die Mikrophone stumm geschaltet sein, wann ist Zeit für Fragen und Feedback, Kameras bitte nicht ausschalten. Alle sollten sich ermutigt fühlen, sich zu äussern und an Entscheidungsprozessen zu beteiligen.

Vieles geht online – alles nicht. Offline-Events für das persönliche Kennenlernen sollten nicht nur stattfinden, sondern im Arbeitsvertrag mit einer Präsenzpflcht festgelegt sein. Ein letzter, aber wichtiger Punkt: Wer im Home-Office arbeitet, muss besonders auf seine oder ihre psychische wie physische Gesundheit achten. Bewegungsmangel ist eine typische Begleiterscheinung, zudem drohen Vereinsamung und Depression. Bewegungs- und Gesundheitscoachings als Benefit oder Fitness-Abos und das Angebot psychologischer Beratung sind für Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber gute Möglichkeiten zum Gegensteuern. Feste Arbeitsplätze sollten ergonomisch eingerichtet sein. *Gastbeitrag von Verena Fritzenwenger*



Über die Autorin:

Verena Fritzenwenger ist Gründerin und CEO der PEOPLE Consulting GmbH, die in Deutschland, der Schweiz und den USA Top-Fachkräfte für die Medizin- und Technik-Branche vermittelt.

GROSSARTIGE KARTE – GROSSARTIGE VORTEILE FÜR SKV MITGLIEDER

EXKLUSIVE: VISA BONUS CARD IM 1. JAHR GRATIS PLUS
CHF 100 GUTSCHRIFT AUF IHRE NÄCHSTE WERBEBUCHUNG!



- ✓ Visa Bonus Card im **1. Jahr gratis***
- ✓ Ideal für **mobiles Bezahlen** (ApplePay, Google Pay, Samsung Pay uvm.)
 - ✓ Stetige Kontrolle dank der **Bonus Card App**
- ✓ Mit jeder Zahlung **Bonuspunkte sammeln** (attraktiver Prämienshop)
- ✓ Inklusive **Sorglos-Shopping-Paket** für reibungsloses Einkaufen**
 - ✓ Inklusive **Sicher-Reisen-Paket** für Weltenbummler**
- ✓ Gutschrift von **CHF 100** bei nächster Werbebuchung (Plattformen des SKV)

Jetzt beantragen oder sich über weitere Kreditkarten und tolle Angebote informieren auf bonuscard.ch/skv

**BONUS
CARD**

BonusCard.ch AG | Postfach | 8021 Zürich | info@bonuscard.ch | bonuscard.ch

*Das Jahresguthaben von CHF 100 ist gültig bis 31.12.2023. **Angebot nur gültig bis 31.12.2023. Angebot nur gültig für Visa Bonus Card Mitglieder. Einmalig.



Michael Silbermann, Geschäftsführer
Helping Hand GmbH

Michael Silbermann ist Gründer und Geschäftsführer der Helping Hand GmbH, einem renommierten Umzugsunternehmen mit Sitz in Zollikon. Die Firma zeichnet sich durch eine erstklassige Servicequalität aus und bietet ein umfassendes Leistungsspektrum in den Bereichen Umzüge, Montage, Transport, Entsorgung und Lagerung. Seit ihrer Gründung im Jahr 2003 hat sich Helping Hand als führender Ansprechpartner im Bereich Umzugsservices mit ergänzenden Dienstleistungen etabliert.

Warum haben Sie sich für eine Zusammenarbeit mit KundenVersprechen.ch entschieden?
Unsere Wahl, mit KundenVersprechen.ch zusammenzuarbeiten, basiert darauf, dass wir betonen möchten, dass wir

qualitativ hochwertige Dienstleistungen anbieten. Die Plattform bietet uns eine ausgezeichnete Gelegenheit, diese Qualitätsaussage zu unterstreichen, und wir sind dankbar für diese Möglichkeit zur Qualifikation.

Warum ist eine gute Online-Reputation in Ihrer Branche so wichtig?

In der heutigen Welt, die stark vom Internet geprägt ist, entsteht der erste Eindruck oft online. Dies gilt insbesondere in unserer Branche, weshalb eine positive Online-Reputation von grosser Bedeutung ist. Wir streben nach positiven Referenzen und möchten uns in einem guten Licht präsentieren.

Welche Features von KundenVersprechen.ch nutzen Sie?

Wir nutzen das Gütesiegel auf unserer Homepage, unseren Offerten und fügen jedem Rechnungsversand einen Link von KundenVersprechen.ch bei. Dieser Link bittet unsere Kunden um eine Referenzen und Bewertung. Ich darf sagen, die Benutzerfreundlichkeit von KundenVersprechen.ch ist für uns ein grosser Vorteil.

Nutzen Sie auch andere Bewertungsportale?

Wir sind auch auf Google und Facebook präsent, jedoch erhalten wir die meisten Bewertungen über KundenVersprechen.ch. Bei KundenVersprechen.ch besteht aber die Möglichkeit, sich als Kunde nicht einloggen zu müssen und anonyme Bewertungen abgeben zu können. Das wird von vielen Kunden sehr geschätzt.

Wie machen Sie Ihre Kunden darauf aufmerksam, Ihr Unternehmen zu bewerten?

Jedes Mal, wenn wir eine Rechnung versenden, fügen wir einen

Link bei, der unsere Kunden um Referenzen und Bewertungen auf KundenVersprechen.ch bittet. Dies geschieht per E-Mail. So konnten wir mittlerweile fast 500 Rezensionen von zufriedenen Kunden einsammeln und wurden dafür im vergangenen Jahr von KundenVersprechen.ch als Top-Dienstleister unserer Branche ausgezeichnet.

Was tun Sie, wenn Sie einmal eine schlechte Bewertung erhalten?

Wir nehmen negative Bewertungen sehr ernst, auch wenn sie zum Glück selten vorkommen. Bei konstruktiver Kritik melden wir uns beim Kunden zurück, da uns diese Informationen wichtig sind. Wir sehen es als Möglichkeit zur Verbesserung. Unsere primären Bewertungen sind aber glücklicherweise allesamt sehr positiv – wir sind stolz auf unsere fünf Sterne.

Was sagen Sie einem Unternehmer, der sich nicht sicher ist, ob er KundenVersprechen.ch ausprobieren sollte?

Ich würde sagen, dass es nichts zu verlieren gibt und es ein klarer Wettbewerbsvorteil ist, Teil von KundenVersprechen.ch zu sein. Die Tatsache, dass KundenVersprechen.ch nicht jeden annimmt, unterstreicht die Qualität der Plattform. Warum sollte man also eine solche Chance nicht nutzen wollen?

Mission Kundenversprechen

KundenVersprechen.ch ist die Plattform für vertrauenswürdige Schweizer KMU. In unserem Netzwerk finden sich Anbieter zusammen, die gemeinsam ein Ziel teilen: Sie wollen, dass ihre Kunden sehr zufrieden sind.

Jetzt bewerben auf www.kundenversprechen.ch/

Anzeige

Moving Services
043 443 17 37



Helping Hand
Full Service GmbH

www.helpinghand.ch



- Umzug**
- Transport**
- Entsorgung**
- Montage**
- Lager**

Jetzt gratis Offerte verlangen!

Kalender Veranstaltungen

Impressum

September 2023

14.09.2023	Rüschlikon	17. Zollseminar CH/EU	handelskammer-d-ch.ch
14.09.2023	Olten	Nachhaltig mit Fernwärme verbunden	abs.ch
18.09.2023	Online	Einheitspatentsystem	koeller.biz
19.09.2023	Opfikon	WhatsApp Marketing – Messenger für attraktiven Kundenkontakt	kmu-wissensakademie.ch
19.09.2023	Luzern	ChatGPT - Auswirkungen auf Gesellschaft und Wirtschaft	hslu.ch
19.09.2023	Zürich	Power-Workshop Online-Marketing	praxisseminare.ch
19.09.2023	Online	Personaleinsatz aus arbeitsrechtlicher Sicht	handelskammer-d-ch.ch
19.09.2023	Online	Der erste Schritt zur erfolgreichen Digitalisierung	orbis.de
19.09.2023	Zürich	Das Mitarbeitergespräch	praxisseminare.ch
19.-21.09.2023	Rüschlikon	European Foodservice Summit 2023	gdi.ch
20.09.2023	Bern	Gesunde neue Arbeitswelt?	bgm-tagung.ch
20.-21.09.2023	Fribourg	Swiss Cyber Security Days 2023	swisscybersecuritydays.ch
21.-22.09.2023	Davos	Davos Kongress Treuhand	unternehmerforum.ch
21.09.2023	Bern	Unabhängig von Grosskunden und Zuweisern	martin-aeue.com
25.-26.09.2023	Rüschlikon	Starke Führung von Mitarbeitenden	zfu.ch
26.09.2023	Online	Constructionhub - Digitalisierung von potenziellen Bauprojekten	orbis.de
28.09.2023	Zürich	Erfolgreiches Change Management	praxisseminare.ch
28.09.2023	München	Digital Future Congress	muenchen.digital-futurecongress.de
28.09.2023	Zürich	Arbeitsrecht und Sozialversicherungen 2023	praxisseminare.ch
28.09.2023	Online	AutomotiveONE – Unsere Lösung für Vertriebssteuerung & Prozessmanagement	orbis.de
28.09.2023	Zürich	12. Confare Swiss CIO Summit 2023	ciosummit.ch

Oktober 2023

03.10.2023	Online	Erstellen Sie Ihre erste Power App in nur zwei Stunden	orbis.de
04.10.2023	Online	Patentrecht einfach erklärt!	koelliker.biz
10.10.2023	Online	PI gewinnbringend zur Unternehmenförderung einsetzen!	koelliker.biz
10.-12.10.2023	Nürnberg	IT-SA	it-sa.de
17.10.2023	Online	Der erste Schritt zur erfolgreichen Digitalisierung	orbis.de
18.10.2023	Bern	Schweizer Forum «Wirtschaft und Menschenrechte»	nap-bhr.admin.ch
25.10.2023	Rüschlikon	Engagiert für die Schweiz 2023	fuw-forum.ch
26.10.2023	Zürich	A taste of Milano	celebrationpoint.ch
26.10.2023	Basel	Event Day Baselland	baselland-tourismus.ch
26.27.10.2023	Bad Ragaz	Fachkongress Steuern	unternehmerforum.ch
30.10.2023	Bern	CNO Panel 2023	cno-panel.ch
31.10.2023	Zürich	Erfolgreiche Neikundengewinnung	praxisseminare.ch

November 2023

07.11.2023	Dietlikon	Business Netzwerk	miiting.com
07.11.2023	Online	Der erste Schritt zur erfolgreichen Digitalisierung	orbis.de
07.11.2023	Zürich	Opportunities 2024	fuw-forum.ch
08.11.2023	Bochum	Digital Future Congress	essen.digital-futurecongress.de
09.11.2023	Volketswil	EventTech Festival	celebrationpoint.ch
09.11.2023	Zürich	Crashkurs für angehende Geschäftsleitungsmitglieder	praxisseminare.ch
14.11.2023	Zürich	Recruiting Day 2023	praxisseminare.ch

ERFOLG

Offizielles Organ des Schweizerischen KMU Verbandes

Redaktions- und Anzeigeschluss: 20. Oktober 2023
Nächste Ausgabe: 10. November 2023

Schweizerischer KMU Verband

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

Verlags- und Redaktionsleitung

Roland M. Rupp 041 348 03 33
 roland.rupp@kmuverband.ch

Verkauf

Schweizerischer KMU Verband

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

Redaktions- / Anzeigeschluss

Jeweils 14 Tage vor Erscheinungstermin
 Abonnementsverwaltung:
 Alexandra Rupp
 abo@kmuverband.ch

Kundenversprechen

Verantwortlichkeit für Inhalt & Gestaltung
 Kvmedia GmbH, Luzern, Srdjan Varo

Produktion KMU Erfolg

Lichtpunkt Design · L. Boltshauer
 Lindenbachstrasse 8 · 8006 Zürich
 Telefon 079 694 54 18
 info@licht-punkt.ch · www.licht-punkt.ch

Auflage

Printauflage: 5000 Ex.

Onlineauflage: 30 000 Ex.

Die Auflage ist notariell beglaubigt.

* Zusätzlich wird das Medium Erfolg in den SKV Newsletter integriert und an 70'000 Empfänger versendet.

Erscheinung

erscheint zweimonatig

Preise

Jahresabo CHF 36.- / Einzelpreis CHF 3.90

Copyright

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

Titelfoto: justDIYteam · www.pixabay.com

Der KUMA- EFFEKT entspannt!

Ihr erfahrener ERP-Partner
für die digitale Transformation



Entspannt in die Zukunft: Ob ERP, CRM, DMS, Business Intelligence oder IoT: Digitalisierung mit KUMAVISION ist der Schlüssel zu höherer Effizienz und modernsten Technologien. Die Kombination aus zahlreichen Best-Practice-Prozessen, der Basis Microsoft Dynamics 365 und der hohen Branchenkompetenz unserer Consultants bringt Ihr Unternehmen entscheidend voran. Profitieren Sie von einer ganzheitlichen Digitalisierungsberatung, 25 Jahren ERP-Erfahrung und dem Know-how aus über 1.800 erfolgreichen Projekten. Branchenkompetenz und zukunftsweisende Technologie – das ist der KUMA-Effekt. Und der entspannt.

www.kumavision.ch

Microsoft
Partner



Gold Enterprise Resource Planning
Gold Application Integration
Gold Data Analytics
Gold Cloud Platform
Gold Datacenter

 **KUMA**
VISION | ERP
CRM
BI
CLOUD

V O L V O

Es sind die kleinen Dinge, die besonders viel bedeuten.

Der neue vollelektrische Volvo EX30.
Unser bisher kleinster SUV begeistert mit einem
hochwertigen Innenraum aus recycelten
Materialien, einem geringen CO₂-Fussabdruck
und innovativen Assistenzsystemen –
im Kleinen steckt oft wahre Grösse.

volvocars.ch/EX30



Volvo EX30, E60 Twin, Electric, 428 PS/315 kW, Stromverbrauch gesamt: 16,3 kWh/100 km,
CO₂-Emissionen: 0 g/km, Energieeffizienz-Kategorie: A.