

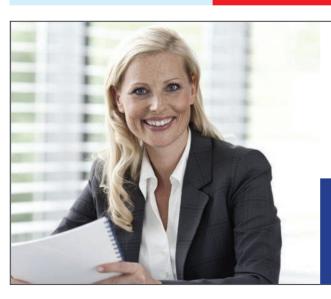
Die starke Zeitung für Selbstständige, Unternehmer und Existenzgründer

Nummer 9 • September 2016 • 10. Jahrgang • Preis CHF 3.90 • www.netzwerk-verlag.ch • AZB 6300 Zug

Schweizerischer KMU Verband	
Einfachere Zahlungsverarbeitung	4
Die Promote in Yaoundé (Kamerun)	5 7
KMU Umfrage 2016	7
Strategie	
Neue Kunden gewinnen	11
Studie im Auftrag der Stiftung	
Strategiedialog21	16
Betriebsorganisation	
Die neue ISO Norm	12
Finanzierung	
KMU-Finanzierung	15
Die Finanzierungsalternative	33
Crowdlending finanziert	
Kinderfahrrad Projekt	41
Interview	
Heinz Loosli, CEO Feintool	18
Rechtsberatung	
Kulanz	21
Der Vorsorgeauftrag	29
Marketing	
Bedürfnisse von KMU	22
Versicherung	
Minus-Rendite: So uninteressant	
sind Bundesobligationen	23
Swissness	
Chance für Schweizer KMU	27
Neue Geschäftsidee	
Mobilität bei Füherausweis-Entzug	31
Energiepolitik	
Auf der Zielgeraden	34
Kolumne	
Pokémon Go	35
Gesundheit	
Der Schlüssel zum Erfolg	
heisst Resilienz	40



Auch Winzer sind KMU



GRENKE®

Einfach erfolgreich! Leasing leicht gemacht

GRENKELEASING AG · Schaffhauserstrasse 611 · 8052 Zürich Telefon: +41 44 36560-00 · Telefax: +41 44 36560-11 E-Mail: service@grenke.ch · Internet: www.grenkeleasing.ch



Wissen, wo Sie neue Kunden finden

Neue Ansprechpartner, neue Firmen, neue Kontakte: Wer mehr verkaufen will, kann sich Informationen aus vielen verstreuten Quellen zusammensuchen. Oder dank intelligenter Verknüpfungen alles auf einen Blick sehen. Sehen Sie selbst: moneyhouse.ch/verkauf



Editorial



Geschätzte Leserinnen und Leser

Die Sommerferien sind vorbei und mit dem Unternehmertreffen in Illnau am 25. August 2016 sind auch wir in das 2. Halbjahr 2016 gestartet. Mit rund 50 aktiven Unternehmerinnen und Unternehmern, welche die Chance genutzt und durch eigene Präsenz die Möglichkeit geschaffen haben, neue Kunden, Kooperations- und Synergiepartner zu finden ist das Treffen in einem etwas kleineren Rahmen ausgefallen. Woran aber liegt es, dass immer weniger KMU die Chance nutzen, neue Kontakte über solche Unternehmertreffen zu knüpfen? Oder gibt es zu viele solcher Anlässe? Auch wir in der Geschäftsstelle des SKV sind uns nicht einige, woran es liegt. Sicherlich ist es heute dank gezielter Werbung im Internet, auf Facebook und bei Google einfacher, auf sich aufmerksam zu machen. Aber doch längst nicht alle Branchen eignen sich, um so zu neuen Kunden zu kommen und glaubt man den Statistiken, kommen immer noch über 70% der Neukunden auf Empfehlung, also durch Mundzu-Mund Propaganda. Und neue Kunden benötigt doch fast jede Firma. Bis Ende Jahr haben wir noch fünf solcher Unternehmertreffen geplant und werden genau beobachten, ob es bei KMU

noch ein Bedürfnis ist, an solchen Anlässen präsent zu sein oder ob wir nach zehn Jahren unsere etablierten Unternehmertreffen in einer etwas anderen Form durchführen sollten. Denn auch die Möglichkeit, einen KMU Unternehmertag mit unterschiedlichsten Themen durchzuführen und daneben nur noch einige wenige Unternehmertreffen (Uitikon, Rotkreuz, Cham, Lenzburg, Wettingen, Winterthur) zu organisieren wird bei uns diskutiert.

Was meinen Sie dazu? Ich freue mich auf Ihr Feedback

Es grüsst Sie freundlich Roland M. Rupp, Leiter der Geschäftsstelle

Inhalt

Schweizerischer KMU Verbar	nd 4–7
Steuern	8
Nachfolgeregelung	9
Strategie	11, 16–17
Betriebsorganisation	12-13
Finanzierung	15, 23, 41
Interview	18-19
Rechtberatung	21, 29
Marketing	22
Versicherung	23
Veranstaltung	22-24, 43-45
Digitalisianung	
Digitalisierung	26
Swissness	26 27
Swissness	27
Swissness Gewerbe- und Industrie	27 30 31
Swissness Gewerbe- und Industrie Neue Geschäftsidee	27 30 31 33, 41
Swissness Gewerbe- und Industrie Neue Geschäftsidee Finanzierung	30 31 33,41 34
Swissness Gewerbe- und Industrie Neue Geschäftsidee Finanzierung Energiepolitik	27 30 31 33,41 34
Swissness Gewerbe- und Industrie Neue Geschäftsidee Finanzierung Energiepolitik Kolumne	27 30 31 33,41 34
Swissness Gewerbe- und Industrie Neue Geschäftsidee Finanzierung Energiepolitik Kolumne Aus- und Weiterbildung	30 31 33, 41 34 35 36–39

Veranstaltungskalender/Impressum

46

Passwort für die Ausgabe 9: Herbst

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

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

Anzeigen

Einfachere Zahlungsverarbeitung bringt mehr Zeit fürs Wesentliche

In der Schweiz sind aktuell zwei verschiedene Zahlungsverkehrssysteme (Banken und Post-Finance) mit unterschiedlichen Formaten, Verfahren und Belegstypen im Einsatz. Diese Vielfalt wird nun harmonisiert: Ab 2017 können inländische Zahlungsaufträge mit einheitlichen XML-Meldungen auf der Basis des weltweiten ISO 20022-Standards verarbeitet werden.

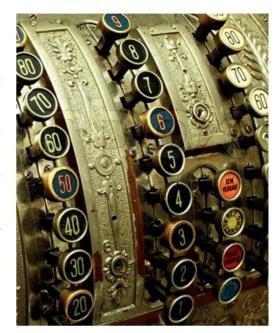
ISO 20022 ist der weltweite Standard für den Austausch von Zahlungstransaktionen zwischen Kunde und Bank sowie unter den Finanzinstituten. In der Schweiz wird nebst dem nationalen auch im grenzüberschreitenden Zahlungsverkehr eine effiziente, durchgängig standardisierte Abwicklung gewährleistet. Im Rahmen von ISO 20022 wird XML die bisherigen Daten-/File-Formate ablösen. XML wird somit zum neuen Standard für die Übermittlung von

Daten für die Kunden (Rechnungssteller/-empfänger) wie auch für alle Finanzinstitute.

Aus diesem Grunde sind nun verschieden Banken und ERP Anbieter daran, dieses ISO 20022 Datenformat zu integrieren. Als Hilfe bei der Umsetzung, aber auch Integration hat die Firma Crésus ein kleines Tools zu Verfügung gestellt, mit welchem Sie testen können, ob Sie eine vorliegende CAMT (Cash Management) Datei im XLM Format einlesen und weiterverarbeiten können. Sie können Ihre Datei direkt auf der Webseite www.camt.li testen.

Schweizerischer KMU Verband

Eschenring 13 6300 Zug Telefon 041 348 03 30 Telefax 041 348 03 31 www.kmuverband.ch



Anzeigen





In sicherem Abstand zu den grossen Ballungsgebieten und doch ausreichend nah an den städtischen Zentren Luzern, Zug, Zürich, Basel und Bern hat Green Datacenter das grösste kommerzielle Rechenzentrum der Schweiz errichtet. Konzipiert und realisiert nach dem strengen Tier-IV-Standard, bietet es höchste Verfügbarkeit und Sicherheit für Unternehmensdaten.

Wünschen Sie weitere Informationen? Wir beraten Sie gerne unter Telefon 056 460 23 80 oder www.greendatacenter.ch



Die Promote in Yaoundé (Kamerun) – ein Sprungbrett (nicht nur) in die afrikanischen Märkte!

Sie suchen Kontakte zu Geschäftspartnern in West- und Zentralafrika? Dann sollten Sie eine Teilnahme an der Promote 2017 ins Auge fassen! Unser Kooperationspartner Swisscham Africa verschafft Ihnen gerne einen eigenen Auftritt.

Die Swisscham Africa ist zudem selbst durch afrikaerfahrene Geschäftsleute aus der Schweiz vor Ort vertreten und kann Ihr Unternehmen bei der Promote repräsentieren. Mitglieder des SKV erhalten interessante Sonderkonditionen!

Die Promote ist die bedeutendste Unternehmermesse in West- und Zentralafrika. Der Organisator, die Fondation Interprogress, steht unter Schweizer Leitung. Die Messe findet alle 3 Jahre statt und wächst seit ihrer Gründung im Jahre 2003 stark. 2014 gab es ca. 125'000 Besucher und 1200 Aussteller aus 30 Staaten, darunter grosse Pavillons wichtiger Wirtschaftsnationen aus Europa, USA, Asien etc. Alleine der französische Pavillon umfasste mehr als 800 m² und 90 Aussteller! Die Promote ist daher nicht nur eine Chance für Geschäfte in Afrika, sondern

auch eine Chance, um Geschäftspartner aus aller Welt zu kontaktieren und Partner bei grossen Projekten weltweit zu werden. Die Ausstellung selbst wird von Foren und Informationsveranstaltungen begleitet. Die Swisscham Africa hat z.B. bereits in den Jahren 2005, 2008, 2011 und 2014 jeweils ein gut besuchtes Forum Suisse angeboten, bei dem die Schweiz, ihre Wirtschaft und natürlich die Betriebe, die bei der Promote dabei oder vertreten waren, vorgestellt wurden. Zudem war unsere Kammer im Jahr 2011 an einer Veranstaltung zu Schiedsgerichtsbarkeit und Mediation beteiligt, die von der Handelskammer in Genf organisiert worden war.

Es ist möglich, bereits im Vorfeld der Promote Gesprächstermine mit dort vertretenen Unternehmen und Einrichtungen (etwa African Development Bank, OHADA etc.) zu vereinbaren.

Wenn sie mehr erfahren möchten kontaktieren Sie bitte Herrn Andreas Schweizer, Stellvertreter des Präsidenten der Handelskammer Swisscham Africa, der bereits in den Jahren 2005, 2008, 2011 und 2014 im Team der Swisscham Africa Vorort war:

andreas.schweizer@suiselectra.ch Telefon 061 577 67 77



Promote 2014: Eröffnungszeremonie (Premierminister Philémon Yang in weiss, rechts davon Pièrre Zumbach, Président, Délégué Général du Salon International de l'Entreprise, PROMOTE)

Handelskammer Schweiz-Afrika

Ass. iur. Thorsten Vogl Vizepräsident Swisscham Africa c/o Handelskammer beider Basel St. Jakobs-Str. 25, 4010 Basel



Promote 2011: Aussteller im Palais de Congrès



Promote 2008: Eingang Palais du Congres

PLANUNG FÜR IHRE LEBENSSITUATION, HÖCHST-PERSÖNLICH.

GUTSCHEIN

im Wert von CHF 1'500.– Honorarpauschale als SKV Mitglied, für Ihre höchst persönliche Planung.



UNTERNEHMENS-PLANUNG HÖCHST-PERSÖNLICH.

ERFOLG

Eine optimale Unternehmensplanung ist das Resultat einer ganzheitlichen und unabhängigen Beratung in folgenden Bereichen: Gründung, Rechtsform, Steuern, Investitionen, Liquidität, Anlagen, Mehrerträge sowie Nachfolgeregelung ohne Steuerfallen.



VPZ | Vermögens Planungs Zentrum AG

Zürich-Flughafen | Tel. +41 44 880 11 11 St. Gallen | Tel. +41 71 282 22 88 Rapperswil | Tel. +55 220 02 50 Muri bei Bern | Tel. +41 31 511 87 11 info@vpz.ch | www.vpz.ch

Empfohlen vom SKV!



Business einfach gemacht

DIE unkomplizierte Business Software für KMU inkl. Zeiterfassung

Comatic / 041 922 24 88 / info@comatic.ch

20% Rabatt für StartUps





KMU Umfrage 2016

Ausgabe 9 / September 2016 / ERFOLG

Machen Sie mit an der grossen SKV Umfrage und gewinnen Sie ein Samsung Galaxy Tab A.



Das Bestreben des Schweizerischen KMU Verbandes ist ja nicht nur das Verbessern der Rahmenbedingungen auf politischer und wirtschaftlicher Ebene für Firmen in der Schweiz, sondern auch zahlreiche Möglichkeiten zu bieten, um KMU direkt bei Ihrer täglichen Arbeit zu unterstützen.

2006 gegründet konnte der SKV in dieser Zeit sehr viele Partner gewinnen und kann heute seinen Mitgliedern viele Dienstleistungen anbieten. Nun möchten wir mit einer kurzen Abfrage eruieren, welche Dienstleistungen Sie als KMU betrieb bereits einmal genutzt haben, möglicherweise in Zukunft einmal nutzen werden oder für Sie uninteressant sind. Dies hilft uns, unser Angebot weiter auszubauen und zu optimieren.

Bitte nehmen Sie sich kurz 5 Minuten Zeit und helfen Sie uns damit, Sie noch besser unterstützen zu können.

Selbstverständlich können Sie an der Umfrage auch teilnehmen, wenn Sie noch nicht Mitglied im SKV sind. Vielleicht hilft Ihnen ja unser Fragebogen, sich für eine Mitgliedschaft zu entscheiden?

Die Umfrage können Sie direkt online machen auf:

www.kmuverband.ch/umfrage2016

Unter allen Einsendern verlosen wir ein Samsung Galaxy Tab A.

















RAIFFEISEN







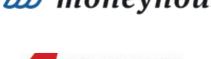












Steuerhinterziehung, Steuerbetrug, Steuerumgehung und Steuerersparnis



Dr. Christoph Oesch Leiter Sektion Steuern des Schweizerischen KMU Verbands. Steuer- und Unternehmensberater. Zua

Von einer Steuerhinterziehung spricht man, wenn ein Steuerpflichtiger dem Fiskus Einnahmen verschweigt oder aber fiktive Ausgaben mit gefälschten Belegen (Urkunden) vom steuerbaren Gewinn einer Einzelfirma oder einer juristischen Person zum Abzug bringt. Solche Tatbestände sind strafbar und können bei hohen Beträgen sogar mit Gefängnis bestraft werden.

Von einer Steuerumgehung sprechen wir, wenn ein Steuerpflichtiger auf absolut ungewöhnlichem Weg das gleiche Resultat erzielt, der auf einem normalen Weg steuerbar ist. Von einer legalen Steuerersparnis spricht man, wenn ein Steuerpflichtiger die Vor- und Nachteile einer Lösung in Kauf nimmt und damit den steuerbaren Tatbestand vermeidet, er also auf die Realisation von Gewinn oder Einkommen verzichtet oder aber Ausgaben in Kauf nimmt. Er kann auch in die Vorsorge einbezahlen und somit legal Steuern sparen, sei es in die Säule 3a oder aber in die 2. Säule, d. h. die Berufliche Vorsorge.

Jeder Steuerpflichtige hat einmal in seinem Leben das Recht von einer straffreien Selbstanzeige Gebrauch zu machen. Bis ins Jahr 2018 wird zwischen der Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein das automatische Informationsaustauschverfahren eingeführt. Hat ein schweizerischer Steuerpflichtiger im Liechtenstein Vermögen, welches er in der Schweiz nicht deklariert, wird er spätestens ab dem Jahre 2018 mit dem Aufdecken dieses Vermögens rechnen müssen. Das Fürstentum Liechtenstein meldet nämlich alle Schweizern gehörende Vermögenswerte (Konti, Wertschriftendepots) an die Eidgenössische Steuerverwaltung in Bern. Diese meldet diese Vermögenswerte an die Kantone, in welchem der Depot- oder der Kontoinhaber

seinen Wohnsitz in der Schweiz hat. Dieser Weg verursacht erheblich höhere Nach- und Strafsteuern als die Inanspruchnahme der straffreien Selbstanzeige. Die Staatsanwaltschaft des zuständigen Kantons nimmt mit dem fehlbaren Steuerpflichtigen Kontakt auf und eröffnet ein Nach- und Strafsteuerverfahren. Die Strafsteuer kann bis zum Fünffachen der normalen Nachsteuer auf hinterzogenen Einkommen und Vermögenserträgen führen. Die Coupon-, allenfalls Verrechnungssteuer kann nicht mehr zurückgefordert werden. Es ist daher dringend ratsam die Vermögenswerte noch in den Jahren 2016 und 2017 via straffreie Selbstanzeige zur Besteuerung zu bringen. Dabei genügt es nicht, die bisher nicht deklarierten Vermögenswerte neu einfach in der Steuererklärung, im Wertschriftenverzeichnis aufzuführen sondern es muss eine ausführliche Selbstanzeige erfolgen. Der Steuerpflichtige hat in einem separaten Verfahren somit Antrag auf eine straffreie Selbstanzeige zu stellen. Bei straflosen Selbstanzeigen durch Bevollmächtigte ist empfehlenswert wenn immer möglich die Selbstanzeige mit dem Steuerpflichtigen zusammen zu machen, notfalls unter Einbezug aller relevanten Personen des in seinem Lebensabend stehenden Kunden. Ein blosser Rücktritt des Bevollmächtigten ist nicht ratsam, da er als langjähriger Vertreter in den Verdacht des Mitwissers und somit

des Mittäters kommt. Treuhänder und Steuerberater, die Rang und Namen haben, können sich schlichtweg keine solchen Strafverfahren leisten. Dies auch ihren ehrlichen Kunden und Unternehmen zuliebe, welche sie vertreten. Es ist Sache des Steuerberaters den Steuerpflichtigen auf die Möglichkeit der straffreien Selbstanzeige aufmerksam zu machen. Wenn der Steuerpflichtige nicht handelt, empfehlen wir die Anzeige vom Berater aus gestützt auf die Vollmacht vorzunehmen und sofort vom Mandat zurück zu treten. Dies unter Anzeige an die zuständigen Behörden.

Wer AHV- und Mehrwertsteuerbeträge nicht ordnungsgemäss abrechnet, muss ebenfalls mit einem Strafverfahren rechnen. Die in den Strafverfahren eingezogenen Beträge sind wie bei den normalen Einkommens- und Ertragssteuern wesentlich höher als die bei einer normalen Nachdeklaration erhobenen AHV- und Mehrwertsteuerbeträge. Wir raten auch aus diesem Grunde zu einer freiwilligen Nachdeklaration.

DIE 14 S-KONZEPT AG

Dr. Christoph Oesch 6301 Zug

Telefon 041 720 00 85, Telefax 041 720 00 86 c.oesch@tic.ch, www.managementbymedia.ch



Jedes Unternehmen kann verkauft werden – sofern es die Anforderungen an den Markt erfüllt



Daniel Biesuz

Lic. iur., seit über 10 Jahren aktiv in den Bereichen Vermögensverwaltung, Unternehmensberatung und Firmengründungen. In den letzten Jahren sehr stark in der Nachfolgeplanung engagiert.

Nachfolgeberater bei der Nachfolgepool Schweiz GmbH und Miteigentümer der Rechtsanwaltskanzlei ILFP International Law Firm Partners LLC, Zürich.

Die klassische Nachfolgesituation gibt es praktisch nicht. Jedes Geschäft ist einzigartig und erfordert daher eine individuelle Lösung. Kreativität und «out-of-the-box» Denken sind gefragt. Trotzdem gibt es einige Parameter, die zu beachten sind.

Der Generationenwechsel ist die letzte wichtige Aufgabe des Unternehmers. Sie sollte jedoch auf keinen Fall unterschätzt werden, denn dieses Projekt steht in punkto Rentabilität ohne weiteres den vorhergegangenen nach. Eine Unternehmensnachfolge ist selbst für ein kleines Unternehmen zu komplex, als dass diese nebenher am Feierabend gelöst werden kann. Man tut gut daran sich die Erfahrungen von Spezialisten zu Nutze zu machen.

1. Verkäufer

Damit ein Verkauf überhaupt realisierbar ist, müssen die Vorstellungen des Verkäufers mit denjenigen des Marktes übereinstimmen. Es liegt in der Natur der Sache, dass ein Unternehmer, der sein ganzes Leben lang für seine Firma gearbeitet hat, diese anders wahrnimmt als ein externer, von der Geschichte unbelasteter Kaufinteressent. Dies gilt für alle Aspekte, nicht nur den Preis.

2. Preis

Der Preis ist naturgemäss eine wichtige Grösse für jedes Kaufgeschäft. Er ist aber nie die Ursache, er ist immer Wirkung. Fragen wir uns also, wie ein Preis zustande kommt. Dann stellen wir fest, dass er sich immer aus einer Anzahl nicht-monetärer und emotionaler Faktoren zusammensetzt. Personen, Produkte, Kunden, Lieferanten, Sachanlagen, Risiken, Chancen, Wettbewerber und vieles mehr werden zu einem monetären Wert verdichtet. Der Einfachheit halber werden zur Preisfindung Bewertungsmethoden herangezogen, um eine zahlenmässige Aussage zu treffen. Der Wert wird dabei auf dem Papier, in der Theorie, berechnet. Der Preis bildet sich hingegen auf dem Markt, in der Realität. Das grösste Missverständnis ist wohl jenes, dass der berechnete Unternehmenswert auch dem Verkaufspreis entsprechen müsse. Das ist meistens nicht der Fall, weil der Markt andere Regeln kennt als die Theorie. Am Ende zählt, worauf sich Käufer und Verkäufer einigen.

3. Der Käufer

Die Sichtweise des Käufers unterscheidet sich zum Teil diametral zu der des Verkäufers. Der Verkäufer blick in die Vergangenheit, der Käufer in die Zukunft. Ihn interessieren die zukünftigen Erträge. Für den Käufer ist entscheidend, wann sich der Kaufpreis wieder versteuert in seiner Tasche befindet und er anfängt weiteres Geld zu verdienen. Ist diese Zeitspanne zu lang, so ist das Risiko für ihn zu hoch, dass in der Zwischenzeit etwas Unvorhergesehenes die gesamte Situation verändert und seine Erträge vernichtet.

4. Risikoabschätzung

Weil sich ein Nachfolger vor allem dafür interessiert, wie sich der zukünftige Wert seines Investments entwickelt, muss er die entsprechenden Risiken im Auge behalten und bei seiner Bewertung miteinbeziehen. Risiken sind zu identifizieren und überall zu berücksichtigen, wo sie bestehen. Es gibt Branchenrisiken, Risiken bei den Produkten, bei der technischen Entwicklung, beim Standort, den Verträgen und vielem mehr.

5. Branche

Die Branche steht bei der Beurteilung eines Nachfolgeprojektes meistens sehr weit oben. Einerseits bedingt durch die eigene Ausbildung und Praxiserfahrung, andererseits aber auch durch das wirtschaftliche Umfeld sowie die Wahrnehmung aus dem persönlichen Umfeld und den Medien. Unternehmen im entwick-

lungsfähigen Märkten haben es leichter einen Nachfolger zu finden, als solche in gesättigten Märkten, wo Überkapazitäten, höherer Wettbewerb und tiefere Preise vorherrschen.

6. Finanzierung

In der Praxis kann grundsätzlich von der Möglichkeit eines vierstufigen Finanzierungsmodells ausgegangen werden. Wobei nur die erste Stufe zwingend erforderlich ist.

- Eigenkapital Der Käufer kauft das Unternehmen mit eigenem Geld in bar
- 2. Darlehen von Dritten Familienangehörige, Freunde, Hypothek etc.
- 3. Darlehen von einer Bank
- 4. Darlehen des Verkäufers Der Verkäufer lässt ein Darlehen stehen und fordert den Gesamtbetrag über eine gewisse Zeit ein.

Meistens bezahlt der Käufer den Kaufpreis durch eigenes Geld in Verbindung mit einem Kredit der Bank. Die Banken stützen sich bei der Finanzierung in erster Linie auf die Zahlen des Unternehmens. Erlauben diese Zahlen eine Finanzierung, so sind sie offen diese zu gewähren. Berechnet wird dabei, ähnlich wie bei einer Immobilie, die Tragbarkeit abgestützt auf dem EBIDTA. Banken wollen meist ein Eigenkapital (1) von 20 % sehen, weitere 20 % können aus einer anderen Quelle stammen, dann finanzieren sie die restlichen 60 %.

7. Fazit

Aus der Praxis kann die Erfahrung mitgenommen werden, dass Firmeninhaber, die ihre Vorstellungen und Ideen gegen den Markt durchzusetzen versuchen, meist viel länger brauchen, um eine Lösung zu finden und am Schluss einen geringeren Erlös erhalten, als wenn von Anfang an ein marktfähiges Konzept verfolgt worden wäre. Nicht zu vergessen die Beeinträchtigung der Lebensqualität, wenn der Unternehmer im Pensionsalter weiterarbeiten muss, nur weil er mit seinem Konzept keinen Nachfolger findet. Es ist von Vorteil sein Augenmerk von Anfang an auf die richtigen Aspekte zu legen und die richtigen Weichenstellungen vorzunehmen. Helfen dabei kann ein externer Berater.

nachfolgepool Schweiz GmbH

Seestrasse 17/19 8002 Zürich www.nachfolgepool.ch info@nachfolgepool.ch

platypus®Institute

Landschloss Kastelen, CH-6248 Alberswil Tel. +41 41 980 60 90

In einem wunderschönen, idyllischen Ambiente, schulen wir Führungskräfte und inspirieren die Menschen, zu einem zufriedenen, individuellen und erfolgreichen Leben.

Wir beraten Sie gerne.

www.platypus.ch/www.platypus-impuls.ch



One-Woman-Show kreativ & schnell

Ich gestalte Mitarbeitermagazine, Inserate, Plakate, Postkarten, Flyers, Unternehmensbroschüren, Logos, Erscheinungsbilder, Briefschaften, Websites, Hauszeitungen und Grafiken von der Beratung übers Konzept bis zum Endprodukt. Ich mache Freelance-Einsätze und übernehme Ferienvertretungen. Mit femininem Gespür für die Bedürfnisse meiner Auftraggeber/innen. Erfahren, ideenreich, eigenständig & kostengünstig.

graficdesign

Via Ronchetti 12.1 / 6512 Giubiasco / Phone 091 970 17 67 / Mobile 079 706 35 29 work@graficdesign.ch / www.graficdesign.ch



GRENKE®

Factoring – Unternehmensfinanzierung mit Weitblick

GRENKEFACTORING AG – GRENKE Franchise – Hochbergerstrasse 60C • 4057 Basel

Telefon: +41 61 70679-00

E-Mail: service@grenkefactoring.ch • Internet: www.grenkefactoring.ch







Der perfekte Ort für jeden Firmenanlass

Im Swiss Holiday Park in Morschach am Vierwaldstättersee passt alles, damit Workshops, Teamevents, Firmen- oder Kundenanlässe zum Erfolg werden.

www.shp.ch · +41 (0)41 825 50 50



Sie möchten neue Kunden gewinnen?

Haben Sie vor laufenden Aufträgen keine Zeit, neue Kunden zu suchen? Möchten Sie die Neukundengewinnung auslagern, damit Sie freie Ressourcen haben? Oder wünschen Sie sich einfach einen zusätzlichen Suchkanal, der selbstständig für Sie neue Kunden findet? Die QOMBEX bring Ihr Unternehmen einen Schritt nach vorne.

QOMBEX hat sich in den letzten Jahren zum führenden Spezialisten in der Gewinnung von neuen Kunden entwickelt. Konkret wurden seit 2012 über 140 Projekte erfolgreich umgesetzt. Doch weshalb setzen erfolgreiche Unternehmen auf die Neukundengewinnung durch QOMBEX? Es sind verschiedene Gründe:

Basis Akquisition

Bei Einzelunternehmen liegt die Herausforderung darin, dass es mit den laufenden Projekten beschäftigt ist und somit keine Zeit für die Akquisition hat. Hier springt QOMBEX ein: Im Hintergrund werden laufend neue potenzielle Auftraggeber akquiriert, so dass das Einzelunternehmen genügend Leads hat, um bei Projektende neue Projekte zu starten.

Wachstum

Bei Kleinstunternehmen mit weniger als neun Mitarbeitern geht es darum, dass ein zusätzlicher Kanal zur Gewinnung neuer Kunden sinnvoll ist, um ein schnelleres Wachstum zu erreichen. Hier übernimmt QOMBEX den gesamten Kaltakquise-Prozess, damit der Auftraggeber sich auf sein Kerngeschäft konzentrieren kann.

Leadgewinnung

Bei einem KMU ab zehn Mitarbeitern mit einer eigenen Verkaufsorganisation geht es darum, dass Zielsegmente bearbeitet werden, für die die eigenen Verkäufer zu wertvoll wären, oder um die bestehenden Verkäufer mit zusätzlichen Leads noch erfolgreicher zu machen. In diesem Fall übernimmt QOMBEX die Leadgenerierung und leitet die qualifizierten Leads zwecks direkter Auftragsgewinnung, an die internen Verkäufer weiter.

Internationalisierung

Unternehmen, die eine weltweite Expansion operativ umsetzen wollen, legen Wert darauf, dies zu einem tiefst möglichen Investitionsbetrag ausführen zu können. QOMBEX sucht und findet – im weltweit grössten C-Level-Netzwerk der Welt mit über 400 Millionen Top-Entscheider und in über 200 Länder – kostengünstig neue Kunden für die weltweite Expansion.

Individuelle Lösungen

Obwohl QOMBEX bestehende Paket-Angebote zum besten Preis-/Leistungsverhältnis anbieten kann, wird jedes Projekt gemäss der individuellen Philosophie, Erwartungshaltung und Ziele der Mandanten angepasst und ausgeführt.

Zahlen, Fakten & Resultate

Nur messbare Neukundengewinnung ist erfolgreiche Neukundengwinnung. Mit der monatlichen Statistik haben Sie ein griffiges Kontrollinstrument in Ihrer Hand. Sie sehen somit selbst, mit welchen Aktivitäten welche konkreten Resultate für Sie erzielt wurden. Mithilfe unserer innovativen Neukundengewinnungskam-



pagnen liegen die Rücklaufquoten zwischen 3–31%. 84% der QOMBEX-Klienten haben gemäss eigenen Angaben Interessenten erhalten, konkrete Anfragen bekommen, Angebote erstellt oder neue Kunden gewonnen.

Wir bringen Sie weiter – Wenn Neukundengewinnung auch für Ihr Unternehmen relevant ist, dann kontaktieren Sie doch einfach QOMBEX per Telefonunter 044 533 17 95 oder per E-Mail: info@qombex.com. Wir haben für jedes Budget einen Lösungsweg.



QOMBEX Gmbh

Zürichbergstrasse 7, 8032 Zürich Telefon 044 533 17 95 info@gombex.com, www.gombex.com

Anzeigen



QOMBEX GmbH Zürichbergstrasse 7 8032 Zürich Telefon 044 533 17 95 info@qombex.com www.qombex.com



Fotos Copyright: iStockphoto.com@Julien_Tromeur

Wir suchen und finden für Unternehmen neue Kunden

wie die Bienen den Honig

Die neue ISO Norm: Was bringt es für meine Firma, was sind die Neuerungen

Die neuen Normen ISO 9001:2015 (Qualitätsmanagement) und ISO 14001:2015 (Umweltmanagement) bringen doch einige Neuerungen. Alles nur noch mehr Bürokratie oder doch der eine oder andere Mehrwert für KMU?

Im September 2015 ist die geplante Publikation der neuen Normen ISO 9001:2015 für Qualitätsmanagement und ISO 14001:2015 für Umweltmanagement erfolgt. Mit rund 1,2 Mio. zertifizierten Anwendern sind dies die weltweit meist verbreiteten Managementsystem-Normen. ISO 9001 (Qualitätsmanagement) wurde 1987 etabliert und geht in die 5. Ausgabe. ISO 14001 (Umweltmanagement) wurde 1996 etabliert und geht in die 3. Ausgabe.

Wichtigste Änderungen ISO 9001:2015/ ISO 14001:2015 im Überblick

- Anwendung der neuen High Level-Struktur HLS (ISO-Direktiven Annex SL)
- stärkere Betonung hinsichtlich der Erreichung der beabsichtigten Ergebnisse eines QMS/UMS
- stärkerer Einbezug des organisatorischen Kontextes; relevante Themen, interessierte Parteien
- verstärkte Leadership-Anforderungen (Mitarbeitende, Kontext, Strategie, Prozessführung, Ergebnisse, Integration)
- Stärkung des risikobasierten Denkens, zwecks Unterstützung und Verbesserung der QMS-Planung und des Prozessmanagements sowie des Managements signifikanter Umweltaspekte.
- präzisierte Anforderungen hinsichtlich der Definition des QMS-/UMS-Anwendungsbereichs
- weniger beschreibende Anforderungen und weniger Betonung auf Dokumente
- verbesserte Anwendbarkeit für Dienstleister
- dazu stärkere Betonung folgender Aspekte
 - Prozessführung (Ziele, Leistungsindikatoren, Bewusstsein) Normenrevision ISO 9001:2015 und ISO 14001:2015
 - Handhabung von Wissen
 - Kontroll-Level über externe Anbieter (Produkte, Dienstleistungen, Prozesse)
 - Aktivitäten nach Auslieferung
 - Aufrechterhaltung von Überwachungsund Messressourcen
- UMS: stärkere Betonung der externen Kommunikation
- UMS: stärkere Betonung Einbezug Produktverwendung resp. aller Stufen des Produktlebenszyklus.

Es gibt einige Firmen, welche über ein zertifiziertes Managementsystem verfügen müssen. Meist wird es von den Kunden verlangt (vor allem in der Automobilindustrie). Andere Firmen sehen die Vorteile, welches ein Qualitätsrespektive Umweltmanagementsystem mit sich bringt.

Dies sind z.B. beim Qualitätsmanagement:

- höhere Kundenzufriedenheit (Einnahmen erhöhen, Wettbewerbsfähigkeit steigern)
- weniger Reklamationen
- tiefere (Fehler-) Kosten und generell konstruktiver Umgang mit Fehlern
- transparente betriebliche Abläufe, effizientere Prozesse
- Risikominimierung
- leichtere Einarbeitung von neuen Mitarbeitern

- Schaffung von Verantwortlichkeiten und Kompetenzen
- Know-how Sicherung
- Marketingmöglichkeiten

Beim Umweltmanagement

- Optimierung der Stoff- und Energieströme (Reduktion der Energie-/ Umweltkosten)
- verringert die Gefahr von Betriebsstörungen respektive der negativen Umweltzwischenfälle und dadurch Reduktion der rechtlichen und finanziellen Konsequenzen
- Umwelttransparenz (via Umweltbericht) steigert die Glaubwürdigkeit bei Bürgern und Kunden
- Verbesserung des Umweltimage (Marketing)
- Evtl. zusätzliche Argumente bei der Vergabe von Aufträgen,





Für zertifizierte Firmen und Organisationen stellt sich die Frage: «Was nun?»

Vorgehen zur Umstellung des Managementsystems

Für die erfolgreiche Umstellung auf die neue Version von ISO 9001 resp. ISO 14001 sind folgende Schritte anzuwenden:

- Auseinandersetzung mit der neuen Norm ISO 9001 resp. ISO 14001
- Systemlücken identifizieren (GAP-Analyse durch das Unternehmen selbst oder – bei Bedarf – durch die kompetenten Beraterpartner der Qualinet Consulting AG)
- den geeigneten Zeitpunkt für die Umstellung festlegen
- Implementierungsvorgehen bestimmen (z. B. Projektplan, evtl. Überlegung Umstellung auf ein elektronisches Managementsystem wie z. B. QLogBook)

- Einbeziehung der wichtigsten Anspruchsgruppen (Management, Mitarbeitende usw.)
- Aktualisierung des bestehenden Qualitätsmanagementsystems
- Überprüfung der erfolgreichen Implementierung durch interne Audits
- Vorbereitung auf die Rezertifizierung

Profitieren Sie von einem reduzierten Satz für die GAP-Analyse durch die Beraterpartner der Qualinet Consulting AG

(siehe roter Kasten)

Qualinet Consulting AG

Bösch 63
6331 Hünenberg
Telefon 041 760 98 33
Telefax 041 760 95 13
www.qualinet-consulting.com
sekretariat@qualinet-consulting.com

QLogBook GmbH

Bösch 63 6331 Hünenberg Telefon 041 763 02 27 Telefax 041 760 95 13 www.qlogbook.eu/ support@glogbook.eu



Spezialangebot für KMU Verbands-Mitglieder:

- Reduzierter Fixpreis auf die GAP-Analyse.
- 10 % Rabatt auf Prozess-/Qualitäts-Management-Software QLogBook.
- 10 % Rabatt auf 4. PMA Kongress vom
 1. Dezember 2016 beim KMU Partner ABB
 Technikerschule in Baden. Hier gibt es wieder spannende Referate zum Thema Prozess-/
 Qualitätsmanagement-System.

Es empfiehlt sich ebenfalls das neue Dokument zu Terminologie und Begriffen, ISO 9001:2015 respektive ISO 14001:2015, anzuschaffen. In der Schweiz können die neuen Normen bei der Schweizerischen Normen-Vereinigung (SNV) www.snv.ch bezogen werden. Sie können die Normen aber auch direkt bei uns bestellen ISO 9000:2015 für CHF 166.–

Schreiben Sie einfach ein E-Mail an sekretariat@qualinet-consulting.com mit Angabe der gewünschten Normen.

Die Qualinet Consulting AG ist Mitglied des Vereins Prozessmanagement-Akademie (PMA). Die PMA führt gerade eine Umfrage rund um das Thema Prozessmanagement durch. Unter den Teilnehmenden wird ein TABLET SAMSUNG GALAXY TAB A verlost. Machen Sie doch ebenfalls mit und beantworten Sie die 5 Fragen. Zur Umfrage: https://de.surveymonkey.com/r/PMA_Prozess



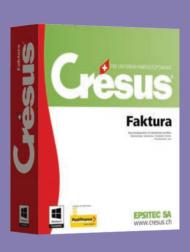


Die Unternehmenssoftware für PC, Mac und Linux

NUMMER 1 IN DER SCHWEIZ





















Wieso kompliziert, wenn KMU-Finanzierung auch einfach und schnell geht?

Der Grossteil der KMU-Finanzierungen wird heute von Banken durchgeführt und bis vor kurzem konnten KMU auch nur auf solche Finanzierungsquellen zurückgreifen. Dank der rasanten Entwicklung im Technologiebereich entstanden innovative Fintechfirmen, welche neu als Kreditgeber im Schweizer Markt auftreten.

Banken haben die realwirtschaftliche Aufgabe, der Volkswirtschaft Kredite zur Verfügung zu stellen, damit diese einwandfrei läuft, Innovationen zustanden kommen und Arbeitsplätze geschaffen werden. Die Banken werden aber seit der Finanzkrise immer mehr gezwungen, Kredite abzulehnen, da die Eigenmittelanforderungen wie Basel III, antizyklischer Kapitalpuffer etc. und überregulierte Kreditprüfungsprozesse zu hohen Kosten bei den Finanzinstituten führen. Stark leiden hier insbesondere kleine KMU-Betriebe von bis zu neun Mitarbeitenden, welche dadurch faktisch keinen Zugang mehr zu Kleinkrediten haben.

Diese Lücke kann heute durch Peer to Peer Lending Plattformen geschlossen werden. Diese führen wie Banken sehr strenge Kreditprüfungen durch, sind aber mit ihren Möglichkeiten zur Kreditprüfung viel effizienter und flexibler bei der Strukturierung, zum Beispiel mittels Bürgschaft oder Pfand. Diese Plattformen müssen auch keine Eigenmittel unterlegen, da die Verträge zwischen vielen Investoren und dem Kreditnehmer direkt abgeschlossen werden.

Viele KMU-Betriebe können somit heute als ergänzende Finanzierungsquelle auf Peer to Peer Lending Plattformen zurückgreifen und beispielsweise ihr Nettoumlaufvermögen finanzieren. Viele KMU haben das Problem, dass sie auf Auftragsbasis arbeiten und ihre Leistungen wie Lohn/Material etc. selber vorfinanzieren (sei es durch Kreditoren oder durch liquide Mittel). Ein gesundes Kleinunternehmen kann bei vielen Aufträgen oder ungünstigen Konditionen der Kreditoren seine potentiellen Neuaufträge nicht mehr finanzieren und verliert somit einen Teil seines Umsatzes, welches wiederum die Förderung von neuen Arbeitsplätzen etc. verhindert. Dieser Umstand kann als strukturelles Problem innerhalb einer Branche oder spezifisch auf ein Unternehmen zutreffen und wie oben beschrieben nicht wirtschaftlich von einer Bank gelöst werden.

Eine dieser Plattformen, welche KMU bei der Finanzierungsproblematik unterstützen kann, ist CreditGate24.com. Der nachfolgende Fall zeigt exemplarisch auf, wie eine solche Finanzierung bei CreditGate24 aussieht.



Ein Beispiel aus unserer täglichen Praxis

Herr Zimmermann aus Emmenbrücke bei Luzern möchte mit seinem erfolgreichen Lieferservice «Liefer-Allerlei» nach Bern expandieren. Um die Erweiterung verwirklichen zu können, benötigt er drei neue Fahrzeuge und ein kleines Büro mit Parkplatz. Er rechnet mit Kosten von ungefähr CHF 150'000.—.

Er hat bereits bei einigen Finanzinstituten einen Kredit angefragt aber leider immer nach viel administrativem Aufwand ein Nein als Antwort bekommen. Herr Zimmermann nimmt an, dass der Betrag von CHF 150'000.– für eine Bank wohl zu teuer in der Abwicklung sei.

Durch einen Bericht in der Zeitung wurde er auf die Möglichkeit von Peer to Peer Lending (auch Crowdlending) aufmerksam.

Er suchte im Internet nach Plattformen auf dem Schweizer Markt und hat schliesslich auf www.creditgate24.com seinen KMU Kredit beantragt. Zu seinem grossen Erstaunen musste er nicht persönlich bei einer Filiale vorsprechen. Herr Zimmermann hat alle Felder des online Kreditantrags nach zehn Minuten ausgefüllt, die Fragen beantwortet und elektronisch eingereicht. Einige Dokumente wurden von ihm noch abgesichertem Kommunikationssystem (eNachricht) angefordert. Einen Tag nach Einsendung seines Kreditgesuchs meldete sich ein Mitarbeitender von CreditGate24, stellte zusätzlich einige Fragen zu seiner Person, zum Unternehmen und zum Verwendungszweck und stellte Herrn Zimmermann einen Kredit-Entscheid innerhalb der nächsten 24 Stunden in Aussicht. Einen Tag später erhielt Herr Zimmermann eine E-Mail, dass er eine eNachricht von CreditGate24 bekommen habe. Umgehend loggte er sich in seinen Kundenbereich ein und öffnete voller Spannung die Nachricht: Sein Kredit wurde bewilligt und dies zu äusserst fairen Konditionen. Herr Zimmermann freute sich ausserordentlich über diese positive Wendung und konnte es kaum erwarten, die neue Filiale in Bern zu eröffnen. Dank den fairen Konditionen kann er sich nun zusätzlich auch noch eine kleine Einweihungsfeier mit seinen Angestellten leisten.

Wir wünschen Herrn Zimmermann viel Erfolg bei seiner Expansion!

Wie es funktioniert

Die Peer to Peer Lending Plattform (Geldverleih von Privat zu Privat) erledigt die Kreditprüfung für die Investoren auf ihrer Online-Plattform und erzielt für alle Parteien eine Win-Win Situation: die KMU als Kreditnehmer profitieren von attraktiven Konditionen und die Investoren erhalten interessante Investitionsmöglichkeiten im aktuellen Tiefzinsumfeld und unterstützen gleichzeitig Schweizerische KMU.

Weitere Vorteile für KMU-Kreditnehmer sind die effiziente, unkomplizierte Abwicklung und der geringe Aufwand nach Auszahlung des Kredites, da die regelmässige Einsendung der Bilanz, Erfolgsrechnung etc. entfällt. Da in den monatlichen Kreditraten neben dem Zins auch immer ein Teil der Amortisation eingerechnet wird, ist der Kredit am Ende der Laufzeit bereits schon zurückbezahlt. In unserem Beispiel beträgt die monatliche Rate CHF 2851.—, bei einem Kredit mit einer Laufzeit von 60 Monaten. Damit gehören die Fahrzeuge von Tag eins an dem Kunden, die Zinskosten sind zudem steuerlich absetzbar und es gibt keinen Endbetrag, der bei Ablauf des Kredits fällig wird.

CreditGate24 (Schweiz) AG

Alemannenweg 6, 8803 Rüschlikon www.CreditGate24.com Kostenlose Hotline unter 0844 365 247 – Sie erreichen uns 24 Stunden / 7 Tage die Woche

Die Einstellung der Bevölkerung zur staatlichen Regulierung: Nutzen der Regulierung werden höher bewertet als Kosten

Eine Studie im Auftrag der Stiftung Strategiedialog21

Nathaly Bachmann

Geschäftsleiterin StrategieDialog21 & Unternehmerin

Nathaly Bachmann (35) ist Gründerin der Kommunikationsagentur Essence Relations, essence-relations.ch, und Geschäftsleiterin der Stiftung StrategieDialog21, strategiedialog21.ch. Nach ihrem Studium der Wirtschaftspsychologie in Zürich und Madrid arbeitete sie im Swissnex in Singapur. Danach war sie in verschiedenen Führungsfunktionen bei der Credit Suisse im Private Banking tätig. Zudem engagiert sie sich als Mentorin für Wirtschaftsstudentinnen der HTW Chur, doziert an diversen Fachhochschulen wie dem SAWI und unterstützt Freiwilligenprojekte (zum Beispiel als Coach für Unternehmerinnen in Tansania).

Es braucht Unternehmer, die sich wieder aktiv in die Politik einbringen und die Schweiz durch mutige Ideen und Initiativen mitgestalten. Menschen, die eine Meinung haben, Position beziehen und für individuelle sowie gesellschaftliche Freiheit einstehen. Es braucht diese glaubwürdigen Stimmen, wenn wir unseren Wohlstand erhalten wollen und Schweizer Innovationen auch in Zukunft weltweit Wirkung zeigen sollen. Genau das belegt die aktuelle Studie der Stiftung StrategieDialog21 (SD21). Denn die von der Universität Zürich durchgeführte Umfrage zeigt, dass die Schweizer Bevölkerung die Nutzen der Regulierung höher bewertet als deren Kosten. Dies aber vor allem deshalb, weil die durch Regulierung verursachten Kosten nicht bekannt sind.

Direkte Impulse der Wirtschaft – StrategieDialog21 als mögliches Forum

Die Verständigung der Schweiz erfolgt heute immer weniger über etablierte Parteien, Verbände und Medien. Genau in diese Lücke springt der StrategieDialog21 (SD21). Der SD21 versteht sich als Dialog-Plattform mit dem Fokus auf eidgenössisch-freiheitliche Werte und daraus abgeleitete strategische Ansätze und Impulse für die Schweiz.

Der SD21 wurde im Jahr 2013 vom Berner Unternehmer Jobst Wagner initiiert und setzt sich parteiübergreifend für eine sachliche Auseinandersetzung mit der Zukunft der Schweiz ein. Dabei engagiert er sich insbesondere für unternehmerische Freiheit, liberale Werte und eine offene Volkswirtschaft. Der SD21 hat sich zum Ziel gesetzt, die öffentliche Debatte zu stimulieren und Lösungsideen für anstehende Herausforderungen zu diskutie-

ren sowie abzuleiten. Staatliche Regulierungen sind dabei ein Schwerpunkt, mit dem sich die Stiftung regelmässig auseinandersetzt. Zur Beantwortung der Frage, welche Meinung die Bevölkerung zu diesem Thema hat, wurde das Institut für Politikwissenschaft der Universität Zürich beauftragt, eine auf eine repräsentative Befragung gestützte Studie zu erarbeiten.

Regulierung und eine neuartige Studie

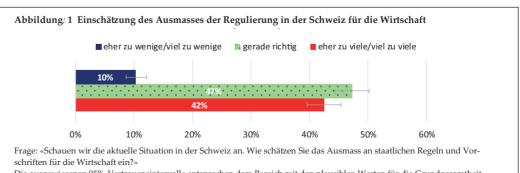
Der Begriff «Regulierung» ist weitläufig. Üblicherweise bezeichnet Reaulierung ein Bündel an verbindlichen Vorschriften, die von einer staatlichen Behörde zu einem bestimmten Zweck erlassen wurden. Aus einem breiteren Blickwinkel betrachtet, meint Regulierung jegliche zielgerichtete staatliche Einflussnahme auf wirtschaftliches und soziales Verhalten. Die vom SD21 in Auftrag gegebene Studie beschränkt sich auf staatliche Regulierungen, die spezifisch die Wirtschaft betreffen. Mit Regulierungen sind hier Eingriffe staatlicher Behörden in Form von Geboten und Verboten gemeint. Die dieser Studie zugrunde liegende zentrale Fragestellung lautet: Welche Einstellung hat die Schweizer Bevölkerung zur staatlicher Regulierung? Bisher analysierten zahlreiche Studien die Ursachen und Folgen von Regulierungen, berechneten Regulierungskosten und erarbeiteten Handlungsanweisungen für mehr oder weniger staatliche Regulierung – systematische Befunde dazu fehlen jedoch weitgehend.

Für die Studie wurden 1213 zufällig ausgewählte stimmberechtigte Personen in der deutschund französischsprachigen Schweiz befragt. Es wurde ein auf den aktuellen methodischen Erkenntnissen zum Fragebogendesign basie-

render standardisierter Fragebogen erstellt und vorab ausführlich getestet. Die Feldarbeit erfolgte durch das Befragungsinstitut gfs.bern, welches die Interviews im Zeitraum März und April 2016 telefonisch durchführte. Die erhobenen Daten wurden vom Institut für Politikwissenschaft der Universität Zürich ausgewertet. Studie und Bericht wurden namentlich unter der Leitung von Prof. Dr. Thomas Widmer und Dr. Dominique Höglinger erarbeitet.

Intelligente Regulierung ist erwünscht und Stimmbürgerinnen und Stimmbürger bilden keine homogene Gruppe in der Beurteilung der Effektivität von Regulierung

Erstmals in dieser Form zeigt die Umfrage, dass sich die Schweizer Bevölkerung nicht einfach mehr Regulierung der Wirtschaft wünscht, sondern eine zielgerichtete und intelligenter ausgestaltete. Eine deutliche Mehrheit spricht sich für einen Bürokratie-Abbau für die Wirtschaft aus und zieht eine grössere Selbstverantwortung der Unternehmen staatlichen Vorschriften vor. Der derzeitige Stand der Regulierung wird von einer knappen Mehrheit der Befragten als «gerade richtig» bewertet, während 42 Prozent das Mass als zu hoch erachten. Nur eine sehr kleine Minderheit fordert dagegen pauschal mehr Regulierung (siehe Grafik 1). Auffallend ist, dass vor allem ältere Menschen, besserverdienende Personen oder Führungskräfte der Regulierung kritisch gegenüberstehen, während die Altersgruppe der 18- bis 39-jährigen Personen mit tiefen Einkommen, Angestellte sowie Anhänger linker Parteien mit der Regulierungsdichte zufrieden sind oder in Einzelbereichen sogar mehr Regulierung wünschen.



Die ausgewiesenen 95%-Vertrauensintervalle entsprechen dem Bereich mit den plausiblen Werten für die Grundgesamtheit. N = 1'138.

Quelle: Höglinger, Dominic/Widmer, Thomas (2016): Die Einstellungen der Bevölkerung zu staatlicher Regulierung. Studie im Auftrag der Stiftung StrategieDialog21. Zürcher Politik- & Evaluationsstudien, Nr. 17, S. 13.

Die Stimmbürgerinnen und Stimmbürger bilden somit keine homogene Gruppe, sondern unterscheiden sich in ihrer Beurteilung. Jüngere Personen, Frauen, tiefere Einkommensschichten und Personen aus der Romandie sind generell positiver gegenüber staatlicher Regulierung eingestellt. Mehrheitlich skeptisch sind dagegen Führungskräfte sowie Sympathisanten von SVP und FDP (siehe Grafik 2). Auch die genauere Ausgestaltung von Regulierungen war Ge-

genstand der Befragung. Die meisten Befragten

nannten das Verbot als erstes Regulierungs-

instrument. Ein Grund für die hohe Attraktivität dieses doch eher rigiden Mittels ist möglicherweise das geringere Vertrauen der Bevölkerung in die Wirksamkeit von sanfteren Regulierungs-Massnahmen. Am zweithäufigsten als Erstpräferenz genannt wurden die Massnahmen zur besseren Information der Konsumentinnen und Konsumenten. Zudem waren diese Informations-Massnahmen mit der tiefsten Anzahl an Letztpräferenzen das am wenigsten unbeliebte Regulierungsinstrument. Die Informations-Massnahmen polarisierten,

anders als das Verbot, die befragten Stimmbürgerinnen und Stimmbürger weniger stark. Somit dürfte diese Massnahme auch politisch auf weniger Widerstand stossen, sprich mehrheitsfähiger sein.

Kosten der Regulierung sind nicht bekannt ehrliche Stimmen der Wirtschaft sind gefragt

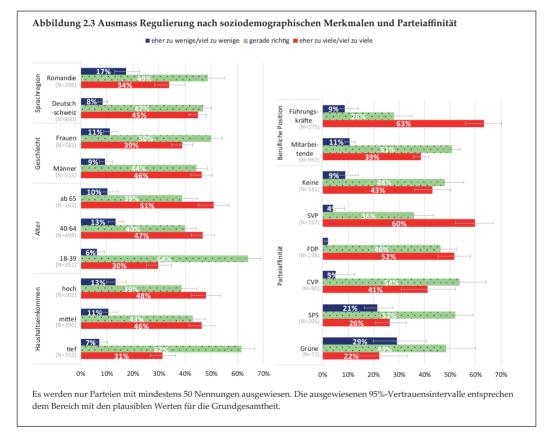
Die Studie lässt weiter den Schluss zu, dass sich die Bevölkerung über allfällige negative Auswirkungen von Regulierung auf Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit und damit individuellen Wohlstand nicht wirklich bewusst ist. Generell wird der Nutzen als deutlich höher eingeschätzt als die Kosten. Hier besteht aus Sicht des SD21 weiterer Informations- und Aufklärungsbedarf - auch von Seiten der Wirtschaft (siehe Grafik 3). Bei der Einschätzung, wer Regulierungsthemen kompetent beurteilen kann, geniessen Unternehmen mit 86 Prozent die höchste Glaubwürdigkeit, gefolgt von der Verwaltung mit 70 Prozent. Mit nur 44 Prozent deutlich tiefer liegt dagegen der Wert für die politischen Parteien. Hier gelingt es einzig der FDP, in breiter Weise auch Sympathisanten anderer Parteien von ihrer Regulierungskompetenz zu überzeugen.

Glaubwürdigen Unternehmern Plattform geben und Schweizer Innovation fördern

Wollen wir Unternehmerinnen und Unternehmer jedoch wieder mehr Freiheit erfahren und Innovationen kreativ vorantreiben können, dann sind genau wir gefragt, hinzustehen. Und es liegt an uns, die Kosten sowie Einschränkungen der Regulierung aufzuzeigen. Denn wir geniessen in der Regulierungsfrage ein hohes Vertrauen der Bevölkerung.

In Anlehnung an diese Studie gestaltet der SD21 deshalb am 21. September 2016 in Bern einen Event über die Bedeutung und die Notwendigkeiten unternehmerischen Denkens und Handelns für die Schweiz und wie viele staatliche Vorgaben in einer Wohlstandsgesellschaft nötig sind bzw. gefordert werden.

An der Podiums-Diskussion teilnehmen werden namhafte Persönlichkeiten: Nick Hayek (CEO Swatch Group), Urs Häusler (Präsident Swiss Start Up Association & CEO DealMarket), Vania Alleva (Präsidentin Unia) und Boris Zürcher (Leiter Direktion für Arbeit SECO). Eine spannende Diskussion zwischen Familienunternehmer, Jungunternehmer, Gewerkschaft und Verwaltung ist hier zu erwarten. Nathaly Bachmann



Grafik 2



Oder sind der tiefere Preis und das grössere Angebot wichtiger?» (N = 1'158)

Frage 2: «Im Internet, sollte da der Schutz der persönlichen Daten an erster Stelle stehen? Oder ist das möglichst grosse Angebot an innovativen und kostenlosen Dienstleistungen wichtiger?» (N = 1'146) Der maximale statistische Unschärfebereich der ausgewiesenen Werte beträgt +/- 2.9 Prozentpunkte (95%-Vertrauensintervall).

Heinz Loosli, CEO Feintool, im Interview



Heinz Loosli, CEO der Feintool-Gruppe sowie Leiter des Segments Feintool System Parts. (bis 31. August 2016)

Ausbilduna

Dipl. El.-Ing. HTL, eidg. dipl. Verkaufsleiter und Stanford Executive Program (SEP).

Beruflicher Hintergrund 1978–1994 H. A. Schlatter AG

Verkaufsleiter (1978–1984), Länderverantwortlicher für China (1985–1988), Leiter des Profitcenters «Automation» (1988–1994)

1994–1996 Ascom Autelca AG:

Leiter der Division «Ticketing»

Seit 1996 bei der Feintool-Gruppe, zunächst als Leiter des Bereiches Pressen und Anlagen der Feintool AG Lyss und später des Bereiches Feintool System Parts. Seit 1. Oktober 2009 CEO der Feintool-Gruppe.

Moneycab.com: Herr Loosli, Sie übergeben heute Ihr Amt Ihrem Nachfolger Bruno Malinek nach einem hervorragenden Halbjahr für Feintool. Der Umsatz stieg um gut 14%, der EBIT markant um 46% und der Reingewinn sogar um knapp 88%. EBIT- und die EBITDA-Margen erreichten Rekordwerte. Welches waren die Treiber des ausgezeichneten Resultats?

Heinz Loosli: Das wichtigste Element ist ohne Zweifel dies, dass es mir als erstem CEO nach dem Börsengang 1998 ermöglicht war, eine festgelegte Strategie über einen Zeitraum von sieben Jahren konsequent zu verfolgen und umzusetzen. Inhaltlich war es im Wesentlichen die Fokussierung auf unser Kerngeschäft und die Identifizierung unserer Ausrichtung auf erfolgsversprechende Wachstumsfelder. Zur erfolgreichen Umsetzung unserer strategischen Projekte beigetragen haben eine hohe Stabilität innerhalb unseres Managements und eine von Vertrauen geprägte Unternehmenskultur.

Selbstverständlich gab es auch Unterstützung durch ein insgesamt gutes, globales wirtschaftliches Umfeld. Klar, die mehrmalige Aufwertung des Schweizer Frankens in diesen sieben Jahren hat uns bezüglich Erreichung der quantitativen Ziele in Summe ein gutes Jahr gekostet. Wir haben dies jedoch regelmässig auch als Chance gesehen, uns noch weiter zu verbessern. Das beste Halbjahresergebnis in der 57 jährigen Firmengeschichte nach der erneuten Aufwertung des Frankens im letzten Jahr betätigt die alte Weisheit: «Was uns nicht umbringt macht uns stärker.»

Welchen Anteil am erfolgreichen Abschneiden hatte die Neuausrichtung der Schweizer Werke, wo vor allem Arbeiten mit hoher Automatisierung oder Spezialisierung ausgeführt werden?

Im Schweizer Produktionswerk hat sich das Ergebnis zum Vorjahr um rund CHF 1.2 Mio. verbessert. Durch die mit der Verlagerung verbunden Aufwände in gleicher Grössenordnung an unseren neuen Standort im deutschen Oelsnitz, hat das gesamte Projekt zum Halbjahr noch keinen positiven Anteil zum Erfolg erbracht. Die Neuausrichtung ist jedoch auch erst auf Ende 2016 abgeschlossen.

«Es mir als erstem CEO nach dem Börsengang 1998 ermöglicht, eine festgelegte Strategie über einen Zeitraum von sieben Jahren konsequent zu verfolgen und umzusetzen.»

Heinz Loosli, CEO Feintool

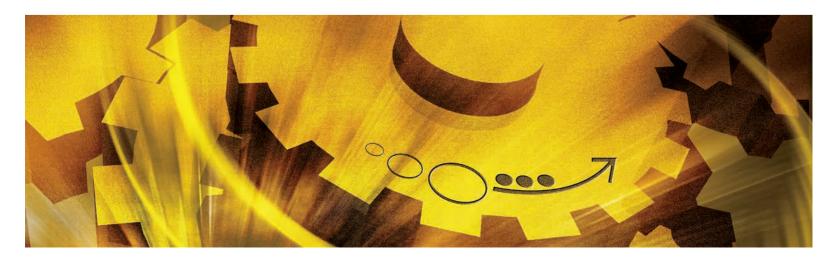
Das Segment Fineblanking Technology bietet technologische Gesamtlösungen für das Feinschneiden an und trägt rund 13 Prozent zum Gruppenumsatz bei. Wie hat sich das Investitionsgütergeschäft entwickelt?

Das Segment hat seine Kunden primär im Umfeld familiengeführter KMU. Bei diesen macht sich nach wie vor eine grosse Zurückhaltung bei Neuinvestitionen bemerkbar. Dennoch hat sich im Vergleich zum ausgesprochen schwachen Vorjahr die Situation etwas verbessert. Vor allem im Kundendienst konnten wir den Wachstumskurs der letzten Jahre erfolgreich fortsetzen.

Wie sehen Sie die weitere Entwicklung des Bereichs?

Der Bereich wird auch in Zukunft eine höhere Volatilität als unser Komponentengeschäft aufweisen. Mit einer innovativen Produktepipeline und vor allem unseren neuen Internet und Industrie 4.0 basierten Serviceleistungen erwarten wir in den kommenden Jahre mehr Stabilität und Wachstum.

Das grössere Segment System Parts erreichte ein währungsbereinigtes Umsatzplus von 9,2 % in den ersten sechs Monaten des Jahres. In welchen Regionen verlief das Geschäft am dynamischsten?



Die Antwort mag im ersten Moment überraschen. Europa ist mit 20.4% am schnellsten gewachsen. Dies hängt mit dem Erfolg und dem Hochlaufen mehrerer in den letzten Jahren akquirierter Programme zusammen.

Wie hat sich das Teilegeschäft im schwierigen konjunkturellen Umfeld Chinas entwickelt?

Wir befinden uns in China noch immer in einer Phase, in der die gewonnen Projekte sich zu einem grossen Teil erst im Anlauf oder Hochlauf befinden. Die Konjunktur hat in dieser Phase eine untergeordnete Bedeutung. Erfreulich ist, dass wir jetzt die Schwelle zu einem positiven EBIT überschritten haben.

«Themen wie selbstfahrende Fahrzeuge und auch die Elektromobilität sind bei uns auf dem Radar. Die Technologien sind jedoch noch immer in einer sehr frühen Phase der Entwicklung.»

Für die nächsten Jahre ist ein weiterer Anstieg des Automobil-Absatzes prognostiziert. Die Aussichten für Feintool sind also gut. Wo sehen Sie auf der anderen Seite die grössten Herausforderungen für Ihr Geschäft?

Regulatorische Eingriffe, technologische Veränderungen und die gesellschaftlichen, wirtschaftlichen geopolitischen Entwicklungen rechtzeitig zu erkennen und daraus als Firma frühzeitig die richtigen Schlüsse und Handlungen abzuleiten, darin sehe ich auch in Zukunft die grösste Herausforderung.

Wie reagiert Feintool auf wichtige Themen in der Automobilindustrie wie Energieeffizienz, Modularität oder möglicherweise sogar selbstfahrende Fahrzeuge?

Von ersten beiden genannten Themenfeldern profitiert Feintool bereits heute. Sie gehören zu den im Rahmen der Strategie eingangs erwähnten, identifizierten Wachstumsfeldern auf die wir uns in unseren Aktivitäten in den letzten Jahren erfolgreich ausgerichtet haben. Themen wie selbstfahrende Fahrzeuge und auch die Elektromobilität sind bei uns auf dem Radar. Die Technologien sind jedoch noch immer in einer

sehr frühen Phase der Entwicklung. Der zeitliche Verlauf und Erfolg ist noch nicht abschätzbar.

Welchen Stellenwert geniesst in diesem Zusammenhang die Entwicklungsund Innovationstätigkeit von Feintool?

Den hohen Stellenwert von Innovation haben wir in unserer Strategie dadurch unterstrichen, dass wir uns zum Ziel gesetzt haben, alle zwei Jahre mit einer bedeutenden Neuentwicklung auf den Markt zu kommen. Die ist uns bis jetzt gelungen und dürfte sich aufgrund der erfolgversprechenden laufenden Entwicklungen auch in den kommenden Jahren fortsetzen. Dazu messen wir die Innovationsleistung nicht nur anhand der jährlich zur Anmeldung gelangenden Patente, sondern auch mit dem Erfassen des Umsatzanteils welchen wir mit Produkten jünger als fünf Jahre, erzielen.

Zum Unternehmen

Das 1959 gegründete Technologieunternehmen ist weltweit führend in der Entwicklung von Feinschneidanlagen sowie in der Produktion einbaufertiger Feinschneid- und Umformkomponenten für anspruchsvolle Industrien, insbesondere für die Automobilbranche. Mit seinen Kunden pflegt Feintool über den gesamten Prozess des Feinschneidens eine enge Partnerschaft - vom Komponentendesign und der Werkzeugkonstruktion über den Anlagenbau bis hin zur Teilefertigung in Grossserie. Die Kombination von Feinschneiden mit spanlosem Umformen macht Feintool zum einzigen Komplettanbieter für die wirtschaftliche Herstellung komplexer Präzisionskomponenten in hohen Stückzahlen. Die eingesetzten Verfahren unterstützen die Trends der Automobilindustrie zu leichteren Fahrzeugen, verbesserten Getrieben und zu Modulvarianten. Als Innovationstreiber erweitert Feintool die Grenzen des Feinschneidens laufend.

Mit Standorten in Europa, Japan, China und den USA ist Feintool in den wichtigsten
Automobilmärkten der Welt vertreten. Das Unternehmen mit Hauptsitz im Schweizerischen
Lyss und einem Umsatz von rund einer halben
Milliarde Schweizer Franken beschäftigt 2.200
Mitarbeitende. An seinen Standorten bildet
Feintool rund 60 junge Menschen unter anderem zu Werkzeugmechanikern, Konstrukteuren
und Mechatronikern aus und stellt so den
eigenen Fachkräftenachwuchs sicher.

Die Messlatte ist im 1. Halbjahr hoch gesetzt worden. Was steht für Sie in der zweiten Jahreshälfte im Mittelpunkt?

Wir erwarten für die zweite Jahreshälfte eine Fortsetzung der positiven Geschäftsentwicklung, weshalb wir unter Annahme unveränderter Wechselkursrelationen unsere Guidance erhöht haben. Wir gehen von einem Umsatzwachstum von 10% und einer EBIT-Marge von 7.5% aus.

«Für mich persönlich ist wichtig, dass sich die Firma heute in jeder Beziehung in einem wesentlich besseren und robusteren Zustand befindet als bei meinem Antritt.»

Sie geben Ihr Amt am morgigen 1. September ab. Es ist vorgesehen, dass Sie 2017 zur Wahl in den Verwaltungsrat vorgeschlagen werden. Welche Bilanz ziehen Sie nach sieben Jahren an der Spitze des Unternehmens?

Für mich persönlich ist wichtig, dass sich die Firma heute in jeder Beziehung in einem wesentlich besseren und robusteren Zustand befindet als bei meinem Antritt. Wir konnten die Marktstellung in allen wichtigen Märkten festigen und ausbauen. Feintool verfügt weltweit über einen hervorragenden Ruf und in unseren Fabriken steht der vermutlich modernste Maschinenpark in der Brache. Die Bilanz ist gesund und die Finanzierung derart abgesichert, dass Feintool durchaus in der Lage ist, auch in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld die angeschobenen Wachstumsprojekte fortzuführen.

Herr Loosli, wir bedanken uns für das Interview und wünschen Ihnen für die Zukunft alles Gute

Moneycab.com

Helmuth Fuchs
Sternenweg 12
8840 Einsiedeln
Mobile 041 79 421 05 09
helmuth.fuchs@moneycab.com
www.moneycab.com

Werben Sie dort, wo Ihre Kunden sind!

Präsentieren Sie Ihre Produkte und profitieren Sie von neuen Geschäftskontakten – jetzt auf wlw.ch.

So suchen Profis



Ein Inserat wirkt - mit uns erst recht.

Denn als führendes Mediendienstleistungsunternehmen verfügen wir über das Know-how, um Ihrer Kommunikation zum Erfolg zu verhelfen.

Rufen Sie uns an: T +41 44 250 31 31.

publicitas.ch/zeitschriften







5000 Schweizer KMUs vertrauen uns Ihren Web-Auftritt an.

Der Grund ist einfach: In nur wenigen Wochen erstellen wir noderne, für mobile Geräte optimierte Websites. Wir kümmern uns um die Umsetzung, von Design bis Texterstellung. Und wir stellen sicher, dass Sie online gefunden werden.

Frfahren Sie mehr: werbung, localsearch, ch



Wir bringen einfach mehr Freude ins Büro

Wir liefern ausschliesslich an Industrie, Gewerbe, Dienstleistung, Handel und Verwaltung.



Als **SKV** Mitglied sparen Sie beim Büromaterial-Einkauf

• Günstige Preise und Spezial-Konditionen Sie finden bei uns bewährte Markenartikel aber

auch geprüfte Eigenmarken zu absoluten Tiefpreisen. Als **SKV Mitglied** erhalten Sie attraktive Zusatz-Rabatte und Grosskunden-Konditionen.

Gratis Bestellung

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

Kulanz – Wie viele Augen soll man zudrücken?



Michele Imobersteg. Als Unternehmensjurist vertritt er die rechtlich relevanten Interessen der KMU-Mitglieder im Raum Basel und Ostschweiz

Eine Kundin, die mit einer prall gefüllten Werbetasche den Schuladen betritt, fällt auf. An der Werbung auf ihrer Tüte ist erkennbar, dass sie im Geschäft schon mal eingekauft hat. Sie geht auf die Verkäuferin zu, spricht sie an und greift ein Paar Schuhe heraus. Die Verkäuferin nimmt beide Schuhe und hält diese mit der Sohle nach oben unter das helle Licht über dem Tresen. Unverkennbar erzählen die Spuren, dass die Schuhe bereits den Weg in den Alltag beschritten haben. Erst Wochen nach dem Kauf stellte die Kundin fest, dass diese weder zum Jupe noch zur Hose passten. Im Kunstlicht des Ladengeschäfts sah alles perfekt aus, doch das Tageslicht zu Hause entlarvte den Irrtum. Ist ein solcher Irrtum rechtlich relevant?

Bei Mangel an der Kaufsache

Wenn ein Mangel an der Kaufsache besteht, kann die Kundin, sofern sie die Mängel rechtzeitigt anzeigt, grundsätzlich folgende Möglichkeiten geltend machen:

- Wandelung

Die Käuferin kann die Schuhe zurückgeben und das Geld zurückfordern.

- Minderung

Sie kann einen Ersatz des Minderwertes, also eine Reduktion des Kaufpreises verlangen.

- Ersatzleistung

Sie kann ein gleiches Paar ohne Mangel fordern.

Die Schuhe, welche die Kundin zurückgeben und mit anderen tauschen wollte, waren in ihrer Beschaffenheit ohne Tadel. Und die Verkäuferin hatte nichts versprochen, was zur Enttäuschung nach dem Kauf hätte führen können. Rechtlich gesehen kann in diesem Fall also nichts geltend gemacht werden. Gekauft ist gekauft.

Vom Recht zum Marketing

Beim sogenannten Distanzkauf (Kauf im Internet oder per Katalog) gilt, dass gemäss Ehrenkodex des Verbands des Schweizerischen Versandhandels eine Ware neuerdings nach 14 Tagen zurückgesendet werden kann. Das gilt beim Kauf im Ladengeschäft nicht. Der Umtausch oder die Rücknahme einer unversehrten Ware kann nur aus Kulanz erfolgen.

Der Begriff Kulanz leitet sich aus dem französischen «coulant» ab. Er steht für «fliessend, flüssig; beweglich, gewandt». Seit dem 19. Jahrhundert wird das Wort Kulanz vorwiegend im Geschäftsverkehr verwendet. Es bezeichnet allgemein ein Entgegenkommen zwischen Vertragspartnern nachdem der Vertragsabschluss erfolgt ist. Gleichzeitig bedeutet Kulanz auch einen Rechtsverzicht: Sie umfasst speziell das Gewähren von Reparatur- und Serviceleistungen bei Handelsgütern auf freiwilliger Basis - nach Ablauf der gesetzlichen oder individualvertraglichen Gewährleistungsverpflichtungen. Sie stellt in der Wirtschaft eine Massnahme zur Kundenbindung dar. Auch ohne eine Verpflichtung sieht es der Gewährer der Kulanz als sinnvoll an, mal ein Auge zuzudrücken, um seine Kunden in einem Problemfall zufriedenzustellen. Seine Hoffnung besteht darin, dass die Kunden besonders ihm als Umsatzbringer erhalten bleiben.

Kulanz – eine Investition?

Obwohl Kulanz immer kostet, ist sie nicht als Kostenfaktor zu betrachten, sondern als Investition in die Zukunft um die Besucherfrequenz im Laden hoch zu halten. Daher stellt sich hier die Frage des «Return on Investment»: Wie viel kann und soll ein Ladeninhaber in die Kulanz als Marketingstrategie investieren, damit sich diese eines Tages bezahlt macht? Auf den eingangs erwähnten Fall mit den getragenen Schuhe, welche gegen neue ausgetauscht werden, sind die Einstandskosten massgebend. Die Rechnug lautet demnach: Wie viele Paar neue Schuhe

müssten verkauft werden, um mit deren Marge den «Verlust» des umgetauschten Paars auszugleichen?

Berechnen lässt sich die Investition in die Kulanz vermutlich nicht. Was bleibt ist die Hoffnung darauf, dass dieses vielerorts gepriesene Kundenbindungsinstrument auf lange Sicht seine Wirkung tatsächlich entfaltet. Dass also einerseits die Kundin weiterhin regelmässig ins Geschäft kommt. Und underseits dass die Kundin eine Freundin hat. Was gibt es schöneres nach dem Shopping, als dass eine zufriedene Kundin ihrer Freundin beim Cappuccino erzählt, dass sie nun endlich die passenden Schuhe zu ihrer Ledertasche und zu ihrem satingrünen Kleid geniessen darf? Kulanz ist weniger ein juristisches Problem als vielmehr eine zu beachtende nützliche Verkaufsförderungsmassnahme.

meinJurist KmG

Klostergutstrasse 4 8252 Altparadies Telefon 079 430 50 71 info@meinjurist.ch



Für Ihre Orientierung und Sicherheit: Mitglieder des Schweizerischen KMU-Verbandes profitieren von der Möglichkeit, bei auftretenden Rechtsfragen eine kostenlose Erstberatung am Telefon zu erhalten.

Das neue moneyhouse.ch geht noch stärker auf die Bedürfnisse von KMU ein

Nutzerorientiert und schnell. Der neue Webauftritt von Moneyhouse bietet optisch und vor allem inhaltlich einiges: Dank Smart Data erhalten die Nutzer mit wenigen Klicks relevante Fakten über Unternehmen. Warum und wie die Plattform vermehrt auf die Bedürfnisse von KMU eingeht, erläutert Patrik Widmann, Leiter Marketing & Verkauf bei Moneyhouse, im Gespräch.

Moneyhouse.ch ist im August mit dem neuen Auftritt online gegangen. Weshalb haben Sie das Portal komplett überarbeitet?

Patrik Widmann: Moneyhouse.ch gehört mit rund 3 Millionen Besuchern pro Monat zu den 15 reichweitenstärksten Webseiten der Schweiz. Wir sammeln relevante Informationen aus diversen Datenquellen zu Schweizer Firmen und verknüpfen diese intelligent. Nutzer sollen von der überarbeiteten Plattform auf allen Ebenen profitieren. Neu sind massgeschneiderte Informationen und Dienstleistungen mit nur wenigen Klicks – und somit geringem zeitlichen Aufwand – abrufbar. Dies gelingt unter anderem dank der einfachen Nutzerführung. Selbstverständlich ist das Erscheinungsbild von moneyhouse.ch auch für mobile Endgeräte optimiert worden.

Moneyhouse.ch ist neu in die vier Kategorien Finanzen, Verkauf, Research und Gründen unterteilt. Welches Ziel verfolgen Sie damit?

Moneyhouse geht mit dieser Fokussierung noch stärker auf die Bedürfnisse von KMU ein. Mit den vier von Ihnen genannten Kategorien bieten wir unseren Kunden wichtige Recherche-Tools an, die Entscheidungsgrundlagen für den Geschäftsalltag liefern.

So lässt sich beispielsweise in der Rubrik «Finanzen» eine Bonitätsprüfung zu Firmen und Personen in der Schweiz durchführen. KMU vermeiden so Verluste und erhalten zusätzliche Sicherheit vor einem Vertragsabschluss mit neuen Partnern.

In der Rubrik «Verkauf» erfährt der Nutzer, wo er neue Kunden finden und so mehr verkaufen kann. Er kann sich diese Informationen auch selbst aus vielen verstreuten Quellen zusammensuchen. Oder aber dank intelligenten Verknüpfungen alles auf einen Blick erfahren und so viel Zeit und Geld sparen. Moneyhouse übernimmt diese Arbeit für seine Premium-Kunden. Sie wollen wissen, was die Konkurrenz vorhat, welche Wechsel es im Management gegeben hat oder welche Stellen ihr Mitbewerber aktuell ausgeschrieben hat. Diese Informationen sind mit wenig Aufwand unter «Research» auffindbar.



Wer eine Firma gründen will, informiert sich in der Kategorie «Gründen» darüber, welche Fähigkeiten es beispielsweise zur Führung eines Unternehmens braucht. Moneyhouse übernimmt für ihre Kunden aber auch einzelne Schritte im amtlichen Gründungsprozess oder bei allfälligen Handelsregister-Änderungen.

Moneyhouse bietet KMU unter anderem dank Smart Data einen erheblichen Mehrwert. Wofür steht der Begriff?

Smart Data ist im Grunde genommen das, was Moneyhouse im Kern ausmacht: Wir sammeln Informationen aus relevanten und vertrauenswürdigen Datenquellen wie etwa aus Firmenprofilen, Handelsregister, Inkassobüros und Betreibungsämtern. Diese Daten bündeln und verknüpfen wir intelligent und führen sie auf unserer Plattform zusammen.

Also alles aus einer Hand. Das bedeutet auch, dass die Nutzer Zeit sparen?

Ganz klar. Umständliche Recherchen gehören der Vergangenheit an. Nutzer erhalten mit geringem personellen und finanziellen Aufwand ein Maximum an massgeschneiderten Informationen. Mit wenigen Klicks erfahren sie auf moneyhouse.ch, wie sie Verluste vermeiden, wo sie neue Kunden finden, was die Konkurrenz plant, wie sie schneller eine Firma gründen oder was im Business wirklich wichtig ist.

Können Sie das an einem Beispiel veranschaulichen?

Nehmen wir an, ich führe ein kleines IT-Unternehmen. Meine Produkte möchte ich nun einem neuen Kunden liefern. Doch von diesem Unternehmen habe ich bis anhin noch nie etwas gehört. Auch im Markt ist die Firma gänzlich unbekannt. Mit wenig Aufwand kann ich mich auf moneyhouse.ch in der Rubrik «Finanzen» über die Bonität dieser Unternehmung informieren und so mein Verlustrisiko deutlich reduzieren. Damit erhalte ich eine wichtige Entscheid-Grundlage, ob ich mich auf diesen neuen Partner einlassen soll

Planen Sie in nächster Zeit weitere Dienstleistungen für die Nutzer von monevhouse.ch?

Ja, dem ist so. In den nächsten Monaten werden wir weitere Datenquellen einbauen, damit KMU ihr Business noch erfolgreicher gestalten können. Wir liefern die Grundlagen dazu, dass KMU fundierte Entscheidungen für ihr wirtschaftliches Handeln treffen können. Sei es im Verkauf, bei der Kundenakquise, der Konkurrenzanalyse oder bei einer Firmengründung.

Moneyhouse AG

Lettenstrasse 7, 6343 Rotkreuz www.moneyhouse.ch

Minus-Rendite: So uninteressant sind Bundesobligationen



Lorenz Fuchs

Die Zeiten, in denen Eidgenössische Bundesobligationen noch eine stattliche Rendite abgeworfen haben, sind endgültig vorbei.

Wirft man aktuell einen Blick auf eine Übersicht mit Schweizerischen Bundesobligationen (www.finanzen.ch/obligationen/ suche?bondname=eidgenossenschaft&p=1), dann zeigt sich für den Anleger ein erschreckendes Rild

Alle Laufzeiten stehen bei der Rendite im Minus. Die Spannbreite geht bis zu einer Minusrendite von 0,96 Prozent für eine Obligation mit 3 %, die bis Ende 2019 läuft. Vergleichsweise human fällt

dagegen das Minus von 0,03 % bei einer Obligation (4 %) bis Laufzeit bis 2049 aus. Der Kurs, zu dem diese Obligation gehandelt wird, ist aber entsprechend erschreckend hoch, so dass jeder Privatanleger die Finger davon lässt.

Bundesobligationen sind keine gute Geldanlage mehr

Es wird schnell klar: Zur gewinnbringenden Geldanlage sind Obligationen der Schweizerischen Eidgenossenschaft nicht mehr geeignet. Sie sind ein sattes Draufzahlgeschäft, das durch Gebühren und Steuern sogar noch schlechter wird. Dagegen halten kann man lediglich, dass sie eine sehr sichere und risikoarme Geldanlage sind.

Aber auch bei den Banken wird man nicht viel glücklicher. Die Zinsen auf Sparguthaben sind im Keller und auch hier gibt es teilweise schon Minuszinsen oder Negativzinsen für die Anleger. Wer heutzutage sein Geld für sich arbeiten lassen will, der kommt an alternativen Geldanlagen nicht mehr vorbei. Zu seriösen Investments können Qualitätsaktien mit einer satten Dividende, die dann wie ein Zins wirkt, ebenso zählen wie aktiv gemangte Aktienfonds.

Andere Modelle zum Vermögensaufbau

Diese Modelle eignen sich auch sehr gut zum Vermögensaufbau und zur Altersvorsorge. Gerade bei einem mittelfristigen und langfristigen Anlagehorizont sind sie mehr als eine Alternative zu den Bundesobligationen oder Sparguthaben.

Zwar ist dieses Investment durch die Kursschwankungen mit etwas mehr Risiko behaftet, allerdings gleichen sich Kursschwankungen zum einen im Laufe der Jahre immer wieder aus und das Guthaben wächst in Schüben. Zum anderen kann man diese über den Cost-Average-Effekt auch für sich nutzen, um zum Beispiel Aktien und Fondsanteile wieder günstiger einzukaufen.

Gemeinsam finden wir Ihre Alternative zu den Bundesobligationen

Für Renditen, wie sie die Eidgenössischen Bundesobligationen früher versprochen haben, muss man heute neue Wege gehen. Anders geht es nicht mehr. Als Ihr unabhängiger Finanzoptimierer unterstütze ich Sie bei diesem Weg. Gemeinsam finden wir die Alterative, die zu Ihnen und Ihren Anlagezielen passt und bei der Sie nur so viel riskieren, wie Sie möchten!

Melden Sie sich für einen Termin unter Telefon 041 820 29 29 oder per E-Mail an info@fuchsfinanzconsulting.ch.



Fuchs Finanz Consulting GmbH

Schiller 31
6440 Brunnen
Telefon 041 820 29 29
Mobile 079 433 78 74
info@fuchsfinanzconsulting.ch
www.fuchsfinanzconsulting.ch

Anzeigen



Bis zu 20% Rabatt für SKV-Mitglieder.

Auch auf Nutzfahrzeuge!

Jetzt hier buchen: www.avis.ch/skv

AVIS°

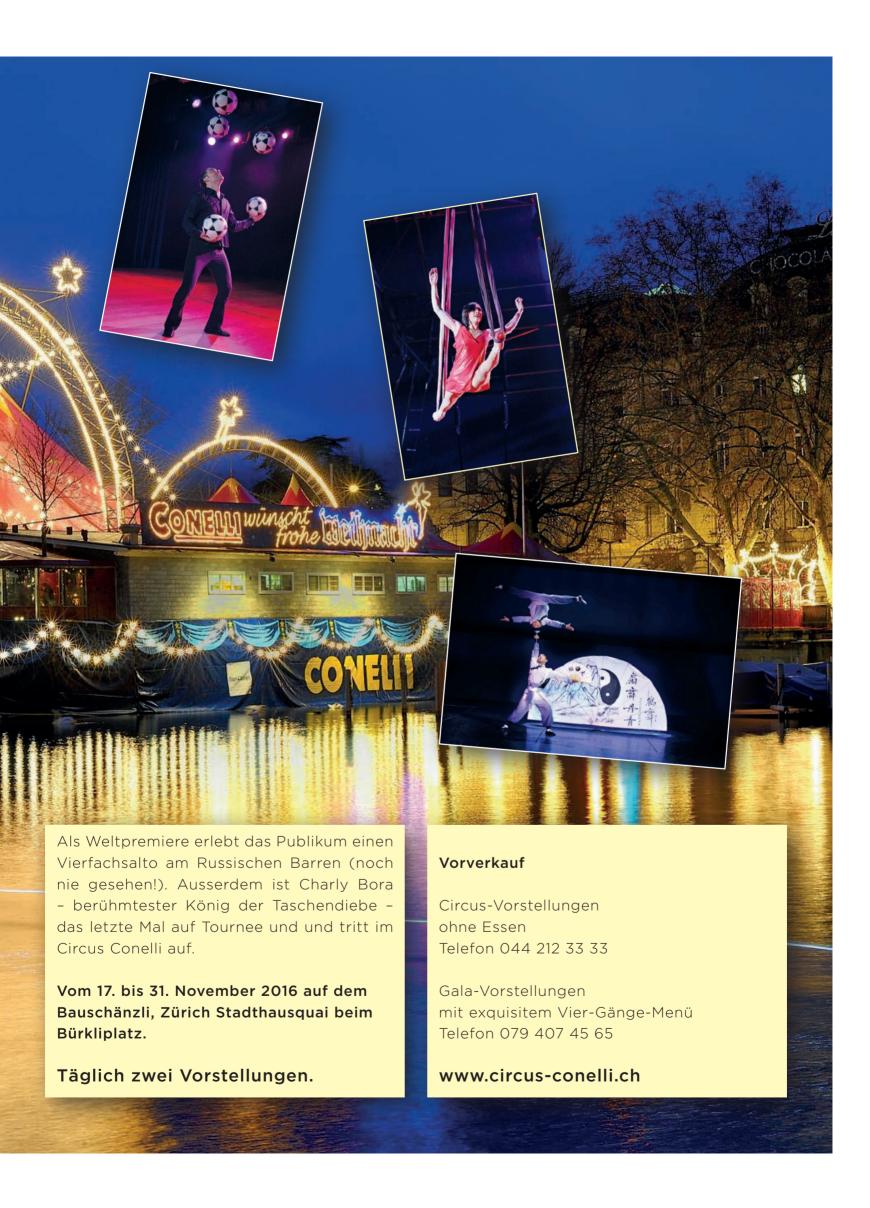




Für viele Zürcherinnen und Zürcher beginnt die Adventszeit dann, wenn das romantisch funkelnde Conelli-Zelt auf dem Bauschänzli steht. Der Circus Conelli gehört eben zu Zürich wie die Löwen zum Stadtwappen.

Ab 17. November bis 31. Dezember 2016 gastiert der Original Schweizer Weihnachtscircus mit seinem neuen Programm **«Conelli - Just amazing»** auf der Zürcher Märcheninsel. Die auftretenden Artisten sind alle-

samt ausgezeichnete Preisträger und Gewinner von internationalen Circus-Festivals. Das Publikum kommt also in den Genuss, das Beste vom Besten, was es auf der Welt zur Zeit gibt, sehen zu können. Der Circus Conelli verbindet Tradition mit den modernen Elementen und produziert auch in diesem Jahr eine Show der Superlative. Top-Akrobatik, verträumte Poesie, herzhafte Komik und musikalische Leckerbissen werden den Besuchern direkt an deren Platz serviert. Das gibt es nur im Circustraum Conelli.



Digitalisierung: ohne uns! – Jährlich werden 130 Millionen verschenkt

Dass die Digitalisierung die Arbeitswelt revolutioniert, ist Tatsache und hat den Arbeitsalltag von Unternehmen jeglicher Grösse grundlegend verändert. Möglichkeiten zur Effizienzsteigerung im eigenen Unternehmen gibt es dank der Digitalisierung viele – doch die Umsetzung findet längst nicht in alle Bereiche Einzug. So ergeht es auch dem HR und insbesondere in der Rekrutierung. Neben Effizienz leidet darunter besonders etwas – die Finanzen. In Zeiten von Frankenstärke und Fachkräftemangel verschenken KMUs hier Millionen, wie die Studie «Personalmanagement-Trends 2016» zeigt.

Kleine und Mittlere Unternehmen (KMU) machen 99% der Unternehmen in der Schweiz aus und beschäftigen rund zwei Drittel aller Arbeitskräfte. Aufgrund ihrer Grösse ist ihr effizientes und gesundes Treiben von zentraler Bedeutung für das Wohlergehen der Volkswirtschaft. In Zeiten von Frankenstärke und Fachkräftemangel wird deren Wohlergehen jedoch stark belastet und effizientes Handeln ist von grosser Wichtigkeit. Gut also gibt es die Digitalisierung. Sie ermöglicht kostengünstige, einfache Prozesse und trägt somit immens zur Effizienzsteigerung und Arbeitsproduktivität der Unternehmen bei.

Digitalisierung von Rekrutierungsprozessen

Die Digitalisierung hat viele Gesichter und macht auch vor dem HR nicht Halt. Dort unterstützt sie HR Fachleute dank unterschiedlichster Software bei Prozessen wie beispielsweise der Rekrutierung. Wo früher Bewerbungen per Post empfangen, dann händisch ins System eingelesen und die Kandidaten anschliessend in einem abteilungsübergreifenden Telefonmarathon kontaktiert wurden, geht heute alles per Mausklick. Der Einsatz der Software minimiert den administrativen Aufwand und spart so wertvolle Zeit und Geld. Theoretisch.

Millionenverluste für die Schweizer Wirtschaft

Die Studie zeigt jedoch: Digitalisierung ist nicht! Nur gerade 6% setzen eine sogenannte Bewerbermanagement-Software ein, die den Rekrutierungsprozess dank viel Technologie verkürzt, vereinfacht und dadurch kostengünstiger gestaltet. Rekrutiert wird zu einem grossen Teil noch wie anno dazumal: 60% aller Befragten gaben an, Bewerbungen noch immer über den Postweg zu handhaben und 76% rekrutieren über E-Mail.

Die Post- und Email-Wege sind nicht nur veraltet und strapazieren des Papieres wegen die Umwelt, sie kosten auch viel Zeit: durchschnittlich 30 Minuten Zeitverlust entsteht durch den Verzicht auf die Software – pro Bewerbung! Bei durchschnittlich 30-50 Bewerbungen pro Vakanz bedeutet das, dass KMU rund 6 Millionen Bewerbungen auf solch ineffiziente Weise abwickeln – und das jährlich! Die Ausmasse der Ineffizienz werden durch den zeitlichen Mehraufwand erst richtig deutlich: rund 3 Millionen Arbeitsstunden werden so für administrative Aufwände verbraucht, die für deutlich wichtigere Aufgaben genutzt werden könnten.

Dass dies die Unternehmen teuer kommt, ist klar: das Nein zur Digitalisierung kostet sie jährlich rund 130 Millionen Franken. Ängste, Vorurteile und Unwissen sind die Hauptprobleme und falsche Vorstellungen über das effiziente Handling von solchen Prozessen bilden den Rahmen.

Umdenken erforderlich

Die Studie geht aber noch viel weiter und zeigt, dass die Unternehmen nicht nur Potenzial und viel Geld beim Bewerbermanagement verschenken, sondern dass sie allgemein nur ungenügend aufgestellt sind, wenn es um digitalisierte Prozesse in der Rekrutierung geht. Im Hinblick darauf, dass die Generationen Y und Z Kinder der Digitalisierung sind und für sie der Umgang mit diesen Technologien selbstverständlich ist, müssen Unternehmen beginnen umzudenken, wenn sie ebendiese zukünftig ansprechen möchten. Und zwar nicht erst morgen, sondern heute!

Über die Studie

Die Studie «Personalmanagement-Trends 2016» wurde vom Schweizer HR Software-Anbieter jacando in Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen KMU Verband und HR Today erstellt. Sie ist ab Mitte September kostenlos auf www.jacando.com erhältlich.



jacando AG

Güterstrasse 213 4053 Basel www.jacando.com







Swissness-Vorlage – Chance für Schweizer KMU

Gedankenanstösse für den Weg zu Ihrer spezifischen Swissness-Strategie

Swissness ist dieser Tage in aller Munde. Viele zum Teil widersprüchliche Behauptungen stehen im Raum. Auslöser für den zunehmenden Aktivismus ist die Swissness-Gesetzgebung, die am 1. Januar 2017 in Kraft tritt. Die Nervosität steigt.

Bleiben wir sachlich und beginnen beim Grundlegenden: Die Schweiz ist eine der besten Absenderadressen – sowohl fürs Inland wie weltweit. Schweizer Produkte stehen im Ruf, höchste Präzision, technische Kompetenz und Verlässlichkeit sowie Innovation zu bieten. Daraus erwächst die höchste Wettbewerbsfähigkeit und pro Kopf vierthöchste Wirtschaftskraft weltweit. Zudem wird die Schweiz als Insel der Stabilität und des Friedens wahrgenommen, die sogar etwas von heiler Welt ausstrahlt.

Das und mehr steckt im Schlagwort «Swissness». Entsprechend stark ist die Kraft, die diese Marke vermittelt. Der Trugschluss, dass mit Swissness ohne Aufwand ein signifikant höherer Preis abgeschöpft werden kann, ist so verbreitet wie gefährlich: Unsere Studie «Swissness-Tester» hat ergeben, dass in der Werbung und auf Verpackungen immer stärker auf Swissness gesetzt wird. Bei Leistung und Qualität macht man hingegen vermehrt Kompromisse und fällt gegenüber der Konkurrenz zurück. Dieses «mehr vorgeben als sein» stellt die eigentliche Swissness-Herausforderung dar. Daran droht die Anziehungskraft der Marke Schweiz zu zerbrechen – für alle.

Vor diesem Hintergrund ist die Änderung der Rechtslage für Schweizer Unternehmen Herausforderung und Chance zugleich. Als Unternehmer sollten Sie dafür drei Ebenen angehen und aufeinander abstimmen: Strategie, Recht, Kommunikation.

Als strategische Dimension verstehen

Liegt Ihre ganze Wertschöpfungskette in der Schweiz? Teile? Der Hauptsitz? Verfügen Sie über Besonderheiten, die typisch schweizerisch sind? Wie ausschlaggebend sind diese Leistungen für Ihre Kundschaft? Zentrale Stichworte sind hohe Verlässlichkeit und technische Kompetenz, das Streben nach höchster Präzision und Innovation. Das meint immer Hochwertigkeit, aber nicht zwingend Luxus. Auch Ovomaltine und Zweifel-Chips entsprechen diesen Kriterien.

Die Klärung dieser Fragen ermöglicht Ihnen, Ihre spezifische Swissness-Chance als strategische Dimension Ihres Unternehmens zu verstehen und in Entwicklungspläne einzubeziehen. Von vielen Unternehmen wird die Swissness-Chance

Swiss Made	Schweizer Tradition
+	Swiss Design
Swiss Quality	?

unterschätzt oder gar als Problem behandelt. Entwickeln Sie stattdessen eine Vorwärts-Swissness-Strategie.

Recht umsetzen lohnt sich

Die Swissness-Gesetzgebung versteht die Verwendung von Schweizer Herkunftsangaben und Schweizerkreuz quantitativ. 80% des Rohstoffgewichts von Lebensmitteln, 60% der Herstellungskosten industrieller Produkte etc. Die Qualitätsdimension wird durch die Swissness-Vorlage nicht angesprochen und entsprechend nicht gewährleistet.

Wir meinen, dass sich für Unternehmen um die Vorgaben herum aufgrund der Ausstrahlungskraft der Herkunft Schweiz fast jede Anstrengung lohnt, den notwendigen Anteil zu erreichen oder halten. Wie eine Vielzahl von erfolgreichen Unternehmen zeigt, können die anfallenden Mehrkosten durch einen notwendigen Mehrpreis aufgewogen werden, wenn konsequent auf Qualität und Leistungskommunikation gesetzt wird. Kunden kaufen nicht, weil das Kreuz drauf ist, sondern weil mehr drin ist.

Lino Helbling, Projektleiter bei Swiss Brand Experts

Präzise kommunizieren

Kommunikation sollte für Leistung und dahinterstehende Swissness den Markt machen: Was können Produkt oder Dienstleistung genau? Was ist der besondere Nutzen? Was steckt dahinter? Wieviel und wieso aus der Schweiz? Schweizer Unternehmen tun und bieten vielfach in entscheidenden Details Besseres. Es gilt, diese betriebsintern oft als selbstverständlich wahrgenommenen Elemente zu orten, sie zu vermitteln und zu erklären – denn darin liegt der Mehrwert, dahinter stehen umgekehrt die Mehrkosten.

Der Grundsatz der leistungsorientierten Kommunikation gilt auch für Unternehmen, die sich gegen das Erreichen der Swissness-Vorgaben entscheiden. Unternehmen können in geeigneter, nicht missverständlicher Form jede Art, jeden Umfang von Schweiz-Wertschöpfung kommunizieren: Entwickelt, geprüft, designt in der Schweiz. Bestandteile, Engineering oder Know-How aus der Schweiz. Präzise Kommunikation gewinnt an Bedeutung.

Gewichten und entwickeln Sie Ihre Swissness strategisch, je mehr desto besser. Und setzen Sie Swissness kommunikativ glaubwürdig in Wert. Diese Formel stärkt Ihre Marke wie die Marke Schweiz.

Thomas Harder und Lino Helbling

Swiss Brand Experts
Technoparkstrasse 1
8005 Zürich
Telefon 044 445 24 44
info@swissbrandexperts.ch
swissbrandexperts.ch



Thomas Harder, Inhaber Swiss Brand Experts



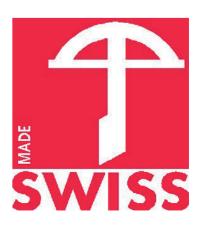
Seit über 35 Jahren entwickelt CBS für Schweizer Anforderungen ganzheitliche OPTIME Software-Lösungen:

- Handel und Fabrikation ERP / PPS / CRM
- Service, Schul- und Kursverwaltungen, E-Government
- Direkter Kontakt zum Hersteller
- Produkt und Qualität aus der Schweiz
- Bester Schutz gegen Hacker Angriffe durch binäre Speicherung von Office-Produkten in der Datenbank

CBS GmbH Im Büntli 197 5462 Siglistorf

Tel: 056 243 15 22

Mail: info@cbs-computer.ch





Der Vorsorgeauftrag

→ A. Was versteht man unter einem Vorsorgeauftrag?

Ein Vorsorgeauftrag ist eine spezielle Vollmacht im Sinne von Art. 360 ff. ZGB und regelt für den Fall der Urteilsunfähigkeit die Personen- und Vermögensvorsorge, sowie die Vertretung im Rechtsverkehr. Jede urteilsfähige Person kann mit einem Vorsorgeauftrag sicherstellen, dass eine vertraute Person oder ein Familienmitglied im Falle der Urteilsfähigkeit (hervorgerufen bspw. durch Unfall, plötzliche schwere Krankheit oder Altersschwäche) ihre Angelegenheiten regeln kann. Damit kann verhindert werden. dass teure und aufwändige Massnahmen der KESB zur Anwendung gelangen.

→ B. Wie erstelle ich einen Vorsorgeauftrag?

Das Gesetz gibt zwei Möglichkeiten, wie ein Vorsorgeauftrag erstellt werden kann: Gemäss Art. 361 ZGB kann dieser von Anfang bis Ende von Hand geschrieben, datiert und unterzeichnet werden oder er wird erstellt durch öffentliche Beurkundung durch einen Notar.

→ C. Was kann ich in einem Vorsorgeauftrag regeln?

Mit einem Vorsorgeauftrag kann die Vertretung im Personen-, Vermögens- und Rechtsverkehr geregelt werden. Ich kann entweder eine Person für die gesamte Vertretung einsetzen, ich kann aber auch verschiedene Personen für die verschiedenen Bereiche bestimmen. Darüber hinaus kann ich regeln, welche Kompetenzen diese Personen haben sollen. D.h. ich kann detailliert regeln, wer, was und wann für mich tun darf. Darüber hinaus kann ich für den Fall, dass die gewählte Person ihr Amt nicht antreten kann oder will, Ersatzbeauftragte bestimmen.

Klassischerweise bestimme ich, wer wie mein Alltagsleben regeln soll, wie z.B. Öffnen und Verarbeiten der Post oder Zahlung der Rechnungen, wo ich wohnen will, wie und wo ich im Ernstfall, d.h. wenn ich nicht mehr selbst für mich sorgen kann, gerne untergebracht werden möchte, wie ich gepflegt werden möchte, was mit meinem Vermögen geschehen soll usw. Auch geregelt wird in der Regel, ob und wie der Beauftragte entschädigt werden soll.



→ D. Worin liegt der Unterschied, wenn ich keinen Vorsorgeauftrag habe?

Wenn kein Vorsorgeauftrag vorliegt und der Fall der Urteilsunfähigkeit eintritt, bestimmt die KESB, wer mich wann und wie vertreten darf. Ich selbst habe keinen Einfluss darauf. Die KESB legt auch fest, wie die Entlöhnung - welche dann vom Vermögen der urteilsunfähigen Person, also von meinem Vermögen abgezogen wird - aussieht. Will man das verhindern, muss man einen Vorsorgeauftrag erstellen.

Wenn Sie den Fall einer möglichen Urteilsunfähigkeit in die eigenen Hände nehmen wollen, dann raten wir Ihnen dringend zur Errichtung eines Vorsorgeauftrages. Unsere zwei Notare stehen Ihnen dazu gerne zur Seite.

Lichtsteiner Rechtsanwälte und Notare

Baarerstrasse 10 Postfach 4545 6304 Zug Telefon 041 726 90 00 info@lilaw.ch, www.lilaw.ch Ein Vorsorgeauftrag ermöglicht es Ihnen, für den Fall Ihrer Urteilsunfähigkeit selbst zu regeln, wer welche Vertretungsbefugnisse erhalten soll. Die Kindes- und Erwachsenenschutzbehörde («KESB») ist in diesem Fall grundsätzlich nur noch dafür zuständig, den Vorsorgeauftrag zu validieren, d.h. zu prüfen, ob dieser gültig errichtet worden und die eingesetzte Person für ihre Aufgaben geeignet ist. Wenn Sie keinen Vorsorgeauftrag haben, bestimmt die KESB, wer Ihre Personen- und Vermögensvorsorge übernehmen und Sie im Rechtsverkehr vertreten soll.



N. Eagerschwiler MLaw Rechtsanwältin und MLaw, Rechtsanwalt und



Ch. Blättlei

Spezialist für elektrophysikalische Haus-, Keller-, Gebäude-Trockenlegungen

Wir sind spezialisiert auf elektrophysikalische Mauer-, Keller- und Haus-Trockenlegungen. Unsere Systeme arbeiten nach dem Prinzip der Elektrophorese und Elektroosmose mit dem Patent Drymat®-System www.drymat.ch mit Anoden und Kathoden - bauwissenschaftlich anerkannt. Auch dicke Mauern z.B. von Kirchen und Schlössern sind elektrophysikalisch trockenlegbar.

Aber auch elektrophysikalische Drymat®Installationen (10 Jahre Gerätegarantie sowie Erfolgsgarantie), als berührungsloses System (Impulsgeber) zur Trockenlegung sind seit Jahren und weiterhin sehr erfolgreich.

- Alle Bereiche der Trocknungstechnik und Lösungen sind Herausforderungen für uns und unsere Partner!
- Lüftungslösungen und verträgliche Klimalösungen sind ein wichtiger Bereich.
- Wir sind Grammer® Solar Partner und führen Montagen von Grammer®-Twin-Solar-Luft Kollektoren und anderen Lüftern mit Wärmetauschern zur automatisierten Hauslüftung/Zusatzheizung und Kellerlüftung durch.



Baubiologische Tätigkeiten durch uns oder unsere Partner:

- Feuchteanalysen, Wärmebildanalysen Solardachproblemfindung Elektroproblemfindung mit FLUKE HT
- Inspektionsanalysen, Mauerwerksdiagnostische Analysen für Private, Körperschaften und Amtsstellen, mit mobilem Labor und verschiedensten Messinstrumenten durch den Bautechniker/Sachverständigen.
- Gutachten bei Bauschäden, Feuchteschäden, Pilzbefall und Radon.
- Elektrosmogmessungen, und professionelle Elektrosmog-Entstörung ganzes Spektrum durch den Spezialisten.
- Der umfassende Bereich von Hausharmonisierung: Schlafplatz, Wohnung, Haus, MFH, Ställe, Bauten und Grundstücke.
- Wasserkatalysatoren als Kalkschutz,
 Rostschutz und Vitalizer für Wohnungen
 Häuser, Gewerbe und Industrie und
 Landwirtschaft.

Wir freuen uns sehr auf Ihre Offertanfrage oder Auftrag! Besten Dank!



Haustrocknung.ch GmbH

Baubiologie Bigler Spezialist für elektrophysikalische Haus- Keller-, Gebäude-Trockenlegungen Telefon 079 367 20 30 info@haustrocknung.ch www.haustrocknung.ch www.assechementmaison.ch www.baubioA.ch

Für schwierige Fälle – Die Lösung dank Titan-Anoden / Kathoden-Installation

Drymat®-Systeme Schweiz Trocknungs- und Lüftungslösungen Grammer®-Solar-Lüftungs-Heizung Radonlösungen





Transport-Dienstleistung bei Einschränkung der Mobilität infolge Füherausweis-Entzug

Mein Führerausweis. Was bedeutet Mobilität? Stellen Sie sich vor, sie müssen Ihren Führerausweis abgeben? Wie komme ich in dieser Zeit (Einschränkung der Mobilität) an meinen Arbeitsplatz, zu meinen Kunden? Habe ich die Möglichkeit mit dem öffentlichen Verkehr zur Arbeit und Kunden zu gelangen? Fährt mich jemand aus dem Familien- oder Freundeskreis?

All diese Fragen beschäftigen Sie heute nicht. Sie sind in der glücklichen Lage und haben Ihren Führerausweis sicher in der Tasche. In der Schweiz liegt der durchschnittliche Arbeitsweg bei 28 km. Je nach Arbeitgeber besteht die Möglichkeit, 1–2 Tage pro Woche im Homeoffice zu arbeiten.

Aber was denken Sie? Wie wäre es bei Ihnen als Leser dieses Artikels, wenn Sie wegen einer Verkehrsegelverletzung Ihre Mobilität für eine gewisse Dauer verlieren? Erlaubt Ihr Arbeitgeber von zu Hause aus zu arbeiten? Wie gelangen Sie als Vertreter/Handwerker zu Ihren Kunden? Wie transportieren Sie Ihre Werkzeuge und Hilfsmittel?

Seit 2 Jahren beschäftigen wir uns mit diesem Thema «Einschränkung der Mobilität». Wir haben einige Personen befragt und die Antworten ausgewertet. Die meisten gaben an, im Familien- und Freundeskreis eine Lösung zu suchen, die Benützung der öffentlichen Verkehrs zu prüfen oder gar einen pensionierten Chauffeur anzustellen.

Soweit so gut. Ist Ihr Partner bereit, Sie jeden Tag von Luzern nach Zug zu fahren und am Abend wieder abzuholen? Verschiebt Ihr Kollege seinen Australien-Urlaub, seinen militärischen/zivilischen Wiederholungskurs, damit Sie an Ihren Arbeitsplatz kommen? Und dies für die nächsten 3 Monate? Wenn Sie einen solchen Partner oder Freunde haben die das tun, dann können Sie von Glück reden, solch eine Person in Ihrem Umfeld zu haben.

Wie sieht es aus, wenn ich als Vertreter/Handwerker usw. den ganzen Tag unterwegs bin?Hier gilt zu beachten, dass aus rechtlicher Sicht die Arbeits- und Ruhezeit des eingesetzten Chauffeur eingehalten werden müssen. Da es sich um einen berufsmässigen Personentransport (BPT) handelt, müssen die nötigen Ausweise vorhanden sein und die Vorschriften eingehalten werden. In unserer Umfrage haben wir bei mehr als 90% der selber organisierten Fahrer (i.d.R. Pensionierte), das Fehlen dieser Ausweise und Vorgaben festgestellt. Der durchschnittliche Tagesansatz für einen Chauffeur, wurde mit CHF 300.–/Tag errechnet.



Unser Ziel ist es, eine vernünftige Transport-Dienstleistung bei Einschränkung der Mobilität infolge Führerausweis-Entzug anzubieten. Wir bieten zur Zeit zwei Angebote an. Wir bringen Sie von Zuhause an den Arbeitsplatz und nach getaner Arbeit wieder nach Hause. Für Vertreter/Handwerker oder Personen die den ganzen Tag unterwegs sind, bieten wir zudem einen Chauffeur an, der den ganzen Tag zu Ihrer Verfügung steht. Somit sind Ihre Besuche und Aufträge vor Ort beim Kunden garantiert. Wir arbeiten mit professionellen Transportunternehmen und Chauffeuren zusammen. Alle unsere Chauffeure haben die nötigen Ausweise, um berufsmässige Personentransporte (BPT) auszuführen.

Was als gemeinnütziger Verein im 2015 begonnen hat, wird zur Zeit in eine Genossenschaft umgewandelt. Der Name der neugegründeten Genossenschaft heisst «LIUNOS» mit Sitz in 6460 Altdorf/UR.

Liunos Genossenschaft

Steinmattstrasse 28 6460 Altdorf/UR Telefon 041 870 28 22, Mobile 078 824 28 22 office@liunos.ch, www.liunos.ch



Gerne unterbreiten wir Ihnen als Leser und Abonnenten der Zeitschrift «**Erfolg**» unsere Dienstleistungen im ersten Jahr zu folgenden Spezialkonditionen:

Angebot 1 Wohnort-Arbeitsort-Wohnort

CHF 300.– CHF / Jahr (exkl. MwSt.) (Anstatt CHF 600.–/ Jahr) CHF 1200.–/ Jahr (exkl. MwSt.) (Anstatt CHF 1800.–/ Jahr)

Wohnort-Arbeitsort-Kundenbesuche-Arbeitsort-Wohnort

Ihr Rabatt Code lautet «ERFOLG2016». Die Aktion ist bis am 31. Dezember 2016 gültig.

Antrag auf folgendem Link ausfüllen:

Angebot 2

www.policenverwaltung.ch/fuehrerausweis.html Rabatt Code nicht vergessen und absenden.

Weitere Angaben finden Sie unter **www.liunos.ch**. Bei Fragen stehen wir Ihnen unter der Telefonnummer 041 870 28 22 oder per E-Mail: office@liunos.ch gerne zur Verfügung.







MEHR LIQUIDITÄT DANK SICHERSTELLUNG VON AUSSTEHENDEN ZAHLUNGEN IHRER KUNDEN

Ihre Vorteile als SKV-Mitglied

- Kostenlose Erstberatung
- Reduktion der Erfolgsprovision um 5% beim Erstauftrag
- M.A.H. arbeitet auf reiner Erfolgshonorarbasis; es entstehen bis zum erfolgreichen aussergerichtlichen Abschluss eines Falles keine Kosten
- Vertretung durch ein etabliertes und zuverlässiges Schweizer KMU, welches die Bedürfnisse von KMUs bestens kennt
- Erstklassiger Service dank unserem mehrsprachigen und hochqualifizierten Team, alle mit Universitätsabschluss
- Effizienzsteigerung und Risikominimierung durch eine langfristige Zusammenarbeit mit M.A.H.
- Erfolgreiche Konfliktbeilegung und Forderungseintreibung in über 112 Ländern auf allen 5 Kontinenten
- Partneragenturen garantieren lokale Präsenz im Land des Schuldners
- Erhöhung von Rückfluss an investiertem Kapital durch effektives Forderungsmanagement

Detaillierte Informationen finden Sie unter www.mah-international.com

Für eine kostenlose Erstberatung kontaktieren Sie bitte Melina Schuler, Business Development Manager, Tel. 041 618 30 54, Fax 041 620 90 26, E-Mail: m.schuler@mah-international.com







Pressemeldung

Geringer Aufwand, geringe Kosten, hoher Erfolg

Die Verbreitung von Presseartikeln ist gerade für kleinere Firmen oftmals wesentlich erfolgreicher als die beste Webseite. Die richtige Meldung bringt eine sehr hohe Präsenz und hat gezieltere Reaktionen.

Dass dies günstig, ja sogar gratis geht, zeigt die Plattform

http://www.kmu-pressedienst.ch

creditworld – Die Finanzierungsalternative der KMU

Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) gelten als Rückgrat der Schweizer Volkswirtschaft. Für die Unternehmer Kai Ren, Philipp Schneider und Nicolas Meier stehen die KMU symbolisch für eine regional-verwurzelte und dynamische Schweizer Wirtschaft, bei der die vermeintlich «Kleinen» den Unterschied ausmachen.

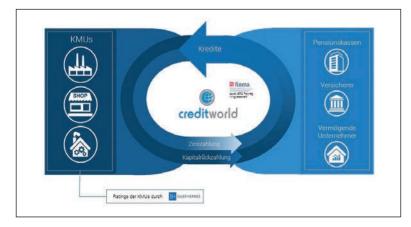
Sie leisten einen wichtigen Beitrag zum Schweizer Wohlstand. Um die KMU und damit auch den Schweizer Wirtschaftsstandort zu unterstützen, haben Ren, Schneider und Meier den ersten Online-Marktplatz für KMU Finanzierungen in der Schweiz gegründet. Auf creditworld.ch bieten sie Finanzierungslösungen für KMU an, indem sie das Unternehmen direkt mit privaten und insbesondere professionellen Investoren zusammenbringen und sie während dem gesamten (Re-)Finanzierungsprozess unterstützen und begleiten. Mit diesem direkten Ansatz entstehen interessante Möglichkeiten gegenüber der klassischen Bankfinanzierung. Einerseits sind dies attraktivere Zinskonditionen für KMU und andererseits sind die Vertragsbedingungen fair und transparent ausgestaltet. Die Vertragsbeziehung entsteht dabei direkt zwischen dem KMU und dem Investor. Dies kann insbesondere auch für KMU interessant sein, welche von der Bank ungenügend bedient werden oder eine bestehende Finanzierung zu attraktiveren Konditionen ablösen möchten.

Banken vernachlässigen KMU

Regulatorische Veränderungen und Verschärfungen sind verantwortlich, dass es für Banken immer schwieriger wird, KMU zu bedienen. Im aktuellen Umfeld mit niedrigen Zinsen sind kleinere Darlehensbeträge für die Banken nicht mehr kostendeckend. Aus diesem Grund ziehen sich Banken vermehrt aus dem KMU-Finanzierungsgeschäft zurück. Gleichzeitig ist jedoch die Kreditnachfrage der KMU in den letzten Jahren markant gestiegen. Diese Entwicklung kann dazu führen, dass KMU ihre unternehmerischen Pläne nicht umsetzen können, weil die entsprechenden finanziellen Mittel fehlen. Investitionen in Wachstum und die Belegschaft müssen dabei unter Umständen eingeschränkt werden. Da eine grosse Mehrheit der Schweizer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer bei KMU angestellt sind, kann diese Kreditknappheit mittelfristig auch Auswirkungen auf die Beschäftigungssituation in der Schweiz haben.

Es profitieren beide Seiten

Die Plattform creditworld erlaubt bedeutende Kostenersparnisse im Vergleich zum klassischen Bankfinanzierungsmodell und Effizienzgewinne sowohl für Kreditgeber wie auch für Kreditnehmer. Der Grund: Der Kredit wird nicht über eine Bank abgewickelt. Auf ein kostenintensives Filialnetz sowie hohe Personalkosten kann verzichtet werden. Wegen der





Von links nach rechts: Kai Ren, Philipp Schneider, Nicolas Meier

direkten vertraglichen Beziehung zwischen Kreditgeber und -nehmer fallen auch keine Eigenmittelkosten an. Dadurch ergeben sich für beide Seiten marktgerechte Zinssätze. Während KMU tiefere Zinsen zahlen, erhalten die Investoren für das eingegangene Risiko eine höhere Rendite als auf Ihrem Sparkonto oder bei der Investition in andere Schweizer Obligationen. Bei Bedarf werden die Unternehmen während der Transaktion von creditworld begleitet. Auch sonst unterstützt creditworld KMU bei Finanzierungsfragen. Es lohnt sich deshalb rechtzeitig vor einem (Re-) Finanzierungs-Event mit creditworld für eine kostenlose Evaluation der Situation in Kontakt zu treten.

Interessenkonflikte werden vermieden

Die Finanzkrise 2007 hat gezeigt, welche Auswirkungen Interessenkonflikte bei der Risikobewertung (Ratings) von Finanzanlagen haben. Bei gegenseitigem Einfluss von Emittenten und Vermittlern können Urteilsvermögen und Wahrheitsempfinden bei der Beurteilung des Risikos der Transaktion schwächeln. Insbesondere wenn gar keine Trennung von Analysetätigkeit und Vermittlungsprozess vorhanden ist. Aus diesem Grund stammen die Ratings bei creditworld von der Allianz-Tochter Euler Hermes. Dabei handelt es sich um einen externen und unabhängigen Partner von creditworld. creditworld ist damit die einzige Plattform mit einem externen und unabhängigen Rating ohne Interessenkonflikte in der Schweiz.

Gelungener Anfang

Ren, Schneider und Meier betreiben die Plattform creditworld seit Anfang Jahr. Seither konnte über die Plattform bereits ein Gesamtvolumen von 6.3 Mio. Franken vermittelt werden. Weitere interessante Projekte sind in der Vorbereitung oder bereits auf der Plattform aufgeschaltet.

Das vermittelte Kreditvolumen bezeugt, dass sowohl KMU wie auch Investoren die alternative Finanzierungsmöglichkeit von creditworld schätzen.

creditworld AG

Rüdigerstrasse 11, 8045 Zürich, Telefon 044 520 9959 ps@creditworld.ch, www.creditworld.ch

Auf der Zielgeraden

Noch im Herbst wird das Parlament abschliessend über die Energiezukunft der Schweiz beraten. Die Energiestrategie 2050 geht in die letzte Runde. Bereits melden sich die Ewiggestrigen zu Wort und künden das Referendum an. Gut so. Sie werden ihr blaues Wunder erleben, wenn eine grosse Mehrheit der Schweizer Bevölkerung sich dereinst hinter den Aufbau eines sicheren, unabhängigen und bezahlbaren Energiesystems stellen wird.

5 Jahre ist es mittlerweile her, als der Bundesrat beschlossen hat, aus der Kernenergie auszusteigen und Schritt für Schritt ein neues, modernes Energiesystem aufzubauen, 5 Jahre lang wurde geforscht, debattiert und gestritten. Was ursprünglich als grosser Wurf daherkam, ist heute ein bescheidenes Paket an ersten Massnahmen geworden. Weitere solche Pakete müssen mit Bestimmtheit folgen. Was aber wertvoll ist an dieser mehrjährigen Energiedebatte, ist der Grundsatzentscheid, dass das alte Energiesystem keine Zukunft hat und ersetzt werden muss. Fossile und nukleare Kraftwerke sind schlecht fürs Klima, zu gefährlich für unsere Bevölkerung und vor allem bei weitem nicht mehr bezahlbar. Das haben viele, die entscheiden müssen, gelernt und begriffen. Noch fehlt aber leider heute ebenso vielen der Mut, sich konsequent und zielstrebig an die Umsetzung dieses Generationenprojektes zu wagen. Dabei braucht es mittlerweile gar nicht mehr Mut als erste Tugend, sondern es reichen bereits ein gesunder Menschenverstand und eine kleine Portion an ökonomischer Vernunft.

Reaktion bleibt nicht aus

Jeder Wandel hinterlässt immer Gewinner und Verlierer. Diejenigen, die verlieren, klammern sich möglichst lange am Status quo fest. Das ist auch in der Energiepolitik nicht anders. Verfechter der Kernenergie, die in der Zwischenzeit ins Alter gekommen sind, proklamieren lautstark eine Technologie, die wirtschaftlich nicht mehr rentiert, technologisch unverantwortbare Restrisiken mit sich trägt und die gesellschaftlich längstens keine Akzeptanz mehr findet. Aber wie heisst es so schön: Altersweisheit schützt vor Torheit nicht.

Allen Widerständen zum Trotz – die Transformation unseres Energiesystems ist nicht mehr aufzuhalten. Der Grossteil der Gelder, die in Energieinfrastrukturanlagen investiert werden, wird in den Bereichen der erneuerbaren Energien und der Energieeffizienz getätigt. Das Kapital sucht nach Rendite. Die Kernkraft liefert sie nicht mehr. Im Gegenteil. Die Betreiber von

Beznau I+II, von Gösgen und Leibstadt kämpfen ums Überleben. Alpiq sucht händeringend nach einer Lösung für ihre Altlasten. Firmen aber, die wie die BKW den Ausstieg aus der Kernenergie beschlossen haben und in die neue Energiewelt investieren, sind gesund und kommen vorwärts. Der Kluge erkennt die Veränderungen und nutzt sie als Chancen. Der Ewiggestrige verharrt im Status quo und wird scheitern.

Ein Makel bleibt

Das erste Massnahmenpaket der Energiestrategie 2050 sah ursprünglich eine Anpassung des Kernenergiegesetzes vor. In der parlamentarischen Beratung kam eine Mehrheit zum Schluss. dass in der Schweiz keine neuen Kernkraftwerke mehr gebaut werden und dass die bestehenden Anlagen solange laufen sollen, wie sie sicher sind. Aus Sicht der AEE SUISSE ist der Entscheid zum Betrieb der bestehenden Kernkraftwerke unbefriedigend. Der schrittweise Aufbau einer neuen Energieinfrastruktur braucht ausreichend Planungs- und Investitionssicherheit. Dazu gehört auch die Gewissheit über den Zeitpunkt, bis wann zentrale Elemente der bisherigen Energieversorgung ersetzt werden müssen. Leider ist dieser Zeitpunkt nicht definiert worden. Die AEE SUISSE ist der Überzeugung, dass bereits heute genügend erneuerbare Kapazitäten verfügbar sind oder verfügbar gemacht werden können, um alte Energieanlagen schrittweise vom Netz zu nehmen. Dabei spielt die heimische Wasserkraft weiterhin eine zentrale Rolle. Gleichzeitig müssen die grossen Potenziale der Energieeffizienz konsequent ausgeschöpft werden. Wir unterstützen deshalb im Grundsatz das Konzept eines geordneten Ausstiegs aus der Kernenergie, weil es eine wichtige Bedingung für stabile und verlässliche Rahmenbedingungen ist. Viele Unternehmungen und Mitglieder der AEE SUISSE sehen in der am 27. November 2016 zur Abstimmung kommenden Initiative für den geordneten Ausstieg das richtige Konzept, andere verweisen auf alternative Lösungsansätze. Welcher Plan sich schlussendlich durchsetzen wird, werden wir alle an der Urne entscheiden dürfen. Sicher aber ist: die neue Welt kommt und sie lässt sich nicht mehr aufhalten.

Stefan Batzli, Geschäftsführer AEE SUISSE Dachorganisation der Wirtschaft für erneuerbare Energien und Energieeffizienz, www.aeesuisse.ch

Über die AEE SUISSE

Die AEE SUISSE vertritt als Dachorganisation der Wirtschaft für erneuerbare Energien und Energieeffizienz die Interessen von 22 Branchenverbänden und deren rund 15'000 Mitgliedern, der Unternehmungen und der Energieanbieter aus den Bereichen erneuerbare Energien und Energieeffizienz. Ihr Ziel ist es, die Öffentlichkeit und Entscheidungsträger zu informieren, für eine nachhaltige Energiepolitik zu sensibilisieren und sich aktiv an der Gestaltung der wirtschaftlichen und energiepolitischen Rahmenbedingungen auf nationaler und regionaler Ebene zu beteiligen.

www.aeesuisse.ch



Pokémon Go: Den Hype fürs eigene Marketing nutzen



Gabriela Frei Gees, eidg. dipl. Marketingleiterin, Dozentin für Marketing & Kommunikation, Expertin für Strategisches Marketing, Positionierung & Unternehmenssprache

Die Zahl der Pokémon-Go-Spieler steigt und steigt. Keine App wurde im App Store von Apple innerhalb einer Woche häufiger heruntergeladen als Pokémon Go. Weltweit machen sich Unternehmen diesen Spieltrend bereits erfolgreich für ihr Marketing zunutze.

Pokémon Go ist ein Augmented-Reality-Game, bei dem sich Spieler in ihrer natürlichen Umgebung bewegen, um die kleinen Pokémon-Monster zu sammeln. Mit gezielten Pokémon-Aktionen locken Unternehmen Spieler in ihre Ladengeschäfte, Restaurants oder auf das Firmengelände, um auf sich aufmerksam zu machen und dabei von einem positiven Imagetransfer des Spiels zu profitieren. Eine gute und vor allem kostengünstige Marketingmassnahme, wenn die Pokémon-Spieler der eigenen Zielgruppe entsprechen. Das Trendspiel von Nintendo, welches erstmals 1996 erschienen ist, zieht nämlich nicht nur Kinder und Jugendliche an, sondern packt Menschen aus den verschiedensten Schichten und Berufen zwischen 20 und 35 Jahren.

Das Spiel bedient sich dem Entdeckerdrang des Menschen, indem den Spielern ihre Stadt, ihr Dorf oder ihr Arbeitsweg als Spielwelt geboten und ihnen ein neuer Blick darauf gewährt wird. Die wirkliche Welt mit digitalen Objekten zu ergänzen und dabei die Grenzen zwischen real physisch erfahrbarer und virtueller Welt zu verwischen, fasziniert die Menschen. So fangen Pokémon-Spieler Phantasiewesen, während Unternehmen den Hype nutzen, um auf Kundenjagd zu gehen.

Wer Pokémon Go für sein Unternehmensmarketing nutzen will, sollte schnell reagieren. Es gibt – gerade auch für kleinere Unternehmen – diverse Möglichkeiten, auf den Zug aufzuspringen. Die folgenden drei eignen sich ideal, um Menschen beispielsweise in eine Bäckerei, eine Pizzeria, ein Kleidergeschäft oder einen Möbelladen zu locken:

- Auf den eigenen Social-Media-Kanälen und auf Facebook-Pokémon-Seiten mitteilen, welche Pokémons in der Nähe des eigenen Geschäftes bereits gesichtet wurden.
- Lockmodule einsetzen, um Pokémon-Jäger zu bestimmten Zeiten zum eigenen Geschäft zu locken.
- Gewinnspiele und Sonderrabatte für Pokémon-Spieler anbieten.

Idealerweise werden alle Möglichkeiten clever zusammen vernetzt, um den grösstmöglichen Effekt zu erzielen. Letztendlich braucht jedes Unternehmen eine konkrete Strategie, wie aus einem Pokémon-Spieler, der dank des Spiels in oder um das eigene Geschäft gelenkt wird, ein Kunde werden kann.

In der Zukunft soll es gemäss den Aussagen des Spieleentwicklers für Unternehmen noch weitere attraktive Optionen geben, um marketingtechnisch von Pokémon Go zu profitieren. Es ist also Zeit, sich mit dem Thema zu beschäftigen, wenn Pokémon Go zum Unternehmen passt und man über eine gemeinsame Zielgruppe verfügt.

Bei der ganzen Euphorie dürfen natürlich die rechtlichen Aspekte nicht ausser Acht gelassen werden. Insbesondere zu beachten sind dabei Marken- und Bildrechte. Im Internet gibt es zahlreiche Artikel dazu, die Unternehmen helfen, sich in diesen Bereichen keinen Fauxpas zu leisten



Vox Marketing GmbH Brunaustrasse 71, 8032 Zürich Telefon 044 515 68 58

info@voxmarketing.ch www.voxmarketing.ch





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

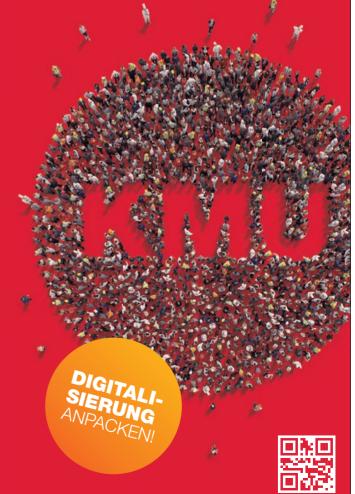
Advanced Studies der Universität Basel	-
BBP Bildung + Beratung	-
Berufsbildungszentrum Dietikon	5 % auf alle Sprach- und Informatikkurse
BWL Institut Basel	10 % Rabatt auf alle Lehrgänge für SKV Mitglieder
Coachingzentrum Olten GmbH	-
Controller Akademie Zürich	——————————————————————————————————————
CreditGate24	-
Digicomp Academy AG	-
Executive School der Universität St. Gallen	10 % Rabatt für SKV Mitglieder auf die Diplomlehrgänge WRM-HSG und MLP-HSG
Female Business Seminars	16 % Rabatt auf alle FBS für SKV Mitglieder
Institut für Kommunikation & Führung IKF	5 % Rabatt auf CAS Social Media für KMU & Management für SKV Mitglieder
LiZ-Institut – Sprachschule & Übersetzungsbüro	10 % Rabatt auf Firmenkurse und Übersetzungen
PRO LINGUIS	5 % Rabatt auf die Kursgebühren aller Pro Linguis Produkte
REFERRAL INSTITUTE	-
Rochester-Bern Executive MBA	——————————————————————————————————————
SERV Schweizerischer Exportrisikoversicherung	- -
Staufen.ag	Als SKV-Mitglied erhalten Sie 10 % Rabatt auf alle Seminare (nicht kumulierbar)
SVEB Schweizerischer Verband für Weiterbildung	-
Wirtschaftsschule KV Winterthur	-
Zfu – International Business School	Für SKV Mitglieder gibt es Sonderkonditionen bei ausgewählten Seminaren

Anzeigen



Wir sind KMU. Und du?

Mehr Infos unter: www.kmu-und-du.ch



Rochester-Bern Executive MBA Win-Win für alle Beteiligten

Wenn eine Führungskraft ein international anerkanntes Executive MBA-Programm (EMBA) besuchen möchte, so stehen Argumente wie vertieftes Managementwissen, karriereförderndes Netzwerk und prestigeträchtiger Titel im Vordergrund. Welche Vorteile aber bringt ein EMBA für den Arbeitgeber mit sich? – Ein kurzer Einblick am Beispiel des Rochester-Bern Executive MBA.

Nicht alle Unternehmer sehen es gern, wenn ihre Kadermitarbeitenden ein Executive MBA-Studium (EMBA) ins Auge fassen, vor allem in KMU. Man fürchtet die Kosten, den Zeitaufwand und die Gefahr des Abwanderns: «Sobald sie den Abschluss in der Tasche haben, gehen diese Leute ja sowieso», ist ein oft gehörtes Argument. Doch bringt der EMBA wirklich nur Nachteile für den Arbeitgeber? – Drei triftige Argumente sprechen dagegen.

Unternehmerischen Gesamtblick erwerben

«Das Rochester-Bern Executive MBA hat mir dabei geholfen, ein Unternehmer zu werden», sagt Roger Fehlmann, CEO der IBZ Industrie AG in Adliswil. Die Dozenten hätten es verstanden, die verschiedensten Aspekte des Managements unter ein Gesamtdach zu integrieren. «Heute weiss ich, wie Strategie, Organisation, Marketing, Führung und Finanzen harmonisch zusammenspielen – und das alles im Kontext des nationalen

und internationalen ökonomischen Umfeldes», ergänzt Fehlmann. Dieser Gesamtblick helfe ihm, seine Rolle in einer herausfordernden Wirtschaftslage wahrzunehmen.

Unter Druck gute Ergebnisse erzielen

Doch nicht nur das ganzheitliche Verständnis des Geschehens im und um das Unternehmen herum lernt man im EMBA-Programm. Auch die persönliche Arbeitsweise ändert sich im Studium. «Im Rochester-Bern Executive MBA habe ich meine Fähigkeit vertieft, unter Druck zu guten Ergebnissen zu gelangen», sagt Holger Erhardt, COO bei der Firma Reishauer in Wallisellen. Doch es gehe um weit mehr als nur die Steigerung der eigenen Effizienz. «Im Programm habe ich mit Leuten aus den verschiedensten Branchen und Ländern zusammengearbeitet», fügt Erhardt hinzu. In solchen Teams erwerbe man Führungsfähigkeiten, die auch dem Arbeitgeber nützen würden.

Neues Wissen gezielt anwenden

Neben dem unternehmerischen Gesamtblick und der Verbesserung von Effizienz und Führung bringt ein EMBA-Programm aber auch neue Erkenntnisse ins Unternehmen. «Das Rochester-Bern Executive MBA fördert gezielt den Wissens-Transfer», sagt Claudio Loderer, Akademischer Direktor von Rochester-Bern Executive Programs. In Projekt- und Prüfungsarbeiten

übertrügen die Teilnehmenden das Gelernte auf Situationen in ihrem Arbeitsumfeld, mit direktem Nutzen für ihr Unternehmen. «Die Arbeiten werden von den Dozenten begleitet», ergänzt Loderer. Viele der Ideen würden später 1:1 umgesetzt. In solchen Fällen sei eine Art Consulting für das Unternehmen in den Programmkosten inbegriffen.

Die Kurz-Analyse zeigt, dass der Weiterbildungswunsch von Kadermitarbeitenden durchaus Vorteile für den Arbeitgeber im KMU mit sich bringen kann. Dies gilt umso mehr, wenn ein Unternehmen das Studium als Teil eines Karriereplans betrachtet und dem EMBA-Absolventen nach dem Abschluss zusätzliche Verantwortung überträgt oder den nächsten Karriereschritt wenigstens in Aussicht stellt. Spätestens dann gewinnen beide, Führungskraft und Unternehmen.

www.rochester-bern.ch

Das Rochester-Bern Executive MBA wird seit 1995 von den Universitäten Rochester (New York, USA) und Bern angeboten und zählt zu den Top-Programmen in der Schweiz. Parallel zu ihrem Beruf erwerben die Teilnehmenden in 18 Monaten theoretisches und praktisches Managementwissen auf höchstem Niveau sowie zwei Universitätsabschlüsse. Zu den Stärken des Programms gehören die international ausgewiesenen Dozierenden und die auf die Bedürfnisse von Führungskräften abgestimmte Methodik (Anwendbarkeit). Die objektive Qualität wird gesichert von AACSB International (Association to Advance Collegiate Schools of Business, Institution für das Qualitätsmanagement von Aus- und Weiterbildungsinstitutionen).





Die internationale Lean Management Beratung zur Entwicklung von Unternehmen und deren Mitarbeitern. Mit unserem Ansatz ,Sehen. Lernen. Handeln. Leben.' qualifizieren wir Ihre Mitarbeiter nachhaltig in den Bereichen Operational- und Leadership Excellence.

STAUFEN.

www.staufen.ag/akademie



Erfolgreiche Führung von Nonprofit-Organisationen

Nonprofit-Organisationen (NPO) sind wesentliche Pfeiler der Zivilgesellschaft und als solche haben sie eine Schlüsselstellung, was die zukünftige Entwicklung unserer Gesellschaft als Ganzes betrifft. Das Management von NPO unterscheidet sich in vielen Dimensionen von dem gewinnorientierter Unternehmen. Das Center for Philanthropy Studies (CEPS) der Universität Basel bietet seit über sieben Jahren Bildungsangebote für Führungskräfte gemeinnütziger Organisationen an.

Der sogenannte Dritte Sektor ist zwischen Staat und Unternehmen angesiedelt. Er ist ein Sammelbegriff für alle Organisationen, die einer sozialen, kulturellen oder ökologischen Zielsetzung folgen. In der Mehrzahl handelt es sich dabei um Vereine oder Stiftungen, darunter sehr verschiedene Organisationen wie z.B. operative Pflegeheime, Umweltverbände, Theater, soziale Hilfswerke, Förderstiftungen oder auch Wirtschaftsverbände. Trotz dieser Vielfalt haben sie ein verbindendes Element: Sie handeln primär wertorientiert. Man spricht daher auch von einer Sachzieldominanz. Dies bedeutet, dass die Führung der NPO (neben der finanziellen Nachhaltigkeit) auf die effektive Erreichung des ideellen Organisationszwecks ausgerichtet ist.

Aus dieser Beobachtung ergibt sich eine Reihe von Herausforderungen. Die Frage stellt sich, wie Wertschöpfung und Wertorientierung miteinander in Verbindung gebracht werden können. Antwort darauf gibt das Bildungsangebot des Center for Philanthropy Studies (CEPS) der Universität Basel. Das CEPS wurde 2009 auf Initiative des Dachverbands Schweizer Förderstiftungen SwissFoundations gegründet. Seit dem hat sich das Institut in Forschung, Beratung und der Weiterbildung von gemeinnützigen Organisationen schweizweit einen Namen gemacht. Über 500 angehende und etablierte Führungskräfte aus dem NPO-Sektor haben bereits Lehrgänge des CEPS besucht.

Diploma of Advanced Studies (DAS) in Nonprofit Management & Law

Kernelement der Weiterbildung ist der Diplomlehrgang (DAS) Nonprofit Management & Law. Dieser setzt sich aus modularen Teilkursen zusammen. Im DAS werden Management und Recht konsequent miteinander in Verbindung gebracht, um dem komplexen Arbeitsalltag von Führungskräften gerecht zu werden. Zusätzlich wird in den Kursen auf die neusten Erkenntnisse der sozialwissenschaftlichen Forschung zurückgegriffen, um das Wirken von NPO in einen gesamtgesellschaftlichen Kontext zu stellen. In allen Lehrgängen referieren Experten aus der Wissenschaft und Praxis. Ziel ist, die Teilnehmenden mit konkretem Rüstzeug für das Management ihrer Organisationen auszustatten.

Der Diplomlehrgang setzt sich aus zwei Zertifikatslehrgängen (CAS) und einem Intensiv-Lehrgang nach Wahl zusammen (siehe Graphik). Der CAS Nonprofit Governance & Leadership konzentriert sich auf Themen des strategischen Managements und der Organisationsentwicklung. Im CAS Kommunikation & Wirkungsmessung in NPO lernen die Teilnehmenden, wie sie ihre NPO anspruchsgruppen- und marktorientiert ausrichten können. Über die Vermittlung von Methoden der Wirkungsmessung werden die Teilnehmenden dazu befähigt, die eigenen Programme und Dienstleistungen in Bezug auf ihre Effektivität hin zu beurteilen und ggf. entsprechende Änderung in ihrem Leistungsangebot vorzunehmen.

Für das Diplom kann wahlweise einer der Intensiv-Lehrgänge in Finanzmanagement in NPO oder Stiftungsmanagement absolviert werden. Während sich erster auf Organisationen fokussiert, die auf die Einwerbung von finanziellen Mitteln über Spenden, Leistungsverträge oder eigene Leistungen angewiesen sind, so werden im Intensiv-Lehrgang Stiftungsmanagement Strategien vermittelt, wie «Geld sinnvoll ausgegeben» werden kann. Der Fokus liegt auf der

Führung von Förderstiftungen, die ihren Zweck über die Vergabe von finanziellen Mitteln an Dritte realisieren.

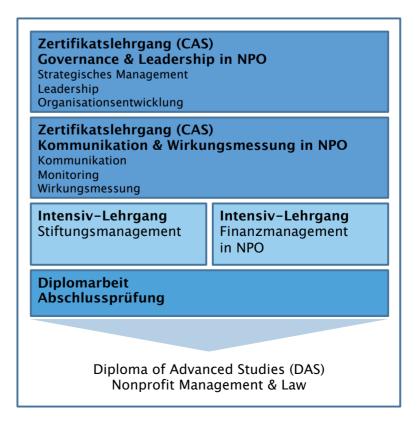
Flexibilität und Praxisbezug

Die einzelnen Lehrgägnge des DAS können jederzeit auch einzeln absolviert werden. Für die Erlangung eines Diploms der Universität Basel muss zusätzlich zu den Lehrgängen eine Prüfung absolviert und eine Diplomarbeit eingereicht werden. Die Arbeit sollte idealerweise ein konkretes Managementproblem der eigenen Organisation aufgreifen und fundierte Lösungswege aufzeigen. Ziel ist es, die Inhalte des Lehrgangs zum Nutzen der eigenen NPO anzuwenden. Für das CEPS ist die Verbindung von Wissenschaft und Praxis ein wichtiges Anliegen. Schliesslich führt eine wertbasierte Professionalisierung des Nonprofit-Sektors zu einer besseren Gesellschaft für alle.

Weitere Informationen: www.ceps.unibas.ch/weiterbildung

Center for Philanthropy Studies (CEPS) Universität Basel

Steinengraben 22, 4051 Basel Telefon 061 207 23 92 www.ceps.unibas.ch



COACHFROG

Unternehmer aufgepasst: Der Schlüssel zum Erfolg heisst Resilienz

In Zeiten der steigenden Anforderungen wird vor allem eine Fähigkeit immer wichtiger: Resilienz. Manche Menschen können besser mit Stress, Frust und Rückschlägen umgehen als andere, sie sind resilienter und - auch erfolgreicher. Die psychische Widerstandsfähigkeit ist eine wichtige Eigenschaft um dem stressigen Alltag zu trotzen und das Unternehmen zum Erfolg zu führen. Coachfrog bietet ein breites Netzwerk an qualifizierten Fachpersonen, die Sie dabei unterstützen, Ihre Resilienz zu stärken. Hier erfahren Sie Tipps von drei Resilienz-Spezialisten.

Coachfrog AG

Hardstrasse 301, 8005 Zürich Telefon 044 444 50 80 info@coachfrog.ch, www.coachfrog.ch

www.simplyyouaschilier.com





1. Finden Sie die passende Fachperson auf Coachfrog

2. Kontaktieren Sie uns per Chat oder Telefon



www.erfolg-und-motivation.net

Psst... jetzt mal ganz unter uns «Superhelden» Wer ist ihr persönlicher Coach, ihr Leistungs-Trainer? Ah, ja, verstehe - Sie brauchen das nicht, denn Sie sind ein superheldenhafter «All-In-One-Boss»! Immer vollkommen entspannt und erfolgreich, weil sie alles kontrollieren, besser wissen und können. Sie wollen diesen «Superhelden» verabschieden? Dann muss es ab sofort in erster Linie um Sie gehen! Starten Sie damit, indem Sie die Kontrolle aufaeben und Gewahrsein für das Team entwickeln. Um stressfrei, erfolgreich glücklich zu sein, wenden Sie sich vertrauensvoll an mich. Gemeinsam starten wir mit einer Standpunkt-Analyse und suchen danach die passenden Werkzeuge aus. Mein Koffer beinhaltet ein vielfältiges Repertoire aus Herz, Bauch und Verstand. Bei mir als Ihre Expertin für mehr Lebensqualität hat Ihre Persönlichkeit meine volle Aufmerksamkeit. Weitere Informationen über mich und SimplyYou finden Sie auf www.simplyyouaschilier.com.

1. Akzeptieren Sie, was geschieht. Übernehmen Sie die Verantwortung für notwendige Handlungsschritte. Die Adaptionsfähigkeit ist eine Voraussetzung, um in einer Zeit, die durch Unsicherheit und Unvorhersehbarkeit geprägt ist, zu überleben. 2. Zuversichtliche Einstellung und Gelassenheit. «Shit happens» – die Frage ist, wie Sie damit umaehen, ohne desweaen unverbesserlicher Optimist zu sein. Ihr Mind-Set bestimmt, wie Sie mit schwieriaen Situationen umaehen. 3. Erinnern Sie sich an positive Erfahrungen. Das mentale Abspeichern von Erfolgen fördert das Selbstvertrauen. 4. Was sind Ihre Werte und Ziele? Was möchten Sie im Leben erreichen? Welche Werte in Familie, Beziehung und in der Arbeit sind Ihnen wichtig? Nehmen Sie das als Orientierungsrahmen für Ihr Leben. 5. Trainieren Sie Ihre Fähigkeit, Probleme zu lösen. Arbeitstechniken wie die Entscheidungsmatrix oder der morphologische Kasten können helfen, die geeignete Lösung zu finden. Mein Coaching wird Sie im Gedankenmanagement, in Ihrer Resilienz stärken.



Wünschen Sie sich und Ihren

Mitarbeitern mehr Gesundheit?

ALS SKV-Mitglied erhalten Sie bei Coachfrog 10%

auf Firmenangebote

www.a-change.ch

Für resiliente Führungskräfte sind Krisen und Stressoren Herausforderungen und Anlass zur persönlichen Weiterentwicklung. Neben der Förderung der eigenen Resilienz ist es für Leader wichtig, auf die Resilienz des Teams zu achten. Zehn wichtige Schritte/Faktoren für Team-Resilienz: 1. Ressourcen der Teammitglieder erkennen 2. Stärkenorientiert führen 3. Risikofaktoren reduzieren 4. Kraftquellen aufbauen 5. Lösungsorientierung fördern **6.** Aktionspläne für «Worst-Case-Szenarien»**7.** Zusammenhalt stärken 8. Resilienzfaktoren in Personalentwicklung integrieren **9.** Gemeinsame Werte leben 10. Kultur der gegenseitigen Unterstützung

Resilienz hat viel mit Stressresistenz, mit innerer Haltung und emotionalen Kompetenzen zu tun, welche für den Erfolg einer Firma nicht selten matchentscheidend sind. Es empfiehlt sich, sich zu diesen Themen professionell coachen und schulen zu lassen. Kurse unter www.a-change.ch/ Seminare/Aktuell. Coaching (und auch Neurofeedback) unter: www.a-change.ch/Coaching.

Crowdlending finanziert Kinderfahrrad Projekt



The Swiss bike brand

UrbanRider produziert Fahrräder seit 2012, welche die Kunden online oder im Shop selber gestalten können. Anfänglich auf Singlespeed Modelle ausgerichtet, bietet UrbanRider inzwischen eine grosse Palette an «urbanen» Bikes sowie Trekking, MTB, Rennvelos, Triathlon und E-Bikes an. Nach der erfolgreichen Einführung des ultraleichten 16 Zoll Kindervelo, wurde ein 20 Zoll Model entworfen. Um den Markteintritt noch 2016 zu schaffen, entschied Geschäftsführer Peter Graf, das Projekt mit einem Darlehen zu finanzieren. Die Finanzierung wurde über die Cashare online Plattform abgewickelt und von Privatpersonen schnell und erfolgreich finanziert.

Warum haben Sie den Weg des Crowdlendings gewählt?

Als KMU ist es schwierig, in den ersten Jahren an Bankkredite zu kommen. Die meisten Banken verlangen drei Jahresabschlüsse und bewerten Firmen nach herkömmlichen Methoden, die Stabilität bei Umsatz und Ertrag voraussetzen. Seit unserer Gründung 2012 sind wir aber stetig gewachsen und haben unser Wachstum weitgehend selbstfinanziert. Hinzu kommt, dass wir unsere Einkäufe für die Saison vorfinanzieren müssen und unser Lagerumschlag im Vergleich zu anderen Branchen hoch ist. Dies sind weitere Gründe, wieso eine Bankfinanzierung schwierig ist.

Crowdlending war für uns eine gute Möglichkeit, unsere Firma und Ideen einem breiteren Investorenpublikum vorzustellen. Ich denke, dass beim Crowdlending weiche Faktoren mitentscheidend sind wie z.B. das Produkt selber; Hat es Potential? Ist es nachhaltig und innovativ?

Wieso fiel die Wahl auf Cashare?

Als wir die Idee hatten, unseren Finanzierungsbedarf mittels Crowdfunding zu decken, haben wir zuerst recherchiert. Der Kreis der möglichen Anbieter reduzierte sich schnell auf Cashare. Viele Plattformen bieten Seed Finanzierungen für High-Tech Projekte an. Wir aber brauchten nur eine Finanzierung für ein von uns neu entwickeltes Kinderfahrrad. Zudem wollten wir unsere Unabhängigkeit nicht Preis geben. Eine Finanzierung über Fremdkapital war für



uns deshalb von hoher Priorität. Cashare als Schweizer Plattform für Darlehensfinanzierungen schien uns deshalb optimal.

Wie verlief der Antragsprozess? Welche Erfahrung haben Sie mit dem Cashare Support Team gemacht?

Der Antragsprozess lief sehr speditiv und einfach ab. Wir reichten die erforderlichen Dokumente für die Bonitätsprüfung online ein, beantworteten die Fragen der Support Crew und ein paar Tage später war unsere Auktion online. Wir hatten auch schon mal einen Finanzierungslinie bei einer Bank angefragt. Da war das Antragsprozedere viel komplizierter.

Wie erlebten Sie den Auktionsverlauf und den Austausch mit den potenziellen Darlehensgebern?

Wir waren überrascht, wie schnell unser Finanzierungsbedarf zu 100 % gezeichnet war. Unser Projekt schien bei einem breiten Publikum auf Interesse zu stossen, was uns letztlich ermöglichte, das Darlehen unter dem von uns festgelegen Zinssatz zu finanzieren.

Der Austausch mit potentiellen Darlehensgebern ist direkt, was sehr wertvoll ist, da Risiken direkt angesprochen und Bedenken ausgeräumt werden können.

Rückblickend, was ist Ihr persönlicher Eindruck dieser neuen Finanzierungsart?

Rückblickend können wir Cashare nur empfehlen. Wir sind überzeugt, dass heute viele KMU Zugang zu Darlehen haben, die bisher Mühe bei Banken hatten. Wir denken, dass sich dies positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz auswirkt. Projekte können früher realisiert werden und Arbeitsplätze gesichert werden.

Würden Sie Crowdlending weiterempfehlen?

Ja, auf alle Fälle. Wir werden unser Wachstum auch zukünftig über die Crowd finanzieren. Wir sind überzeugt, dass mit einem soliden Track Record, die Crowd der einfachste Weg ist, um an weitere Mittel zu kommen. Und ganz ehrlich, wieso sollten wir zukünftig zu einer Geschäftsbank gehen, die in Zeiten, zu der wir liquide Mittel gut hätten brauchen können, nicht für uns da war.



Cashare AG

Bösch 73, 6331 Hünenberg www.cashare.ch

Bereits über 45 Unternehmen beteiligen sich am Mehrwertpartnerprogramm und bieten ihre Produkte und Dienstleistungen mit einem Mehrwert für Firmen und Privatpersonen an. Finden Sie auf www.kmuverband.ch Rubrik «Günstiger Einkaufen» die tollen Angebote. Bitte wählen Sie die gewünschte Produktkategorie:

Arbeitsplatz	Tobler Protecta AG Arbeitsschutz		20% Rabatt auf erste Bestellung (SKV-Mitglieder – Vermerk «KMU Verband»)	
	WorkingWell AG	Coaching	1/2 Tag Selbst- oder Stressmanagementtraining beim Buchen eine unserer EAP-Produkte	
Buchhaltung/Treuhand	Zbinden Treuhand	Buchhaltung/Personal	10 % Rabatt	
Büroservice	Thergofit GmbH	Büromaterial / - möbel	-	
Finanzierung	Auto-Pfandhaus.ch	Kredit/Finanzierung	30% Rabatt für SKV Mitglieder auf die Kosten des ersten Monats	
	Business Transaction AG	Unternehmensberatung	CHF 500. – Rabatt auf sämtliche Dienstleistungen	
	Milesi Asset Management AG	Vermögensverwaltung	#1: 10% Rabatt #2: Kennenlern-Angebot: erste 3 Monate kostenfrei	
Gesundheit	s undheit CforC GmbH Gesundheitsmanagement 10 % Rabatt für SKV Mitglieder auf Coad Persönlichkeitsentwicklung		10% Rabatt für SKV Mitglieder auf Coaching oder Workshops	
Hotels & Reisen	Aare Hotels Thun	Hotel/Reisen	10% Ermässigung auf Hotelübernachtung im Hotel Freienhof und Hotel Krone in Thun für SKV-Mitglieder (auf Tagespreis und bei Direktbuchung)	
	AVIS Budget Autovermietung AG	Autovermietung	bis 20 % Rabatt durch Rabattnummer K5143000	
	Bad Seedamm AG	Hotel/Reisen	15 % Rabatt für SKV Mitglieder	
	FIRST Business Travel Suisse	Reisen	Spezialkonditionen für Buchungsgebühren, Flug, Hotel und Mietwagen	
	Hotelcard AG	Hotel/Reisen	Sie sparen CHF 30 (d. h. CHF 65 statt CHF 95)	
	Romantik Hotel Margna	Hotel/Reisen	Spezialangebote für SKV Mitglieder und Erfolg-Leser	
	Welcome Hotels	Hotel/Reisen	-	
	SWISS International Air Lines Ltd.	Reisen	SWISS PartnerPlusBenefit: Das Bonusprogramm für KMU	
	Zentrum Ländli	Hotel/Reisen	-	
Informatik	Gima Trade GmbH	3D Druck/Kassensyteme	10% für Neukunden (Vermerk «KMU Verband»)	
	Pestalozzi-Consulting Group AG	Software / Kassensysteme / Onlineshop	10 % Rabatt auf K2o-Software	
Inkasso / Debitoren	Inkassosolution GmbH	Inkasso/Debitoren	-	
	Swisscom Health AG	Inkasso/Debitoren	Reduktion der Aufschaltgebür: Sie sparen CHF 250 bei klassischen Debitorenmanagement-Dienstleistungen	
Internet	El Semari Enterpreises & Co	Google AdWords	20% auf Google AdWords Kampagne	
	PAWECO GmbH	Internet/Computer Services	10% Rabatt für SKV Mitglieder (Vermerk «KMU Verband»)	
Marketing	ITSA – Inter-Translations SA, Bern	Übersetzungen	10% Rabatt	
	Scheidegger Siebdruck	Werbung	10% Naturalrabatt (z. B. 110 Ex zum Preis von 100 Ex.)	
	SemioticTransfer AG	Übersetzungen	10% auf Fachübersetzungen, Korrektur- und Texterservice	
	TRANSLATION-PROBST AG	Übersetzungen	5% (vor MwSt.) für alle Aufträge und Folgeaufträge	
Nachfolgeregelung	KMU Diamant Consulting AG Firemenverkäufe		CHF 1000 Rabatt auf sämtliche Dienstleistungen	
Telekommunikation	Sunrise Communications AG	Telekomunikation	10% SKV Rabatt auf die monatliche Grundgebühren aller Sunrise Freedom Mobileabos. Ausserdem 15% Kombi-Rabatt auf Internet, Festnetz und Mobile.	

Für unsere Mitglieder suchen wir weitere Mehrwertpartner. Sind Sie interessiert crossmedial und interaktiv durch den SKV im Rampenlicht präsent zu sein? Nehmen Sie mit uns Kontakt auf.

Einladung zum Korea Day 2016

KOTRA Zürich ist eine von weltweit 126 Niederlassungen (in 86 Ländern) der südkoreanischen Aussenhandels- und Investitionsförderungsorganisation (Korea Trade-Investment Promotion Agency, KOTRA) und ist dem Ministerium für Handel, Industrie und Energie unterstellt. Zu unseren Dienstleistungen gehören unter anderem: Business-Matchmaking zwischen der Schweiz und Südkorea, Unterstützung und Begleitung von Handelsdelegationen, Messebeteiligungen sowie Handels- und Investitionsförderungen.

Leistungfähige koreanische Unternehmen werden am Event ihre innovativen Produkte vorstellen. Folgende Branchen werden bei der Ausstellung vertreten.

- Haushalt
- Lebensmittel
- Maschinen & Elektronik und -komponenten
- Werkzeuge
- Kosmetik
- Medizinische Geräte, Chemie und Pharma
- Autokomponenten







KOTRA Zürich für Korea Day 2016

Claridenstrasse 22, 8002 Zürich, Telefon 044 202 12 32, Telefax 044 202 43 18, celine.choi@kotra.ch, www.kotra.ch

Wir möchten Sie herzlich zu diesem einmaligen Event einladen und freuen uns auf Ihre Teilnahme.

					The bree ist kostenius
Datum	Dienstag, 27. Septe	mber 2016	Zeit	09.00-18.00 Uhr	→ Teilnahme ist kostenius
Ort	Üdiker Huus Grosse	er Saal, Zürcherstras	se 59/61 , 8142 l	Uitikon, Telefon 044 200 1	5 00. Es sind Genügend Parkplätze vorhanden.
	00.00.10.00.11	D '			
Programm	09.00–18.00 Uhr	Registration der T	eilnenmer		
	09.00-18.00 Uhr	Ausstellung von i	nnovativen Prod	lukten aus Südkorea (Tag	der offenen Tür)
	09.00-18.00 Uhr	B2B Meetings zwi	schen schweize	rischen und koreanischer	Unternehmen
	09.20-09.30 Uhr	Einführung durch KOTRA und SKV			
	09.30-10.00 Uhr	WOW Korea: Einle	eitung zur koreai	nischen Wirtschaft (Forun	n)
	10.10-11.00 Uhr	Informationen üb	er Handelsabko	mmen zwischen der Schv	veiz und Südkorea (Forum)
	11.00–11.50 Uhr	Erfolgsgeschichten von schweizerischen und koreanischen Unternehmen (Forum)			
	12.00-13.30 Uhr	Networking Mitta	gessen		
Anmeldung	Für die Planung un Rücksendefax oder				916 um eine verbindliche Anmeldung per

Anmeldetalon		
Firmenname	Vorname/Nachname	
Webseite	Adresse	
E-Mail	Telefon	
Tag der offenen Tür (09.00–18.00 Uhr)		Forum (09.00–12.00 Uhr)
Networking Mittagessen (12.00–13.30 Uhr) Teilnehmer von Forum, B2B Meeting		B2B Meeting (09.00–18.00 Uhr)
gesuchte Produkte, E-Mail an celine.choi@kotra.ch		



Feiern Sie mit Ihrem Betrieb wirklich «fröhliche» Weihnachten!

Spezialangebot für alle SKV Mitglieder

Alle Jahre wieder, kommt die Frage auf: was machen wir dieses Jahr zum Weihnachtsfest? Es sollte entspannt & lustig werden ... was würde da besser passen, als ein gemütliches Abendessen mit dem anschliessenden Besuch einer Comedy Show. Nun vielleicht nicht irgend eine Comedy Show, schliesslich sollte es qualitativ hochwertig sein. STAND UP! bietet ausgesuchte internationale sowie die besten Schweizer Comedians in unterschiedlichen Formaten – und das zentral und einfach zu erreichen mitten in Zürich. Gemeinsam mit 3 Restaurants rund um den Stadelhofen eine wirklich gute Alternative zum Wichteln – und das für jedes Budget. Hier ein paar Ideen:

Bellevue-Weihnacht – kleines Budget

- Bratwurst (mit oder ohne Senf) und Bürli im berühmten Sternen Grill am Bellevue www.sternengrill.ch
- Glühwein auf dem Weihnachtsmarkt auf dem Sechseläutenplatz www.wienachtsdorf.ch
- Besuch einer STAND UP! Comedy Show im Bernhard Theater an gemütlichen
 5er Bistro-Tischen (Sitzplätze) mit oder ohne Getränken zur Show www.stand-up.ch

Züri-Weihnacht – mittleres Budget

- Abendessen im Santa Lucia mit Wunschmenü www.bindella.ch/de/santa-lucia-corso.html
- Glühwein oder Apéro nach Wunsch in der Bar des Bernhard Theaters, mit Blick auf den Weihnachtsmarkt www.wienachtsdorf.ch
- Besuch einer STAND UP! Comedy Show im Bernhard Theater an gemütlichen
 5er Bistro-Tischen (Sitzplätze) mit Getränken zur Show www.stand-up.ch

Schweizer-Weihnacht – grösseres Budget

- Feines Wahlmenü in der Brasserie Schiller, direkt neben der Oper www.brasserie-schiller.ch
- Glühwein oder Aoéro nach Wunsch in der Bar des Bernhard Theaters, mit Blick auf den Weihnachtsmarkt
- www.wienachtsdorf.ch
- Besuch einer STAND UP! Comedy Show im Bernhard Theater an gemütlichen
 5er Bistro-Tischen (Sitzplätze) mit oder ohne Getränken zur Show www.stand-up.ch





Für grössere Feiern (bis zu 400 Personen) können Sie ein speziell auf Sie abgestimmtes Comedy Programm buchen.

Und natürlich sollte es bei einem engen Terminkalender für die Personalabteilung schnell und einfach in der Planung sein, daher unterstützen wir Sie gerne bei der Umsetzung. Zudem offerieren wir für allen SKV Mitgliedern 10% auf die Tickets aller STAND UP! Comedy Shows im Zürcher Bernhard Theater.

Es stehen 3 verschiedene Comedy Shows zur Auswahl

International Mixed Shows Stefan Büsser präsentiert 2 internationale,

2 nationale Comedians und 2 Schweizer Newcomer, an einem Abend auf einer Bühne

Swiss Mixed Shows Michael Elsener präsentiert Bendrit Bajra,

Stefan Büsser, Guy Landolt, Charles Nguela, Joël von Mutzenbecher und 1 Newcomer

Double Solo Shows Die besten Comedians aus unseren Mixed Shows

kommen zurück, mit mehr Zeit für noch mehr Gags – 2 Comedians, je 60 Minuten – das beste aus deren

Solo Programmen

Ihr SKV Vorteil

Bei Buchung von bis zu 20 Tickets, Rabattcode >>su-skmu<< auf www.starticket.ch eingeben und profitieren.

Bei weiteren Fragen oder Arrangements von 21 und mehr Tickets, helfen wir Ihnen gerne unter event@stand-up.ch



Frachtdiebstahl – eine wachsende Bedrohung bei internationalen Transporten

Insbesondere auf den Strassen, aber auch in Häfen, Flughäfen oder Lagern wird immer häufiger Fracht gestohlen – Versicherer beklagen eine starke Zuname solcher Delikte und das nicht nur in «diebstahlsverdächtigen» Staaten. In manchen Fällen gehen die Schäden in die Millionen.

Im Rahmen der Veranstaltung werden erfahrene Praktiker aufzeigen, wie die Diebe vorgehen, wie man Frachtdiebstählen vorbeugen kann und wie die

Im Rahmen der Veranstaltung werden erfahrene Praktiker aufzeigen, wie die Diebe vorgehen, wie man Frachtdiebstählen vorbeugen kann und wie die Rechtslage aussieht, wenn es doch zu einem Schaden kommt.

Datum / Zeit	17. Oktober 2016, 13.00–19.30 Uhr			
Veranstaltungsort	ABB Technikerschule, Wiesenstrasse 26, 5400 Baden, Aula 2A01			
Kosten	Mitglieder des SKV Schweizerischen KMU Verbandes	CHF 80		
	Nicht Mitglieder	CHF 120		
	Für Anmeldungen bis 9. September 2016	CHF 20 Reduktion		
Referenten	Kurt Rubeli, ABB Technikerschule	Pascal Müller, Helvetia-Versicherungen		
	Ass. iur. Thorsten Vogl, ABB Technikerschule	Yann Moor, Prof. Giger & Partner		
	Karim Drai, Global Insurance Brokers	Beat Schlumpf, ABB Technikerschule		
	Andreas Wittwer	Marina Morawietz, Baloise-Versicherungen		
	Stefan Wolf, Qualinet Consulting AG			
Anmeldefrist	Montag, 10. Oktober 2016			

Anmeldungen www.abbts.ch, Tagung «Frachtdiebstahl»



SKV Euro Think Tank – 3. Abendveranstaltung

Datum/Zeit	29. September 2	016, 19.00–22.00 Uhr Eintritt frei		
Veranstaltungsort	Hotel City, Löwenstrasse 34, 8000 Zürich			
Organisator	SKV Telefon 041 348 03 30, Dr. C. Oesch, Steuer- und Unternehmensberater, Treuhänder			
Programm	19.00 – 19.45 Uhr	r Vermögensanlagerichtlinien in wirtschaftlich kritischen Zeiten:		
		SFR nicht Euro, USD, Yen, USD-gebundene Währungen auf Bankkontos in Depots		
		Devisenkursabsicherungen bei Auftragsentgegennahme in Euro, USD, Yen		
		Warenlager in Euro, USD, Yen möglichst tief halten, Sicherheitsbestände beachten		
	20.00 – 20.45 Uhr	0 – 20.45 Uhr Russland und China als neue Zielmärkte		
		Hung Chung, Reisebüro Asiatik, Stampfenbachplatz 4, 8000 Zürich		
		Stalder Hubert, Ernst & Young AG, Maagplatz 1, 8010 Zürich		
	Guenes Orhan, Abteilung Akkreditive bei der grössten russischen Bank, der Sberba			
	21.00 – 21.45 Uhr	Fortsetzung		
	21.45 – 22.00 Uhr	Networking, Aperitif		



Unternehmertreffen

November 2016

Anzeigen

ERFOLG

Offizielles Organ des Schweizerischen KMU Verbandes

Nächste Ausgabe:

4. Oktober 2016

Redaktions- und Anzeigeschluss:

20. September 2016

Schweizerischer KMU Verband

Eschenring 13, 6300 Zug Telefon 041 348 03 30, Telefax 041 348 03 31 www.netzwerk-verlag.ch

verlag@kmuverband.ch

Geschäftsstelle: Bösch 43, 6331 Hünenberg

Verlags- und Redaktionsleitung

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

Verkauf

www.netzwerk-zua.ch

Publicitas AG Mürtschenstrasse 39, Postfach 8010 Zürich Telefon 058 680 95 30 Fax 058 680 95 31 zeitschriften@publicitas.com

Redaktions-/Anzeigenschluss

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

Produktion

monica.huwiler@kmuverband.ch Monica Huwiler, graficdesign Via Ronchetti 12.1, 6512 Giubiasco Telefon 091 970 17 67, Mobile 079 706 35 29 work@graficdesign.ch, www.graficdesign.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 90 000 Empfänger versendet.

Erscheinung

erscheint monatlich

Preise

Jahresabo CHF 36.–, Einzelpreis CHF 3.90

Copyright

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

Bilder

Titelbild Monica Huwiler
Seiten 4, 8, 21, 29 Monica Huwiler,
Seite 11 iStockphoto.com@Julien_Tromeur,
Seite 18 Feintool

werbeverteilung.ch

lokal, regional, national

Wir verteilen Ihre Flyer, Prospekte und Kataloge.

Verlangen Sie Ihre Offerte!

Fon **032 343 30 30**

Mail info@werbeverteilung.ch

pensionskasse pro

managed by Tellco

Auch für den SKV sind wir die verlässliche Partnerin in der beruflichen Vorsorge für heute, morgen und übermorgen. www.pkprokmu.ch





Advanced Studies

Advanced Studies.

Die Vielfalt der Weiterbildung an der Universität Basel.

	AFRICAN STUDIES
BETRIEBSWIRTSCHA	
	CLINICAL RESEARCH
EUROPEAN AND GLOB	
	INANZWIRTSCHAFT
FOOD SAFETY	INANZWINISCHALI
TOOD SAILIT	GENDER STUDIES
GESUNDHEITSWESEN	
	CHULMANAGEMENT
INFORMATIK	TUDA 4 N 4 OF MENT
	LTURMANAGEMENT
MARKETING	
	MEDIZIN
NPO-MANAGEMENT	
	PEACE STUDIES
PFLEGEWISSENSCHA	
	PHARMAZIE
PHILOSOPHIE	_
	PHYSIOTHERAPIE
PSYCHOLOGIE	
	PSYCHOTHERAPIE
PSYCHIATRIE	
RELIGIO	ONSWISSENSCHAFT
SEXUALMEDIZIN	
	SPIRITUAL CARE
THEOLOGIE	
	TROPENMEDIZIN
VERSICHERUNGSMED	IZIN
	ZAHNMEDIZIN



Mehr unter www.advancedstudies.ch