

WIR *info*

12/2023

Das Magazin für Schweizer KMU



**Sie bringen den
Stein ins Rollen**

Seit 80 Jahren setzt die Familie Stecher Zeichen im
Handel, Abbau und in der Verarbeitung von Naturstein

Brauchen Sie Rat?

Das Team WIR-Beratung & Netzwerk ist für Sie da

Bank 

EDLES GOLD

IN VERSCHIEDENEN FARBEN MIT FUNKELNDEN DIAMANTEN



AB CHF 4400.-

Rhomberg

Aarau, Amriswil, Arbon, Bad Ragaz, Basel, Bern, Biel,
Brig, Buchs, Luzern, Lyss, Marbach, Mels, Olten, Seewen,
Solothurn, Stans, St. Gallen, Sursee, Thun, Visp, Wil,
Winterthur, Würenlingen, Zug, Zürich | rhomberg.ch

**100%
WIR**
auf das
gesamte
Sortiment

Jetzt
mit der
WIRpay
App
bezahlen





Kostenlos

Editorial

Guter Rat ist teuer, so heisst es jedenfalls. Im Gegensatz dazu steht Ihnen das Team WIR-Beratung und Netzwerk gratis zur Verfügung.

In dieser Ausgabe stellen wir Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, zum Jahresabschluss drei Firmen vor. Zwei davon haben erst vor Kurzem ins WIR-System gefunden – die Waldfleisch GmbH und die Sonar GmbH –, eine ist seit den späten 40er-Jahren des letzten Jahrhunderts aktive WIR-Partnerin. Die Rede ist von der Emilio Stecher AG in Root. Ein typisches Familien-KMU, gegründet vom Grossvater des heutigen Geschäftsführers Emilio Stecher. Emilio Stecher senior, um genau zu sein, denn der Familientradition gemäss heisst auch sein ältester Sohn Emilio. Nicht nur der Familiengedanke wird beim Naturstein-Spezialisten hochgehalten. Auch der Teamgeist ist dem Patron wichtig: «Im Prinzip ist jeder unserer 40 Mitarbeitenden auch ein Familienmitglied, weil er zur Stecher-Familie gehört.» Nur mit tüchtigen und motivierten Fachleuten gelange man vorwärts und könne man täglich Höchstleistungen erbringen (S. 6).

Kleiner, aber nicht weniger familiär und motiviert ist die Waldfleisch GmbH unterwegs. Wichtig für dieses Unternehmen in der Startphase ist die Gewinnung neuer Kunden und Absatzkanäle. Ein Puzzlestein dazu ist das WIR-System und das Beratungs- und Netzwerk-Know-

how des entsprechend benannten Teams WIR-Beratung & Netzwerk. Es führte die Waldfleisch GmbH mit der Sonar GmbH zusammen. Diesem Telemarketingunternehmen gelang es, neue Absatzkanäle für die Wildbretprodukte von Waldfleisch zu gewinnen. Die Erfolgsgeschichte lesen Sie ab S. 16.

Haben auch Sie ein Anliegen, das Sie beim Team WIR-Beratung & Netzwerk deponieren möchten? Zögern Sie nicht, das Beratungszentrum der Bank WIR zu kontaktieren (siehe S. 22). Es wird Ihnen den Kontakt zu einem der acht Teammitglieder (siehe ab S. 23) vermitteln.

Familiär ging es auch an den Herbstgesprächen im KKL zu. 835 Kapitalgebende genossen einen interessanten und informativen Morgen in Luzern (S. 28). Gehören Sie 2024 auch dazu?

Daniel Flury
Chefredaktor

«Das perfekte Zuhause
für Ihren Wein.»

Weinlagerschrank CAVA 1900 DUAL
von sonnenkoenig.ch

699 CHW
100% WIR
inkl. Lieferung
und MwSt.

wir.ch/wirpromo

Alles für den Wein!



Jederzeit wohltemperierten Wein zur Hand haben? Gästen immer den besten Wein anbieten können? Der CAVA DUAL 1900 bietet genügend Platz für Ihre Lieblinge und sorgt mit zwei verschiedenen Temperaturzonen für perfekte Genussmomente.

Mit der WIRpromo-Aktion von Sonnenkönig holen Sie sich den perfekten Weingenuss nach Hause. Egal, ob rot oder weiss – der CAVA 1900 DUAL bietet eine optimale Lagerung Ihrer Weine und hält diese das ganze Jahr über perfekt temperiert. Der CAVA 1900 DUAL ist kompressorbetrieben, äusserst geräuscharm und schützt Ihre Weinflaschen dank der Isolation vor Feuchtigkeit und UV-Strahlung.

Sichern Sie sich jetzt Ihren Weinlagerschrank für nur **699 CHW** – ein unschlagbares Angebot!

WIRpromo-Partner

Sonnenkönig wurde bereits 1957 als Hersteller von Infrarot-Heizungen gegründet. Mittlerweile umfasst das Sortiment alle denkbaren Produkte rund um die Themen Heizen, Kühlen sowie Haushalts- und Küchengeräte. Sonnenkönig steht für Schweizer Präzision und qualitativ hochwertige Güter.

CAVA 1900 DUAL im Wert von 999 CHF für nur 699 CHW inkl. MwSt. und Versand. Jetzt zuschlagen und sparen!

Produkt-Highlights

- Platz für 19 Flaschen
- Zwei Temperaturstufen: 5°-18° C / 10°-18° C
- Touch-Steuerung & Innenbeleuchtung

Produktdetails

- Rostfreier Edelstahl
- Geräuscharmer und effizienter Kompressor: 41 db(A)
- Abschiessbar
- Glas mit UV-Schutz
- Automatische Abtauung
- Buchenholzregale

Technische Daten

- Leistung: 90 W
- Farbe: schwarz-silber
- Masse: 29,5 x 88 x 57 cm
- Gewicht: 32 kg
- 1,7 m Kabellänge



Inhalt

Seite 6

Bereits seit vier Generationen hat sich die Emilio Stecher AG dem Naturstein verschrieben. Aber auch Feinsteinzeug, Kunststein und neue Anwendungen wie fugenlose mineralische Beläge sind im Angebot enthalten. Und mit dem eigenen Fassadensystem Stoneface hat das Unternehmen gezeigt, dass auch in dieser uralten Branche Innovation möglich ist.



Seite 16

Probleme lösen, neue KMU für das WIR-System gewinnen sowie bestehende Kunden in WIR-Fragen beraten: Das ist die Aufgabe des Teams WIR-Beratung & Netzwerk. Dazu gehört, Kunden zum gegenseitigen Nutzen miteinander in Kontakt zu bringen. So geschehen mit der Waldfleisch GmbH und der Sonar GmbH.

Seite 28

Der ehemalige Bahnradprofi Franco Marvulli und Tour-de-Suisse-Direktor Olivier Senn waren die Gäste an den Herbstgesprächen der Bank WIR. Die 835 Kapitalgebenden – ein neuer Rekord – erhielten aus erster Hand Einblicke in die Bank WIR und wurden von Boogie-Woogie-Pianistin Ladyva bestens unterhalten.



- | | | |
|--|---|--|
| <p>6 Sie bringen den Stein ins Rollen
Emilio Stecher AG, Root</p> <p>16 Brauchen Sie Rat?
Das Team WIR-Beratung & Netzwerk ist für Sie da</p> <p>27 CEO-Corner
Die Gewissheit, bei der richtigen Bank zu sein</p> <p>28 Räder. Rhythmus. Rendite.
Herbstgespräche 2023</p> | <p>34 Vorsorgebeiträge und Termine bis Ende Jahr</p> <p>35 Working Bicycle
Ein sympathischer Werbeträger</p> <p>36 Der Unternehmergeist und Weihnachten
Kolumne von Karl Zimmermann</p> <p>40 144 Seiten
«Faszination WIR»</p> <p>41 Neue WIR-Teilnehmer</p> | <p>43 Willkommen im WIR-Network</p> <p>58 Inserateschlüsse</p> <p>70 Impressum</p> <p>71 Standorte der Bank WIR und Social Media</p> <p>72 Werbemöglichkeiten im WIR-Netzwerk</p> <p>74 Inseratepreise</p> |
|--|---|--|

Seniorchef Emilio Stecher mit seinen Söhnen
Emilio jun. (l.) und Elio Stecher.

Fotos: Paul Haller, swissphotoworld.ch



Für die Ewigkeit schön

Natursteine von der Emilio Stecher AG, Root

Bereits seit vier Generationen hat sich das Familienunternehmen Emilio Stecher AG dem Naturstein verschrieben. Aber auch Feinsteinzeug, Kunststein und neue Anwendungen wie die fugenlosen mineralischen Beläge von Kerakoll Warm Collection sind im Angebot enthalten. Und mit dem eigenen, patentierten Fassadensystem Stoneface hat das Unternehmen gezeigt, dass auch in dieser jahrtausendealten Branche Innovation möglich ist.

Ein stilles Örtchen, ganz in Carrara-Marmor gehalten – man wähnt sich in einer exklusiven Villa, einem schicken Wellnessstempel oder Luxushotel, befindet sich aber in der Toilettenanlage für die Mitarbeitenden der Emilio Stecher AG im luzernischen Root. Was auch als Vorzeigestück für Kunden gedacht ist, soll in erster Linie zum Wohlbefinden der Belegschaft beitragen. «Das schönste WC weit und breit, eine Znüni-Bar, die Möglichkeit, sich alle 14 Tage gratis massieren zu lassen – das gehört zu den Annehmlichkeiten, die wir unseren Mitarbeitenden gerne zukommen lassen», so Emilio Stecher, Geschäftsführer des gleichnamigen Familienunternehmens, das seit bald 80 Jahren Zeichen in der Natursteinverarbeitung setzt. Eine Arbeit, in der gefräst, gebohrt, gehauen und poliert wird, um den Naturstein in Form zu bringen. Das bedeutet Lärm und staubbindendes Nass. Ruhige Oasen und etwas Luxus zur Erholung sind deshalb mehr als willkommen – und für Emilio Stecher eine Selbstverständlichkeit: «Ein Familienbetrieb zu sein, bedeutet, eine bestimmte Ethik zu vertreten und sich um das Wohlergehen der Mitarbeitenden zu kümmern.» So erstaunt es nicht, dass über die Hälfte der 40-köpfigen Belegschaft ehemalige Auszubildende sind. Hohe Ansprüche stellt Stecher auch an seine Bank und findet Lob für die Bank WIR: «Schweizer KMU im Fokus zu haben ist eine gute Strategie, andere Finanzinstitute tun das teilweise nur auf dem Papier; Wenn sich die Bank WIR weiterhin als **die** KMU-Bank positioniert, kann sie weiter wachsen und erfolgreich sein.»

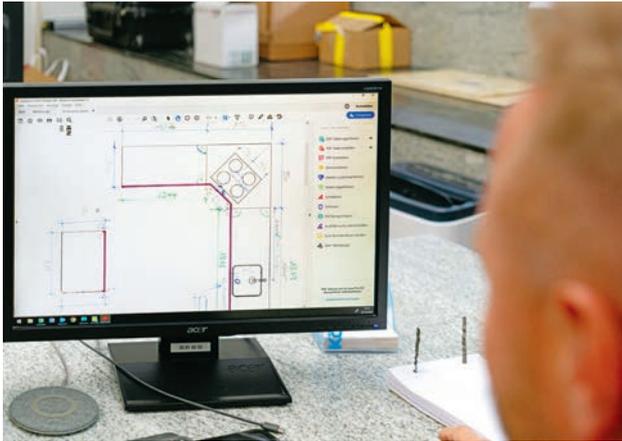
4. Generation

Familienbetrieb und Nachfolgeplanung gehören zusammen. Emilio Stecher hat seine Hausaufgaben gemacht und seine Söhne in den Betrieb geholt. «Gezwungen wurden wir zu nichts, aber wir wussten, dass eine familiinterne Nachfolge der grösste Wunsch unseres Vaters

ist – und irgendwie lag es auch auf der Hand», meint Emilio Stecher jun. (30) – der vierte seines Namens –, der mit seinem Bruder Elio (27) schon als Kind das Werkareal erkundete – «das hat uns geprägt» – und nun für Ein- und Verkauf verantwortlich zeichnet. «Ganz so leidenschaftlich «steinig» wie unser Vater sind wir zwar noch nicht», gibt Elio Stecher (IT und Marketing) zu, der als Hochbauzeichner aber die besten Voraussetzungen für das Verstehen und Zeichnen von Plänen mitbringt. Und für das Massnehmen: «Hier punkten wir!», wirft Emilio Stecher sen. ein – denn welcher Architekt oder Generalunternehmer will schon das Risiko eingehen, dass er die Masse für eine Küchenabdeckung oder eine Wandplatte falsch aufnimmt und in der Folge zu kurz oder zu breit geliefert wird?



Das Empfangs- und Ausstellungsgebäude der Emilio Stecher AG in Root.



Fehler hätten Folgen: Vom Plan zum fertigen Produkt – z. B. eine Küchenabdeckung – braucht es viele Arbeitsgänge und qualifizierte Fachleute mit Sinn für millimetergenaues Arbeiten.

Erdtöne im Trend

Italien, Deutschland, Spanien, Portugal, Indien, Türkei und Griechenland gehören zu den Ländern, aus denen die gefragtesten der rund 420 lieferbaren Natursteinsorten stammen. Etwas gesunken in der Gunst der Kunden sind Steine aus Brasilien, die aber nach wie vor für Küchenabdeckungen populär sind – genauso wie indische Angebote. Seit der Pandemie und seit vermehrt nach der Herkunft der Materialien gefragt wird, ist Naturstein aus China kaum mehr zuoberst auf dem Wunschzettel. «Nur im Strassenbau sind Natursteine aus China noch verbreitet, aber dafür ist Stecher nicht zu haben», sagt Emilio Stecher dezidiert.

Überhaupt liegt der Schwerpunkt umsatzmässig auf europäischen Steinen, und mit rund 50% Anteil auf Natursteinen aus der Schweiz. «Das macht schon aus ökologischen Gründen Sinn.» Zehn Sorten – etwa der eigene Rooterberger Sandstein, Tessiner Onsernone, Bündner Andeer-Granit oder Valser Quarzit – werden vor allem für Böden und Fassaden verwendet.

Wenn exotische, farbige Steine im Innenbereich dem einheimischen Material den Rang ablaufen, dann dort, wo z. B. in einem Bade- oder Wohnzimmer mit einer auffälligen Einzelwand ein Akzent gesetzt werden soll. «In solchen Fällen wird gegenwärtig gerne ein grüner Stein gewählt oder ein Marmor mit starken Aderungen.»



Neutrale Töne sind immer in Mode.

Generell wolle man zu Hause jedoch seine Ruhe haben; warme, neutrale, beige Erdtöne seien im Trend, und schwarz, weiss oder grau kämen nie aus der Mode, so Emilio Stecher. In dieses Bild passt, dass der in den 60er- und 70er-Jahren populäre Travertin ein Revival erlebt. Weiterer Vorteil dieser zurückhaltenden Töne: Sie lassen sich problemlos mit Bildern oder anderen Deko-Gegenständen kombinieren.

Eigener Steinbruch

Auch wenn die Söhne Emilio Stechers zweisprachig aufgewachsen sind und auch die «Marmorsprache» Italie-



420 Natursteinsorten stehen zur Auswahl.

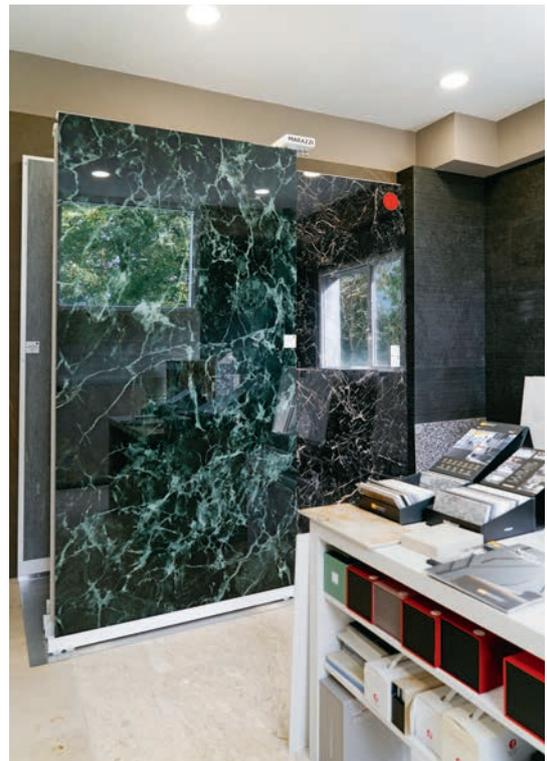
nisch beherrschen: Das Herz der Familie Stecher schlägt höher, wenn die Rede auf den heimischen eigenen Sandsteinbruch kommt. Ins Portefeuille der Familie Stecher gelangten die Abbaurechte am Steinbruch Wiesweid bereits 1944, als Emilio Stechers Grossvater – Emilio I. –, ein Steinmetz aus dem Bündnerland, ein Steinhauergeschäft in Luzern erwarb und sich selbstständig machte. Heute ist der Steinbruch der einzige in der Zentralschweiz, in dem noch Sandstein abgebaut wird. «Weil wir mit Sprengschnüren arbeiten – Schnüre, die 4 Gramm Schwarzpulver pro Laufmeter enthalten –



Verarbeitete Platten im Lagerhaus.



Farbige Steine sind als Blickfang beliebt.



Im Ausstellungsraum können sich Kunden inspirieren und beraten lassen.

und auf Bevölkerung und Tierwelt Rücksicht nehmen, sind wir nur alle zwei bis drei Jahre während etwa drei Monaten im Steinbruch und entnehmen ihm bis zu 1500 Kubikmeter Rooterberger Molasse-Sandstein, den wir hier im Werk verarbeiten», so Emilio Stecher. So dürfte dieser einzigartige Bodenschatz noch für die nächsten 20 bis 30 Jahre zur Verfügung stehen. Wer meint, dem «Rooterberger» noch nie begegnet zu sein, irrt: Viele Monumentalbauten in Luzern (etwa die Jesuitenkirche) sind mit diesem Material gebaut. Beispiele aus jüngster Zeit sind die Aussenfassade der «Seerose» am Hallwilersee und die im Juni fertig renovierten Böden und Treppen beim Burger King im Zürcher Hauptbahnhof. Und ca. vier Kilometer Luftlinie vom Steinbruch entfernt kommt die Sandsteinschicht wieder zum Vorschein, und zwar in Form des weltberühmten Löwendenkmals. Kein Wunder also, dass die Emilio Stecher AG bereits mehrmals für Renovationsarbeiten am Denkmal beigezogen wurde. Wegen seiner Homogenität, seiner guten Spaltbarkeit



... oder mit Naturstein verkleidet.



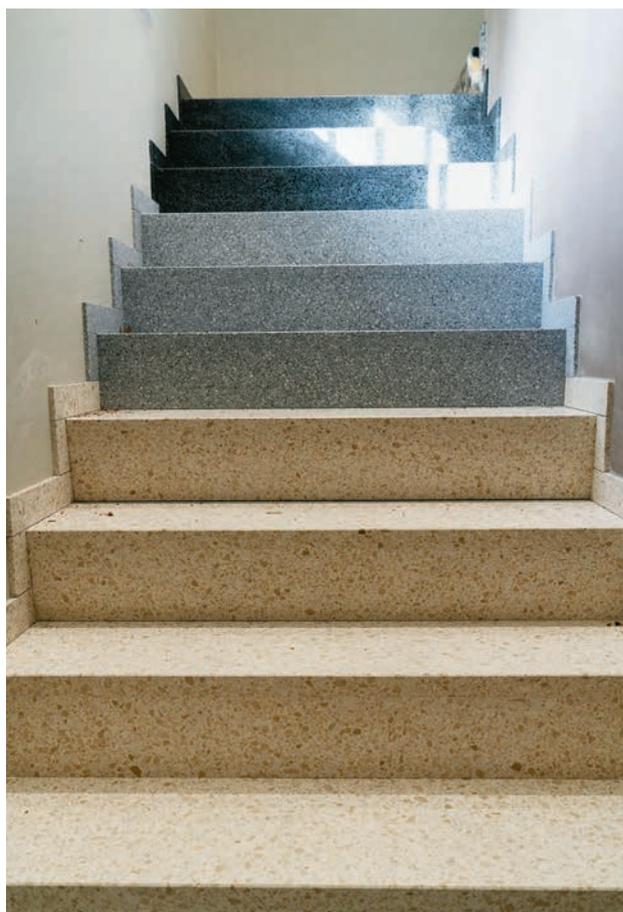
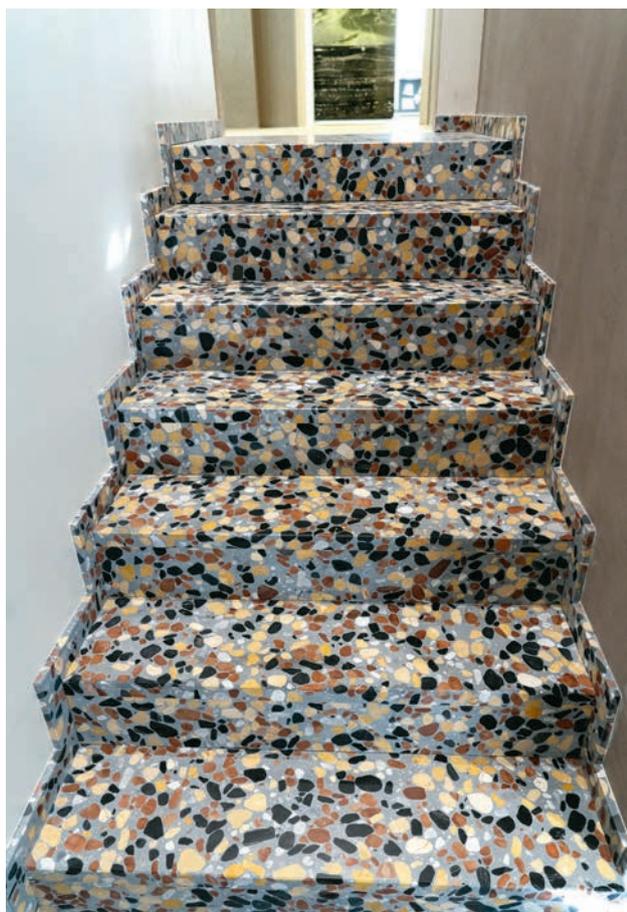
Eine Duschkabine, fugenlos in Kerakoll Warm Collection ...

und dezenten, grünlich-grauen Farbe ist der Rooterberger Sandstein vor allem als Bodenbelag – innen wie aussen – sehr geeignet.

Es ist nicht alles Stein, was glänzt

«Naturstein ist für die Ewigkeit schön», gibt sich Emilio Stecher überzeugt. Dennoch entscheiden sich viele Bauherren für einen Boden aus Holz, Feinsteinzeug (Keramik) oder Kunststein. Vor allem die Innovationskraft der Keramikindustrie schnappt dem Naturstein Marktanteile weg. «Die Keramikhersteller beobachten genau, was im Natursteinbereich im Trend ist, kaufen genau diesen Stein ein, fotografieren die Oberfläche und legen sie über ihre Keramikprodukte.» Das Resultat ist schon Monate später erhältlich: Feinsteinzeug, das sogar aus der Nähe kaum vom Naturprodukt zu unterscheiden ist. Die Reaktion der Natursteinanbieter liess natürlich nicht auf sich warten. Vor allem in Deutschland hat man sich dazu entschlossen, die eigenen Produkte gleich selbst zu fälschen, um der Keramikindustrie etwas Wind aus den Segeln zu nehmen. Um der Nachfrage entsprechen zu können, führt auch die Emilio Stecher AG Feinsteinzeug im «Naturstein-Look» im Angebot.

Ähnlich verhält es sich mit Kunststein, der für Küchenabdeckungen oder Bodenbeläge zur Anwendung kommt und von der Emilio Stecher AG in vielen Varianten angeboten wird. Diese Verbundstoffe aus Quarz, Polymer und Pigmenten haben den Vorteil, dass sich der Bauherr oder Architekt sein eigenes Wunschdesign zusammenmischen lassen kann. Zudem ist dieser Werkstoff dank seiner Kompaktheit resistent gegen Flecken, Bakterien oder Schimmelpilze. Nachteil: Kunststeinreste müssen wegen



Ein Vorteil von Kunststein: Bauherren und Architekten können sich ihr eigenes Design mischen lassen.

ihrer Inhaltsstoffe auf Deponien entsorgt werden während Ausschuss aus Naturstein beispielsweise zu Strassensplitt verarbeitet werden kann.

«Nicht alle sind natursteintauglich»

Ob Privatpersonen, Schreiner, Küchenbauer, Architekten, Plattenleger, Cheminéebauer oder Gartenbauer: Auf dem weitläufigen Gelände der Emilio Stecher AG können sich Interessenten von der Vielfältigkeit des Angebots gleich selbst überzeugen. Jede der aufgereihten Steinplatten ist anders, Farbspiele und lebhaftes Aderungen variieren von Stein zu Stein, selbst innerhalb derselben Steinsorte – was Emilio Stecher zur Aussage verleitet, dass nicht jeder Mensch «natursteintauglich» ist: «Eine gewisse Toleranz ist Voraussetzung. Wer etwa bei den Marmorsorten exakt und zu 100% genau das erwartet, was er auf dem Muster gesehen hat, wird enttäuscht.» Beratung und Information sind deshalb das A und O im Natursteinverkauf.

Die Natursteintauglichkeit unter Beweis gestellt hat übrigens Coop. Der Grossverteiler trieb seine Corporate Identity ab 2001 so weit, dass heute die Böden aller Verkaufsflächen in der ganzen Schweiz aus demselben einheimischen Material gehalten sind: Insgesamt 1 Mio. Quadratmeter Onsernone. Den Zuschlag für diesen wahrscheinlich grössten Naturstein-Lieferauftrag der Welt erhielt keine Geringere als die Emilio Stecher AG.

Fugenlos mit Kerakoll Warm Collection

Keine Abweichungen vom Muster sind bei der Arbeit mit

Kerakoll Warm Collection zu erwarten, eine Anwendung, die Emilio Stecher jun. aus Italien nach Root gebracht hat. Es handelt sich dabei um einen mineralischen Belag, der heute in rund 150 Farbtönen erhältlich ist und flüssig auf praktisch jeden Untergrund – Böden, Wände, Nassbereich – aufgebracht werden kann. Das macht ihn ideal auch für Umbauten, wenn man z.B. bestehende Plättchen zum Verschwinden bringen will, ohne sie abspritzen zu müssen. Stecher: «Kerakoll Warm Collection wird von geschulten Stuckateuren oder Gipsern in mehreren Arbeitsgängen über einem Armierungsnetz aufgetragen; dabei kann ohne Silikonfuge auch um Ecken herum gearbeitet werden. Die fertige Kerakoll-Beschichtung ist lediglich 3,5 mm dick!» Das Material ist reparaturfähig und kann wie Keramik mit Wasser gereinigt werden.

Verbandstätigkeit

Es erstaunt niemanden, dass Emilio Stechers Herz nicht nur für Naturstein schlägt, sondern auch für die Menschen, die mit Naturstein arbeiten oder arbeiten wollen. Als Vorstandsmitglied und von 1998 bis 2004 als Präsident des Natursteinverbands der Schweiz (nvs.ch) – eine Position, die schon sein Vater in den 80er-Jahren innehatte – war er federführend in der Neudefinition der steinverarbeitenden Berufe und der Zentralisierung der Berufsausbildung in Dagmersellen. Vorläufig noch mit Ausnahme der Marmoristen aus der Romandie, die ihre Ausbildung in Morges geniessen, absolvieren hier nun alle Steinmetze, Bildhauer, Steinwerker und Marmoristen aus der Schweiz ihre neu durchgehend vierjährige Lehre.



Sorgt für romantische Stimmung: das Onyx-Bett der eigenen Marke Onydorm.

Auch heute liegt der Schwerpunkt von Stechers Verbandsarbeit in der Lehrlingsförderung. Gegenwärtig sorgt er als Präsident des Vereins Bildung Naturstein VBN (bildungnaturstein.ch) dafür, dass die Aus- und Weiterbildung in der «Steinbranche» zukunftsgerichtet und praxisorientiert bleibt.

Leicht ist es nicht, Junge für den Beruf zu gewinnen, weiss Stecher aus eigener Erfahrung. Staub und schwere körperliche Arbeit werden intuitiv mit dem Beruf eines Steinmetzen oder Steinwerkers verbunden. Um Auszubildende in seinen Betrieb zu holen, macht Stecher Ausgänge an Schulen und schaltet halbseitige Inserate in Tageszeitungen der Kantone Luzern, Zürich und Zug. Die lesen die angepeilten Teenager zwar nicht, «aber ihre Eltern und Grosseltern», lacht Stecher.

Die Inserate sind ausserdem eine der vielen Möglichkeiten, die Emilio Stecher nutzt, um sein WIR-Geld auszugeben. Dazu kommen die Anschaffung von Firmenfahrzeugen und von Pneus, der Einkauf von Diamantwerkzeug

für die Steinbearbeitung, Ausgaben für Bürobedarf, Transporte, Heizöl, Benzin, Telefonie und für Restaurants. «Die Teilnahme am WIR-System führt ganz klar zu Zusatzgeschäften und Mehreinnahmen», so Emilio Stecher, der mit Schreibern und Küchenbauern Fixabkommen getroffen hat, «und das Ausgeben von WIR-Geld ist dann kein Problem, wenn man sich mit der Materie aktiv befasst.»

Schlafen im Onyx-Bett

Neben Geschäftsführung und Verbandsarbeit findet Emilio Stecher Zeit für Innovation und spezielle Anwendungen. Seit 2011 kommt mit Stoneface eine Fassadenverkleidung zur Anwendung, die Stecher 2017 in München patentieren liess (vgl. Seite 15). Zu einem aussergewöhnlichen Resultat führte 2006 die Tatsache, dass Stechers Produktionsleiter ein gelernter Schreiner war. Die Herausforderung lag nahe, Holz und Stein in einem Projekt zusammenzuführen. Das Resultat war ein Bett, das unter

der Marke Onydorm erhältlich ist. Wortwörtlich strahlendes Hauptelement sind 2 cm dicke Platten aus Onyx, die hinterleuchtet sind und im (Halb-)Dunkeln ihre volle Wirkung entfalten. Nicht nur optisch, sondern auch auf gesundheitlicher Ebene: «Beweisen kann ich die Auswirkungen auf den Körper nicht», so Stecher, «aber mehrere Nutzer haben mir bestätigt, dass sie in Onydorm-Betten ruhiger schlafen oder ihre Migräne wie weggeblasen ist.» Und weist vielsagend darauf hin, dass die alten Ägypter und Griechen Schutzamulette aus Onyx um den Hals trugen.

Doch ums Ausruhen ist es dem gerade 60 Jahre alt gewordenen Patron noch lange nicht. So viele Quadratmeter Böden, Wände, Fassaden, Tische und Küchenabdeckungen wollen noch verlegt werden!

● Daniel Flury



Die «Schaltzentrale», wo Pläne gezeichnet und CNC-Wasserstrahlmaschinen programmiert werden.

WIRmarket.ch > Emilio Stecher AG



Das weitläufige Werkgelände in Root.

Foto: zVg

Stoneface: kompakte Natursteinverkleidung für Neu- und Altbauten

Ob Ein- oder Mehrfamilienhaus: Kaum eine Bauhülle gibt optisch mehr her als eine Natursteinfassade. Knackpunkt für viele Architekten und Bauherren sind die Kosten – oder besser gesagt: Sie waren es. Denn um dem Naturstein auch im Fassadenbau zum Durchbruch zu verhelfen, hat Emilio Stecher «Stoneface» entwickelt, ein Kompaktfassadensystem mit feuerfester Wärmedämmung und witterungsbeständiger Verkleidung aus Naturstein. Die Isolation besteht dabei aus Neopor, das mit einem konventionellen Netz und einem Panzergewebe für die Erdbebensicherheit überzogen wird. Die äusserste Schicht bilden Natursteinplatten von 10 bis 20 mm Stärke. Das seit 2017 beim europäischen Patentamt in München patentierte System wird gerne mit einheimischem Onsernone- oder Valsergneis bestellt – oder natürlich mit dem Rooterberger Sandstein aus dem eigenen Steinbruch der Emilio Stecher AG.

Was das System auch speziell macht: die Steinplatten werden «knirschverlegt», d.h. nicht ausgefugt. «So dominiert der Stein!», sagt Stecher und zeigt auf die ans Firmenareal angrenzende Überbauung, deren gesamte Fassadefläche von 2700 m² in Römischem Travertin gehalten ist.

Ideal auch für Renovationen

Die wetterfeste und isolierende Stoneface-Fassade ist nicht nur für Neubauten gedacht, sondern eignet sich auch hervorragend für Renovationen. Dabei wird aus einem unscheinbaren Gebäude ein zeitloses, langlebiges, einfach zu reinigendes «Rockresort». Weitere Vorteile einer Stoneface-Natursteinfassade: Die Fassade kühlt nicht aus, es entstehen kaum Kältebrücken, alles Material ist recycelbar und die Kosten belaufen sich rund auf die Hälfte von hinterlüfteten Fassaden.



Emilio Stecher erklärt den Aufbau der Stoneface-Fassade.



Das in Römischem Travertin verkleidete Mehrfamilienhaus in Root.



Detailansicht: Die Travertinplatten sind knirschverlegt.

Sie haben ein Anliegen? – Wir helfen weiter!

Das Team WIR-Beratung und Netzwerk

Probleme lösen, neue KMU für das WIR-System gewinnen sowie bestehende Kunden in WIR-Fragen beraten: Das ist die Aufgabe des Teams WIR-Beratung & Netzwerk. Dazu gehört, Kunden zum gegenseitigen Nutzen miteinander in Kontakt zu bringen. So geschehen mit der Waldfleisch GmbH und der Sonar GmbH.

Im WIRinfo Januar dieses Jahres haben wir das neue Team WIR-Beratung & Netzwerk vorgestellt. Das damals siebenköpfige Team um Claudio Gisler ist heute neun- und demnächst zehnköpfig (s. ab S. 23) und hat bereits unzählige KMU in Geschäftsangelegenheiten beraten und neue KMU für das WIR-System gewonnen. In den Beratungsgesprächen häufig ein Thema ist die Frage, wie man neue (WIR-)Kunden gewinnen und wie man eingenommenes WIR-Geld wieder platzieren kann.

Im Folgenden zeigen wir, wie Kundenberater Carmelo Palma die Waldfleisch GmbH von Rafael und Agnes Biolley mit der Sonar GmbH von Philipp Wenzler zusammengebracht hat. Ein Beispiel dafür, wie ein starkes Netzwerk und die Unterstützung durch das Beratungsteam der Bank WIR zur Problemlösung und in diesem Fall auch zu einer Umsatzsteigerung führen können.



Haben dank der Vermittlung durch die Bank WIR zusammengefunden: Die Waldfleisch GmbH in Zürich – sie vertreibt Wildbret aus Frankreich – und die Sonar GmbH, ein auf Telemarketing spezialisiertes Unternehmen in Schaffhausen.

*Foto oben: M. Sobczak
Foto unten: zVg*



Die Waldfleisch GmbH und ihr Anliegen: die Gewinnung neuer Kunden



Rafael und Agnes Biolley.

Foto: S. Karolewski

Seit wann sind Sie mit der Waldfleisch GmbH WIR-Kunde?

Rafael Biolley: Meine Frau Agnes und ich haben die Waldfleisch GmbH während der Pandemie gegründet. Auf der Suche nach weiteren Absatzkanälen für unser Wildbret sind wir durch Werbung der Bank WIR auf das WIR-System gestossen. Seit April 2023 ist die Waldfleisch GmbH WIR-Partnerin.

Haben Sie den WIRmarket als Instrument für die Gewinnung von neuen Kunden genutzt?

Ja, sogar intensiv. Wir haben beispielsweise alle WIR-Restaurants und WIR-Metzgereien in Zürich und Umgebung angeschrieben und unsere Waldfleischprodukte vorgestellt. Dies hat leider nicht das erhoffte Resultat gebracht. Ich habe deshalb Carmelo Palma vom Team WIR-Beratung & Netzwerk kontaktiert.

Wie lautete sein Lösungsvorschlag?

Er hat uns die Sonar GmbH in Schaffhausen empfohlen. Sie ist ebenfalls WIR-Partnerin und spezialisiert auf Telemarketing. An den Start gegangen sind wir mit einer Gastro-Kampagne, geografisch beschränkt auf Stadt und Region Zürich.

«Die Sonar-Kampagne hat starke Resultate gebracht.»

Wie zufrieden sind sie mit dem Resultat dieser Kampagne?

Sie hat wirklich starke Resultate gebracht! Wir hatten intern drei Szenarien für die Anzahl Neukunden und für den resultierenden Umsatz definiert – je ein pessimistisches, ein realistisches und ein optimistisches – und wussten schon vor Ende der Kampagne, dass die Bedingungen für die optimistische Variante erfüllt werden. Die Kosten der Kampagne waren schon kurz nach Abschluss derselben durch den erzielten Mehrumsatz amortisiert, und da hatte die Wildsaison in der Gastronomie noch gar nicht richtig begonnen. Alles in allem ein hervorragendes Ergebnis! Die Zusammenarbeit mit Sonar war zudem stets unkompliziert und hocheffizient.

Die Waldfleisch GmbH bietet ausschliesslich Wild an. Weshalb diese Beschränkung?

Wir sind ein Spezialitätenhändler für Fleisch – und im Gegensatz zu gezüchteten und gemästeten Rindern, Schweinen & Co ist Wild immer frei von Hormonen und Antibiotika sowie sehr reich an Vitaminen und gesunden Inhaltsstoffen. Wir bringen ein Stück wilde Natur in die Küchen.

Die Waldfleisch-Produkte basieren auf Fleisch von Wildschweinen, Hirschen und Rehen, die in der französischen Region Haute-Marne erlegt werden. Weshalb gerade diese Region?

Im Unterschied zur zersiedelten, kleinräumigen Schweiz befinden sich in der Haute-Marne grosse, von Menschen einflüssen weitgehend unberührte Wälder, in denen wir sogar viele wilde Damhirsche sehen. Das Wild dort ist keinem Stress ausgesetzt und ernährt sich von Pflanzen, die in Böden wachsen, die fast unbelastet von Umweltgiften sind. Das Resultat sind gesunde Tiere und gesundes Fleisch. Ausserdem ist meine Familie durch die Jagd in der Gegend gut verwurzelt.

Untrennbar mit Wildfleisch ist die Jagd verbunden. Werden sie diesbezüglich mit Vorbehalten konfrontiert?

Der Jäger von heute ist verantwortungsbewusst und trägt dazu bei, dass der Wildbestand sinnvoll reguliert wird. Nachhaltigkeit wird hier und in Frankreich grossgeschrieben, sodass man mit gutem Gewissen Wild geniessen kann. Marketingtechnisch nehmen wir trotzdem Abstand von Begriffen wie «schiessen», «Jagd» oder «Jäger» und vermeiden sie auf unserer Website bewusst.

Sie gehen selbst auch in den Wald – um den Begriff «jagen» zu vermeiden –, verkaufen aber mehr Tiere, als Sie selbst erlegen?

Allerdings! Auf mein Konto gehen vielleicht etwa ein Dutzend Tiere pro Saison, wir verwerten aber rund 1000 – und zwar das ganze Tier, von Schnauze bis Schwanz. Es geht also nichts verloren.

Wie gelangen die Wildschweine, Hirsche und Rehe in die Schweiz?

Sie werden vor Ort ausgenommen und anschliessend in Kältetransportern zu Fabio Zraggen nach Sisikon UR gebracht. Die Familie Zraggen hat jahrzehntelang im Zürcher Niederdorf eine sehr bekannte Metzgerei betrie-

ben. Fabio führt die Tradition nun weiter und verarbeitet und veredelt die Tiere nach unseren Wünschen. In Sisikon wird das Fleisch auch vakuumiert und etikettiert.

Als Klassiker gelten Pfeffer, Ragout, Schnitzel oder Gulasch. Ihre Produktpalette umfasst sehr viel mehr ...

Wir wollen den ganzen Reichtum der Wildküche ausnutzen. Ein Rehpfeffer oder ein Edelstück wie ein Rehschnitzel sind – gut zubereitet – zweifellos ein Hochgenuss, können aber auch zur etwas eintönigen Gewohnheit werden. Weil auch in der Wildküche der Fantasie keine Grenzen gesetzt sind, überraschen wir unsere Kunden – von Privatpersonen bis zu Edelgastronomen – gerne mit Neuem, Ausgefallenem. Dazu gehören aussergewöhnliche Stücke wie Tomahawk-Steaks von grossen Hirschen, Haxen von allen drei Tieren und alle erdenklichen weiteren Stücke. Erzeugnisse wie Wild-Fleischkäse, -Bratwürste, -Hackbraten, -Salami oder Hotdog-Würste finden sich auch im Sortiment.

Auf Ihrer Webseite behaupten Sie, dass sich sogar Vegetarier zu Wild aus Ihrem Haus haben bekehren lassen – ernsthaft oder augenzwinkernd?

Vegetarier und Veganer sind Menschen, die sich intensiv mit dem Thema Ernährung auseinandersetzen. Sie wählen die Produkte, die sie zu sich nehmen, ganz bewusst. Sehr viele von ihnen haben eine Reise hinter sich, die sie (wieder) zum bewussten Konsum von Fleisch hinführt. Aber dann muss es Fleisch sein, das direkt und nachhaltig der Natur entnommen wurde – oder von einem Bauern stammt, den man persönlich kennt. Die Behauptung ist also belegt und ernsthaft gemeint. Es ist ganz erstaunlich, wie viele Ex-Veganer sich unter unseren treuen Kunden befinden.

«Wir ermöglichen einen ganzjährigen Wild-Genuss.»

Wer – ausser ehemalige Vegetarier und Veganer – gehört sonst noch zu Ihrer Kundschaft?

Ein weiteres grosses Segment sind natürlich die ganz normalen Fleischliebhaber, die auf der Suche nach Qualitätsprodukten sind. Nicht wegzudenken ist ausserdem unsere Kundschaft aus Deutschland. Dort ist der Genuss von Wild viel mehr ein Teil der Kultur als bei uns in der Schweiz, wo man nur während ein paar Wochen im Herbst Wild auf den Speisekarten oder im Handel findet. Wir arbeiten daran, dies zu ändern: Unser Frischfleisch ist bis tief in den März hinein im Angebot, für Private, Gastrobetriebe und den Detailhandel! Bestellen kann man aber das ganze Jahr, da unser Fleisch tiefgefroren viele Monate ohne Qualitätsverlust haltbar ist.



Tomahawk-Steaks vom Hirsch.

Foto: M. Sobczak

Beliefen Sie die ganze Schweiz?

Unser Kerngebiet ist die Deutschschweiz und insbesondere Zürich und die Region Zürich. Diese Kunden kaufen gerne direkt bei uns am Neumarkt 7 mitten in der Stadt Zürich. Wir sind aber auch in der Lage, in die ganze Schweiz zu liefern. Lieferungen ab 250 Franken sind gra-

tis und können mit 25% WIR bezahlt werden. Es lohnt sich also, grössere Mengen auf Vorrat zu bestellen – jederzeit, denn wir ermöglichen einen ganzjährigen und sehr spannenden Wildgenuss!

WIRmarket.ch > Waldfleisch

Die von der Bank WIR vermittelte Lösung: Telemarketing der Sonar GmbH

Kaltakquise ist ein relativ hartes Brot. Wie geht Ihre Sonar GmbH vor?

Philipp Wenzler: Das ist es in der Tat – und deshalb fehlt unseren Kunden oft die Zeit und Lust, um selbst zu telefonieren. Ich habe sehr grossen Respekt vor meinen Mitarbeitenden, die bei jedem neuen Telefonat wieder mit Freude bei der Arbeit sind. Sie sind unser grösstes und wichtigstes Firmenkapital.

Wichtig ist uns, dass wir kein Call Center sind. Jeder Kunde erhält bei uns seinen persönlichen Verkaufsassistenten oder -assistentin. Unsere Mitarbeitenden lernen die Kunden so kennen und eignen sich ein vertieftes Verständnis für das Unternehmen an, das sie gerade betreuen. So können sie am Telefon authentisch und einfühlsam vorgehen. Dabei arbeiten wir nicht mit Leitfäden, sondern mit verkaufpsychologischen Ansätzen. Mir geht das schliesslich auch so: Ruft mich jemand an und liest einen vorgefertigten Text herunter, hänge ich relativ schnell wieder auf.

«Wichtig ist uns, dass wir kein Call Center sind.»

Was muss der Kunde liefern, damit Telefonmarketing erfolgreich ist?

In erster Linie ein Interesse daran, Telemarketing auszuprobieren. Diese Form der Werbung hat ihre eigenen Gesetze, und es ist wichtig, dass man mit offenem Geist an ein solches Projekt herantritt. Natürlich geht es – wie bei jeder Marketingaktion – um das Schaffen von Mehrwert und das ist i.d.R. eine Umsatzsteigerung. Um für sich abschätzen zu können, ob Telemarketing zielführend sein kann, bieten wir auf unserer Website einen Rechner an, um die potenzielle Rentabilität zu ermitteln.

Grundsätzlich kann man es wie folgt zusammenfassen: Der Kunde sagt uns, welche Produkte oder Dienstleistungen er in welchem Zielmarkt vermarkten möchte. Im

gemeinsamen Gespräch entwickeln wir dann die Argumente, mit denen wir die Zielgruppe überzeugen können. Alles andere erledigen wir.

Wie lautete im konkreten Fall der Waldfleisch GmbH der Auftrag?

Rafael und Agnes Biolley brachten genau dieses Interesse mit, kannten ihren Markt genau und wussten, wann



Sonar-Geschäftsführer Philipp Wenzler.

Fotos: zVg

die beste Saisonalität für den Absatz ihrer Produkte ist. Das erleichterte unsere Arbeit sehr.

Waldfleisch war es wichtig, dass wir Restaurants identifizieren, die für sie auch wirklich spannend sind. Ein Vegi-Restaurant oder auch eine «Dorf-Chnelle» waren

nicht die richtige Zielgruppe. In so einem Fall recherchieren wir dann auch selbst, um genau die richtigen Adressen zu finden.

Wann ist eine Kampagne erfolgreich? Gerade im Fall von Waldfleisch?

Im Telemarketing gibt es zwei wesentliche Erfolgsfaktoren: Das Gegenüber muss dazu bereit sein, uns zuzuhören, und es muss sich überzeugen lassen. Für Ersteres



Melani Schnell, Leiterin Kundenprojekte und Qualitätssicherung.

müssen wir den richtigen Moment erwischen. Bei Waldfleisch ist das einerseits die richtige Saison, aber auch die Tageszeit – schliesslich wollen wir den Küchenchef nicht bei der Arbeit stören. Überzeugen können wir dann, wenn wir ein überzeugendes Angebot vermitteln können, das auch wirklich Mehrwert bietet. Rafael und Agnes Biolley verstanden es sehr gut, mit ihren Marktkenntnissen attraktive Pakete zu schnüren. Mit diesen beiden Faktoren ist schon einmal ein wichtiger Schritt gemacht. Das Tolle am Telemarketing ist aber, dass auch eine Absage ein Erfolg sein kann: Schliesslich sammeln wir mit jedem Anruf Informationen darüber, wieso sich jemand überzeugen liess oder eben nicht – eine Art Marktforschung also. So können unsere Kunden ihr Angebot optimieren und besser an den Kundenbedürfnissen ausrichten.

Ein Erfolg ist für mich aber vor allem, wenn ein Kunde sagt: «Hey, mit euch macht Verkauf einfach Spass.» Wenn die Leads also auch wirklich zu guten Verkaufsgesprächen und zu Umsatz führen. Das ist meist der Zeitpunkt, zu dem wir von einer befristeten Kampagne in ein regelmässiges Vertriebsabo und damit eine langfristige Zusammenarbeit wechseln. Ich bin stolz darauf, dass wir kaum Kundenabgänge zu verzeichnen haben.

Sind Sie spezifisch auch schon WIR-Kunden angegangen?

Seit Kurzem sprechen wir systematisch WIR-Kunden an. Wir bieten in der Regel einen Annahmesatz von 35%, wobei dieser je nach Volumen auch höher ausfallen kann. In den Gesprächen merken wir, dass dies für unsere Kunden sehr attraktiv ist und dabei hilft, Telemarketing auch einfach einmal auszuprobieren.

Welche Eigenschaften müssen Ihre Mitarbeitenden mitbringen?

Wichtig ist die Begeisterung für die Arbeit am Telefon. Man muss es mögen, mit seiner Stimme zu überzeugen, und sich auch von Absagen und Desinteresse nicht entmutigen lassen. Dafür braucht es keine spezifische Ausbildung, sondern vor allem eine innere Grundhaltung. Unsere Mitarbeitenden haben deshalb vorher schon in verschiedenen Branchen gearbeitet, was natürlich auch beim Verständnis für die Produkte und Dienstleistungen unserer Kunden hilft.

«Wir bedienen ausschliesslich B2B-Kunden.»

Ist eine grundsätzliche Ablehnung von Telemarketing bei den Zielpersonen spürbar – Stichwort Krankenkassen?

Spannenderweise spüren wir diese Skepsis ausschliesslich bei unseren eigenen potenziellen Kunden in den Vorgesprächen. Unsere Website heisst b2b-telemarketing.ch, wir bedienen also ausschliesslich KMU-Kunden. Kampagnen für Privatkunden, etwa für Krankenkassen oder Mobilfunkabos, lehnen wir seit unserer Firmengründung 2017 entschieden ab.

Für die Kunden unserer Auftraggeber waren unsere Anrufe noch nie ein Problem. Wir rufen ja sozusagen als Mitarbeitende unserer Kunden an. Wichtig ist auch die Gesprächsführung: Wir versuchen Interesse zu wecken und setzen dort an, wo wir ein Bedürfnis spüren. Wenn jemand aber schlicht nicht möchte, hat es keinen Zweck, penetrant zu werden. Ein fast erzwungener Verkaufstermin ist für unsere Kunden schliesslich auch Zeitverschwendung.

Was ist der Vorteil von Telemarketing gegenüber z. B. einem Mailing?

Eine Telemarketingkampagne bietet direkten Kundenkontakt und damit einen immensen Wissensaufbau. Auch wenn ein Anruf keinen direkten Erfolg bringt, wissen wir im Nachhinein zumindest, warum – wie gesagt: Marktforschung! Bei einem Mailing weiss man nicht, was eine Nicht-Antwort bedeutet: gar nicht erhalten, falsche Kontaktperson, falscher Zeitpunkt, Angebot...



Jürg Surdez, Fachspezialist Telemarketing.

Reagieren Kunden unterschiedlich auf Männer oder Frauen – setzen Sie bewusst Frauen oder Männer ein, je nach Branche, Produkt oder Dienstleistung?

Wir achten auf Geschlecht und Dialekt. Alle unsere fünf Mitarbeitenden sprechen Schweizerdeutsch und kommen aus unterschiedlichen Kantonen. Das wird sowohl von unseren Kunden als auch von deren Kunden geschätzt. Über die Zuteilung von Projekten entscheiden wir ausserdem aufgrund der Interessen unserer Mitarbeitenden. Es ist von Vorteil, wenn sich unsere Mitarbeitenden wohl mit der Materie fühlen

Sind Sie auf bestimmte Branchen spezialisiert?

Nein, da wir der Türöffner für unsere Kunden sind, ist die Fähigkeit der Gesprächsführung der relevante Faktor. Wir könnten nie das Fachwissen aufbringen, um die Endkunden detailliert zu einzelnen Produkten zu beraten – das wäre vermessen und auch etwas arrogant. Wir haben daher aber eine enorme Breite: von Innovationsentwicklung über IT bis hin zu Industrie und Grosshandel.

Haben Sie auch schon Produkte von Waldfleisch in Anspruch genommen?

Wir haben unser Abschlussessen noch vor uns, um auf den Erfolg unserer Kampagne anzustossen. – Dies machen wir dann selbstverständlich in einem Restaurant, das Produkte von Waldfleisch bezieht.

WIRmarket.ch > Sonar (oder b2b-telemarketing)

● Interviews: Daniel Flury

So erreichen Sie Ihre Bankberater

Sie haben ein Anliegen und wünschen den Besuch eines Mitglieds des Teams WIR-Beratung & Netzwerk?

Das Beratungszentrum der Bank WIR ...

T 0800 947 947
Montag-Freitag, 08.00–17.00Uhr

... vermittelt Ihnen gerne einen Kontakt!

Die acht Köpfe des Teams WIR-Beratung & Netzwerk



Carmelo Palma

Carmelo Palma (50), der zu seinen Hobbys das Reisen und Fotografieren zählt, ist als einziger des neuen Beratungsteams schon längere Zeit – nämlich seit bald acht Jahren – für die Bank WIR tätig. Der gebürtige Spanier war praktisch schon von Anfang an zusätzlich zu anderen Funktionen als WIR-Berater unterwegs – nun in Vollzeit – und konnte über die Jahre sehr gute Erfahrungen mit den Kundinnen und Kunden der Bank WIR sammeln. «Sie schätzen es, eine Bezugsperson zu haben, an die sie sich jederzeit wenden können. Neben vielen anderen Themen wird immer wieder Beratung in Sachen WIRmarket (Firmenprofil, Inse-
rate) oder WIRmailing gewünscht. Was mich besonders freut, ist, dass Kunden, die mich kennen, mich an andere Teilnehmer weiterempfehlen. Die Mundpropaganda funktioniert!»



Christoph Zahn

Christoph Zahn (57) hat in Arbon eine Lehre als Radio-/TV-Elektroniker absolviert. Er verfügt über eine langjährige Erfahrung in den Bereichen Beratung und Verkauf in verschiedenen Branchen und ist seit 30 Jahren als Kundenberater im Aussendienst tätig. In seiner Freizeit widmet er sich seinem Oldtimer – ein Alfa Romeo Spider –, der nicht nur gefahren, sondern auch unterhalten werden will.

In seiner bisherigen Beratertätigkeit für die Bank WIR konnte er bereits sehr viele Erfahrungen mit Kunden sammeln: «Die Zufriedenheit der Kunden steigt sofort, wenn sie ihr neues Wissen über die Produkte und Dienstleistungen praktisch anwenden und ausschöpfen können.»



Gianni Prinzivalli

Gianni Prinzivalli (60) – er wohnt in der Nähe von Bremgarten – ist ebenfalls gelernter Radio-/TV-Elektroniker und fand zunächst Anstellung als Techniker und dann als Filialeiter verschiedener Elektronikfachgeschäfte. Während 16 Jahren hat er in der Finanzbranche KMU-Kunden in der Deutschschweiz und im Tessin in Finanzierungsfragen beraten. «Jahrelang habe ich gesehen, wie KMU in meinem grossen Netzwerk nach Geld verlangten – heute kann ich ihnen dank WIR einen Mehrwert anbieten, ohne dass sie sich vielleicht verschulden werden», freut sich Prinzivalli. Er spielt Keyboard und Klavier – früher auch Tanzmusik auf der Bühne – und geniesst auf seiner Harley Road King classic das Gefühl der Freiheit und das Grollen des Motors. Auch in seiner Tätigkeit für die Bank WIR möchte Gianni Prinzivalli es den Kunden ermöglichen, ihre Träume zu verwirklichen. «Ich habe oft den Eindruck, dass die Kunden auf mich gewartet haben. Sie sind erstaunt über unser vielfältiges Produkt- und Dienstleistungsangebot, das von Hypotheken oder Vorsorge- und Sparprodukten bis zum CHW-Sofortkredit und den WIRmarket oder die WIRpay-App reicht.»



Stefanie Bellodi

Stefanie Bellodi (58) lebt am Zürcher Obersee, startete als Tierarztgehilfin ins Berufsleben und stieg nacheinander in die Gastronomie, ins Verlagswesen und in die Versicherungsbranche ein, wo sie jeweils in den Bereichen Verkauf, Beratung und Marketing tätig war. In den letzten 20 Jahren beriet sie Privat- und Firmenkunden einer Versicherung zu Versicherungs- und Vorsorgethemen. Ihre Freizeit verbringt sie gerne in der Natur – mit dem E-Bike, mit Wandern und Schneeschuhlaufen – oder mit Lesen. Stefanie Bellodi freut sich über die Wertschätzung der Kunden und stellt fest: «Die Produkte und Dienstleistungen sind bei den «eingeschlafenen» Kunden in Vergessenheit geraten, was nicht verwunderlich ist. Hilfsmittel wie das WIRmatching, Vorschläge für neue WIR-Geschäftspartner oder die Inhalte unseres KMU-Pakets stossen auf grosses Interesse.»



Christoph Schaub

Christoph Schaub (50) wohnt in der Region Basel und zählt – wenig überraschend – die Fasnacht zu seinen Hobbys, ebenso wie den Motorflugsport und das Skifahren. Nach einer kaufmännischen Lehre war er bis vor 20 Jahren in der Finanzbranche unterwegs und vollzog dann einen Wechsel in die Dienstleistungsbranche, sowohl als Arbeitnehmer wie auch als Arbeitgeber. Schaub bezeichnet sich als unternehmerische Persönlichkeit – «mein Herz schlägt für die KMU» –, die nachhaltige und erfolgreiche Win-win-Lösungen für alle Beteiligten anstrebt. «Die WIR-Kunden, die ich bisher besucht habe, sind erstaunt über die Angebote und Entwicklung der verschiedenen Geschäftsfelder der Bank, über die eingegangenen Partnerschaften und über die Digitalisierungsschritte der letzten Jahre.»



Marc Grimm

Marc Grimm ist mit Jahrgang 1992 der Jüngste an Bord des neuen Beraterteams. Er ist gelernter Koch EFZ und dipl. Hotelier-Gastronom HF (Hotelfachschule Thun). Nach einer mehrjährigen Phase der Selbstständigkeit hat er im September 2022 die Tätigkeit bei der Bank WIR aufgenommen. Seine junge Familie, Kulinarik und sein Interesse für Geschichte und Sprachen (Französisch, Englisch und Portugiesisch) füllen seine Freizeit aus. «Das WIR-Netzwerk lebt vom Austausch. Bei unseren Besuchen treffen wir hochinteressante KMU und Persönlichkeiten aus den verschiedensten Branchen. Dies ermöglicht uns, die WIR-Partner besser zu verstehen, sie optimal zu beraten und potenziellen Geschäftspartnern weiterzuempfehlen. Sobald der clevere KMU-Patron das Potenzial der Komplementärwährung WIR versteht, entsteht ein Mehrwert für das WIR-Netzwerk.»



Marc Reinhard

Marc Reinhard (51) ist im aargauischen Siggenthal zu Hause und lebt für und mit seiner sechsköpfigen Familie. Er mag Bewegung, Natur, gutes Essen, Show und Action. Und laute Musik: Marc steht – wenn er nicht als Call Agent und Lead Generator für das WBN-Team Kontakte knüpft – als Rockmusiker praktisch jedes Wochenende singend auf irgendeiner Bühne in der Schweiz. «Ein erwartungsvolles Live-Publikum zu begeistern, läuft ganz ähnlich, wie unseren WIR-Kunden am Telefon zu begegnen», sagt der extrovertierte Outbounder. Weil das Prinzip WIR und seine Produkte etwas zu bieten haben, kriegen seine Gesprächspartner Begeisterung zu spüren und lassen sich in den allermeisten Fällen gerne auf ein Gespräch ein. Dann gilt es für ihn mit Feingefühl und Empathie, die Stimmung zu halten und für seine Kollegen im WBN-Team echte Chancen zu erarbeiten. Und auch das Resultat gleicht sich auffällig: Wenn das höchste der Gefühle der Applaus nach einer gelungenen Bühnenperformance ist – dann ist das höchste der Gefühle auch ein sympathisch geführtes erfolgreiches Gespräch bei der Bank WIR, welches für alle Beteiligten gewinnbringend weitergehen kann.



Stefan Bogdanovic

Stefan Bogdanovic (31) hat nach einer kaufmännischen Ausbildung in verschiedenen Sparten der Pharmabranche gearbeitet und vor zwei Jahren ein BWL-Studium begonnen. Innerhalb des WIR-Beratungsteams der Bank WIR hält er die Fäden zusammen, unterstützt seine Teamkollegen in allen Belangen und erstellt diverse Auswertungen, die als Grundlage für Beratungsgespräche dienen. Ausserdem plant und koordiniert er zusammen mit dem Team Vermarktung diverse Verkaufsförderungsmassnahmen.

In seiner Freizeit engagiert sich Stefan Bogdanovic sozial und organisiert in einem Verein öffentliche «humanitäre Sportanlässe» – z.B. Dartturniere –, wobei die Teilnahmegebühren bedürftigen Familien in Südosteuropa zugutekommen.

Die Gewissheit, bei der richtigen Bank zu sein

Im Namen des gesamten Bankteams wünsche ich Ihnen und Ihren Liebsten bereits jetzt schöne Weihnachten sowie ein frohes und gesundes neues Jahr. Wir danken Ihnen für Ihre Treue und Ihr Vertrauen in unser Unternehmen – die Geschäftsbeziehung mit Ihnen schätzen wir sehr.

◀ Wir werden alles dafür tun, Ihnen weiterhin einen zuverlässigen Service und massgeschneiderte Lösungen zu bieten. Ihre finanziellen Ziele und Bedürfnisse stehen für uns dabei an erster Stelle – bei uns sollen Sie immer die Gewissheit haben, bei der richtigen Bank Kundin oder Kunde zu sein.

Eine Konstante sind und bleiben die Top-Zinsen für unsere Spar- und Vorsorgelösungen:

Seit dem 1. November 2023 können Sie mit Terzo, unserem Säule-3a-Konto, zu einem noch attraktiveren Zinssatz von 1,25 Prozent vorsorgen und gleichzeitig Steuern sparen.

Für Sparguthaben gelten die ausgezeichneten Konditionen sogar bis 500 000 Franken – auf allen unseren Sparkonten. Das ist im schweizweiten Branchenvergleich überdurchschnittlich – bei der Bank WIR bekommen Sie einfach mehr fürs Geld. Auch weil wir Zinserhöhungen seitens der Schweizerischen Nationalbank konsequent an unsere Kundschaft weitergeben. Im Frühling haben wir mit unserem neuen «Sparkonto plus» – die Verzinsung beträgt attraktive 1,8 Prozent – Bewegung in die Zinslandschaft gebracht. Weitere vorteilhafte Angebote werden folgen. Und nicht vergessen: Auch Geschäftskundinnen und -kunden können bei uns sparen.

In Zeiten steigender Zinsen sind die WIR-Kredite die richtige Wahl, wenn es um die Realisierung Ihrer Projekte geht. Warum? Die Zinsen unserer WIR-Finanzierungslösungen sind in allen Marktsituationen stabil und auch in volatilen Zeiten ein sicherer Wert. Wussten Sie zum Beispiel, dass in der Vergangenheit die Zinsen für die Hypothek in WIR durchschnittlich 2,55 Prozent tiefer waren als für jene in Schweizer Franken? Deshalb mein Tipp: Beziehen Sie die unschlagbar günstigen WIR-Kredite immer in Ihre Überlegungen mit ein. Sie können das Zünglein an der Waage sein, ob ein Vorhaben für Sie tragbar ist oder nicht. Besonders ans Herz legen möchte ich Ihnen unsere neue WIR-Starhypothek zu 0% für die ersten drei Jahre. Sie haben richtig gelesen: null Prozent. Da bleiben keine Wünsche offen.

Neben diesen attraktiven Angeboten haben wir weitere neue Projekte und Produkte in der Pipeline. Das Jahr 2024 wird ein spannendes Jahr für die Bank WIR und ihre Kundinnen und Kunden. Wir arbeiten an innovativen Lösungen, die Sie begeistern könnten. ▶

Herzliche Grüsse von der Heuwaage in Basel

● Bruno Stiegeler, Vorsitzender der Geschäftsleitung





R wie Räder und Franco Marvulli (Foto) und Olivier Senn, Direktor Tour de Suisse.

Fotos: Foto Frutig



R wie Rhythmus und Ladyva.



R wie Rendite und Produkte der Bank WIR.

«Räder. Rhythmus. Rendite.»

Herbstgespräche 2023

Der ehemalige Bahnradprofi Franco Marvulli und Tour-de-Suisse-Direktor Olivier Senn waren die Gäste an den Herbstgesprächen der Bank WIR. Die 835 Kapitalgebenden – ein neuer Rekord – erhielten aus erster Hand Einblicke in die Bank WIR und wurden von Boogie-Woogie-Pianistin Ladyva bestens unterhalten.

Mit der Bank WIR als Premium Partner der Tour de Suisse lag der rote Faden der Herbstgespräche auf der Hand: das Velo bzw. das Rad, um dem Dreiklang «Räder. Rhythmus. Rendite» Genüge zu tun. So mussten auch einige Exponenten der Bank WIR Auskunft zu ihrer Beziehung zum Velo geben. Die Bilanz war durchmischt: Verwaltungsratspräsident Marc Reimann wandte sich nach einer kurzen Mountainbikephase dem Beachvolleyball zu, das Velo von CEO Bruno Stiegeler steht seit elf Jahren im Keller – immerhin hat er 2012 in Äthiopien im Rahmen eines Hilfsprojekts während drei Wochen 1500 Kilometer zurückgelegt! – und nur Mathias Thurneysen, Leiter Finanzen der Bank WIR, ist ein Habitué und fährt jeden Morgen mit dem Velo zur Arbeit.

«Ohne Stress und Erwartungsdruck»

In eine ganz andere Kategorie gehört natürlich Franco Marvulli, ehemaliger Bahnradprofi, Weltmeister und Gewinner einer Silbermedaille an den Olympischen Spielen 2004 in Athen. Aber selbst bei ihm gab es eine Phase, in der das Velo langsam Staub ansetzte: «Nach 20 Jahren Spitzensport habe ich das Velo in die Ecke gestellt und zwei Jahre lang nur bei einigen Verpflichtungen hervor-



835 Kapitalgebende besuchten die Herbstgespräche im KKL.



Verwaltungsratspräsident Marc Reimann.



Verwaltungsrätin Chantal Lutz.



Verwaltungsrat Michael Benes.



CEO Bruno Stiegeler.



Finanzchef Mathias Thurneysen.



Franco Marvulli bahnte sich einen Weg auf die Bühne...



geholt» – fast einen Hass habe er für sein Sportgerät empfunden. Trotzdem ist es das Velo, das Marvulli befähigt hat, wieder zu sich selbst zu finden. Nun nicht mehr auf der Bahn, auf der er jahrelang höchstens Bandenwerbung und die Zuschauer hat vorbeiflitzen sehen, sondern «ohne Stress und ohne Erwartungsdruck» ganz allein auf einer Veloreise von Johannesburg nach Kapstadt. Einfach losfahren, auch mal Umwege fahren und Pause machen, wenn es ihm passt: «Ich bin davon weggekommen, schnell fahren zu müssen.» Nicht nur hat Marvulli so wieder die Freude am Velofahren gefunden, er hat auch viele Gegenden und Routen kennengelernt – neben Südafrika mit 14 kg Gepäck z. B. auch Patagonien, Skandinavien (mit seiner Frau und dem dreieinhalb Monate alten Kind), die Strecke Venedig-Athen (mit einem 72-jährigen Freund) oder Paris-Normandie (mit seinen Eltern). Und ebenso bereichernd: die Begegnungen mit Menschen, die nicht in einer Überflusgesellschaft leben und den Europäer mit neuen Dimensionen der Grosszügigkeit und Würde bekannt gemacht haben. Sicher wird die nächste Tour von Südostthailand nach Hanoi – «der Nudelsuppen-express» – viele neue Erlebnisse bereithalten.

Keine Tour de Suisse nur für Schweizer Fahrer

Zurück in die Schweiz: Olivier Senn, Direktor der Tour de Suisse, deren Premium Partner die Bank WIR ist, kann die neue Motivation Marvullis gut verstehen. Schliesslich ist jede Tour auch eine Lektion in Geografie, Kultur und Geschichte – ganz im Gegensatz etwa zu einem Fussballspiel, meinte Senn, sicher ohne den anwesenden Baslern zusätzliches Salz in die Wunde streuen zu wollen und ohne Vorahnung auf das spätere 0:3-Debakel gegen Lausanne. Mythen und Legenden, das Velofahren als Volkssport und die Kindheiterinnerung von fast jeder und jedem an eine Tour de Suisse: das seien die Elemente, welche die Faszination der Tour de Suisse ausmachen. Eine Faszination, die dieses Jahr mit dem Unfalltod von Gino Mäder durch grosse Trauer verdrängt wurde. Das Krisenmanagement habe er nicht gesucht, so Senn, dafür aber gelernt, dass Transparenz und Authentizität in einer solchen Extremsituation elementar seien. Auf die Frage von Moderator Volker Strohm, Leiter Corporate Communication der Bank WIR, welcher Schweizer denn endlich auf den letzten einheimischen Tour-Sieger Fabian Cancellara (2009) folgen werde, fiel der Name Marc



... und zog die Zuschauer mit seinen Reiseerlebnissen in den Bann.

Hirschi. Senn stellte klar, dass einerseits sehr viele Faktoren – darunter auch das richtige Team und die richtige Position darin – entscheidend seien und andererseits kaum ein Land vergleichbarer Grösse über ebenso viele Top-Leute verfüge wie die Schweiz. «Was wir auf keinen Fall tun werden, ist eine Tour de Suisse zu bauen, die nur ein Schweizer gewinnen kann.»

«Für Elise» mal anders

Keine Herbstgespräche ohne musikalische Intermezzi. Dieses Jahr war es die Boogie-Woogie-Pianistin Ladyva, die für R wie Rhythmus verantwortlich war, begleitet von Schlagzeuger Charlie Weibel. Ihr Improvisationstalent stellte sie gleich zu Beginn unter Beweis und begeisterte das Publikum mit einer Boogie-Version des Hauptmotivs von Beethovens Klavierstück «Für Elise». Und mit Nancy Sinatras «These boots are made for walkin'» brillierte Ladyva auch als Sängerin.

R wie Rendite

Das dritte R stand für Rendite und damit für die Bank und einige ihrer Exponenten: der neue VR-Präsident Marc Reimann, CEO Bruno Stiegeler, Finanzchef Mathias Thurneysen und die beiden neu gewählten Mitglieder des Verwaltungsrats Chantal Lutz und Michael Benes, die sich kurz vorstellten. Gemeinsame Botschaft: Die Bank WIR ist gut aufgestellt, übertrifft alle regulatorischen Anforderungen und wird auch in Zukunft eine Politik der Di-

versifizierung und Gewinnoptimierung (im Gegensatz zu der sonst in der Branche verbreiteten Gewinnmaximierung) verfolgen. Die Bewegung, die in den letzten Monaten in die Zinslandschaft gekommen ist, wird als Chance gesehen, sich als kleine Bank und Genossenschaft noch besser zu positionieren. Und der jüngsten Generation die fast vergessen gegangenen Begriffe Zins und Zinseszins wieder ins Bewusstsein zu bringen.

● Daniel Flury

Beteiligungsschein-Aktion

Analog 2021 und 2022 macht CEO Bruno Stiegeler allen Kapitalgebenden ein tolles Angebot: Bis Ende Dezember 2023 können sie Beteiligungsscheine ohne Courtage und ohne Börsengebühr dazukaufen. Mehr dazu hier:



Olivier Senn, Direktor der Tour de Suisse, in der Diskussionsrunde, moderiert von Volker Strohm (r.).

Vorsorgebeiträge und Termine bis Ende Jahr

Haben Sie Ihre Vorsorgebeiträge für dieses Jahr schon voll einbezahlt? Hier finden Sie die letztmöglichen Termine für Zahlungsaufträge.

Denken Sie daran: Wenn Sie Ihre Vorsorge voll einzahlen, schöpfen Sie Ihr Steuersparpotenzial maximal aus! Überweisen Sie noch vor Jahresende den vom Gesetzgeber erlaubten Maximalbetrag auf das Terzo-Vorsorgekonto oder die VIAC-Vorsorgelösung. Achtung: Alle Ihre Einzahlungen auf ein Terzo-Konto oder VIAC werden zusammengerechnet und dürfen das gesetzliche Maximum von 7056 CHF (unselbstständig erwerbstätig) und 35280 CHF (selbstständig erwerbstätig), max. 20% vom Nettoeinkommen, nicht überschreiten.

Manueller Zahlungsverkehr

Schriftliche Aufträge (Buchungsaufträge, Vergütungsaufträge), die bis zum 26. Dezember 2023 am Hauptsitz der Bank WIR eintreffen, werden noch im laufenden Kalenderjahr verarbeitet und auf dem Auszug 2023 aufgeführt. Aufgrund des hohen Volumens an Aufträgen zwischen Weihnachten und Neujahr empfehlen wir jedoch, die Aufträge bis spätestens 18. Dezember 2023 mit A-Post aufzugeben.

Elektronischer Zahlungsverkehr (E-Banking)

Bis spätestens 29. Dezember 2023, 15.15 Uhr, können Sie Aufträge mit Ausführungsdatum 29. Dezember 2023 übermitteln. Danach gilt das Verarbeitungsdatum 3. Januar 2024.

Ein- und Auszahlungen Säule 3a

Bitte beachten Sie folgende Punkte, damit wir die Verbuchung garantiert noch im laufenden Kalenderjahr vornehmen können:

- **Eröffnung neuer Terzo-Konten für eine Einzahlung im Jahr 2023**

Ein Eröffnungsantrag für eine Terzo-Eröffnung mit Einzahlungsmöglichkeit für das Steuerjahr 2023 muss bis spätestens 15. Dezember bei uns eingetroffen sein.

- **Überweisungen auf ein bestehendes Terzo-Konto**
Diese müssen bis spätestens 15. Dezember 2023 bei uns eingetroffen sein.

- **Übertrag oder Bezug eines bestehenden Terzo- oder Freizügigkeitskontos**

Damit in allen Fällen ein Übertrag oder Bezug vor Jahresende verbucht werden kann, muss die entsprechende Erklärung des Vorsorgenehmers spätestens am 30. November 2023 eingegangen sein.

- **Einzahlungen auf die digitale Vorsorgelösung VIAC**

Diese sind ausschliesslich mittels der kostenlosen VIAC-App möglich und können bis 29. Dezember 2023 verbucht werden. Einzige Voraussetzung: Die Überweisung ist bis dahin eingetroffen und übersteigt nicht den zulässigen Maximalbetrag.

Kontoabschlussdokumente

Zins- und Kapitalausweis/Vermögensauszug

Per 31.12.2023 werden Ihre Konten abgeschlossen und der für die Steuererklärung benötigte Zins- und Kapitalausweis sowie der Vermögensauszug für Depotkunden erstellt. Nutzen Sie E-Banking, erhalten Sie diese Anfang Januar als e-Dokument. Firmenkunden mit mehreren E-Banking-Verträgen erhalten den Zins- und Kapitalausweis als e-Dokument Anfang Januar und den Vermögensauszug Mitte Januar 2024 in Papierform.

Kunden ohne E-Banking erhalten alle Abschlussdokumente Mitte Januar 2024 in Papierform.

Terzo: 1,25% Zins!

Sympathischer Werbeträger

Die Bank WIR ist Premium Partner der Tour de Suisse und ist auch sonst aufs Velo gekommen: Als Teil der Marketingmassnahmen setzt sie auf Velofahrer, die für die Working Bicycle AG unterwegs sind.

Dem Velo fliegen in der Schweiz viele Sympathien zu. Als nachhaltiges Fortbewegungsmittel und als Sportgerät ist es beliebt und wird von 45% der Bevölkerung regelmässig eingesetzt. Veloaffine Menschen stehen deshalb im Fokus der Werbe- und Sponsorenanstrengungen der Bank WIR, deren Top-Angebote im Spar- und Vorsorgebereich wie gemacht für die breite Öffentlichkeit sind.

Gegenwärtig sind rund 16 500 Velofahrende in der ganzen Schweiz mit Werbeboxen von Working Bicycle auf dem Gepäckträger unterwegs. Sie machen Werbung für rund für 250 Firmen, eine davon ist die Bank WIR. Zuletzt hat sie im Juni eine 14-tägige Kampagne in Basel, Bern, Zürich und Lausanne bei Working Bicycle gebucht und das Sparkonto plus beworben. Während dieser Zeit waren 130 Velofahrende in diesen vier Städten für die Bank WIR unterwegs.

Wie eine Umfrage ergeben hat, werden die Werbeboxen von zwei Dritteln der Befragten als sympathischer und weniger störender Werbekanal empfunden als Fernsehen, Radio oder Zeitung. 92% der Werbekontakte werden bei stehenden Velos generiert, weshalb die Velofahrenden angehalten sind, ihre Velos bei Nichtgebrauch an gut frequentierten Orten abzustellen. So erreicht die jeweilige Werbung bei einer nationalen Kampagne von 14 Tagen Laufzeit rund 56% der Schweizer Bevölkerung. Eine mindestens siebentägige Kampagne kann auch regional oder nur lokal gebucht werden. Die Velofahrenden profitieren, indem sie auf dem Gepäckträger eine – von Working Bicycle nach der Anmeldung über eine App montierte – abschliessbare Box für ihre Siebensachen oder Einkäufe mitfahren. Ausserdem erhalten sie eine Gutschrift von bis zu 20 CHF pro Woche, in der sie mit der Werbebox unterwegs sind.

● Daniel Flury



Ein Velo mit einer Werbebox von Working Bicycle, angetroffen in Basel.

Foto:
Denise Siemens

Eine Weihnachtsgeschichte

Liebe Leserin, lieber Leser

Es war einmal eine Unternehmerfamilie, die wie jedes Jahr vor Weihnachten das Projekt Weihnachtsbaum in Angriff nahm. Die Familie bestand aus Vater, Mutter und ihren zwei Kindern, einem 15-jährigen Mädchen namens Sophie und einem 10-jährigen Jungen namens Luca. Doch es gab da noch zwei weitere Mitglieder der Familie,

die für reichlich Chaos sorgen sollten: ein tollpatschiger Hund namens Buddy und eine eigensinnige Katze namens Misou.

Die Familie beschloss, gemeinsam zum Bio-Tannenbaumzüchter (4,7% Rabatt für WIR-Mitglieder) zu gehen, um den perfekten Weihnachtsbaum in seinen verschneiten Wald auszusuchen. Sophie, die Teenagerin, wollte natürlich einen veganen Baum, der modisch und Instagram-würdig sein sollte, während Luca davon träumte, den grössten Baum überhaupt zu finden, den er dann als «Lucas Superbaum» bezeichnen könnte. Misou kuschelte sich währenddessen zu Hause in eine ruhige Ecke.

Im Wald angekommen, begann Buddy, aufgeregt umherzuspringen, jagte Eichhörnchen und schien sich nicht zu kümmern, dass im Aufzuchtareal Bäume gefällt wurden. Nach einigen Umwegen und wilden Diskussionen, die sich um die Wahl des passenden Baumes drehten, stolperte Luca über eine Wurzel und rollte den Hang hinunter. Seine Schwester Sophie krümmte sich vor Lachen und machte ein Video davon, welches sie sofort auf TikTok postete.

Endlich, nachdem der Baum gefunden und auf dem Autodach (nicht ganz den Transportregeln entsprechend) nach Hause befördert worden war, stellten sie ihn im Wohnzimmer auf.

Die Kinder freuten sich auf das Schmücken des Baumes. Sophie wollte glamouröse Ornamente und goldene Engelshaare, die ihren Instagram-Feed erstrahlen liessen, während Luca Kugeln und Lichter so dicht wie möglich aufhängen wollte, um «Lucas Superbaum» zu vollenden. Das eigentliche Chaos begann, als sie sich daran machten, die Spitze des Baumes zu montieren.

Sie ahnen es – es kam, wie es kommen musste: Sophie wollte, dass die Baumspitze ein wahres Meisterwerk aus Glitzer und Glamour wurde. Engelshaar schien die ideale Wahl zu sein, um ihren Weihnachtsbaum in ein funkelnendes Kunstwerk zu verwandeln.

Misou, die Katze, sah in diesem glänzenden Engelshaar jedoch nicht das künstlerische Wunderwerk, das Sophie erträumte. Neugierig, wie Katzen nun mal sind, beschloss sie, das Engelshaar auf spielerische Art zu erkunden. Und so verhedderte sich die Katze in den langen Glitzerfäden und versuchte verzweifelt, sich daraus zu befreien. In ihrem wilden Kampf um Freiheit riss Misou den Baum und mit ihm den Vater, der auf der Leiter versucht hatte,

Der Unternehmergeist im Fokus



Der **Unternehmergeist** ist eine Kolumne von Karl Zimmermann, die auf vergnügliche und dennoch nicht minder klare Art und Weise aufzeigt, wie er, der Unternehmergeist, «funktioniert» – und weshalb ihm in seinem Handeln scheinbar keine Grenzen gesetzt sind.

Karl Zimmermann, der Autor dieser Kolumne, startete seine berufliche Karriere 1974 mit einer Lehre als Metallbauschlosser. Nach zahlreichen Weiterbildungen war er ab 1983 Partner der Karl Zimmermann Metallbau AG, die er 2012 verkaufte. 2006 gründete er zusammen mit Hans und Andreas Weber die KMU-Nachfolgezentrum AG und ist dort seither als Verwaltungsrat und Nachfolgecoach aktiv. Ihr Kerngeschäft ist die Nachfolgeregelung von kleinen und mittleren Unternehmen. Nebst der direkten Beratung engagiert sich das KMU-Nachfolgezentrum in der Öffentlichkeit und will so die Gesellschaft für das Thema Nachfolge sensibilisieren. Zu zahlreichen Mandaten und Mitgliedschaften gesellten sich 1998 der «Bayerische Staatspreis für besondere technische Leistungen im Handwerk» und 2005 der «Deutsche Bundespreis für hervorragende innovatorische Leistungen für das Handwerk» sowie 2006 der Gewerbebär der KMU-Stadt Bern.

www.kmu-nachfolgezentrum.ch
oder wirmarket.ch > Nachfolgezentrum



Schöne Festtage!

Foto: iStock

die Spitze zu befestigen, um. Der Vater stürzte mit einem lauten Aufschrei zu Boden. Das Wohnzimmer verwandelte sich in ein Schlachtfeld. Kugeln, Engelshaar und Lichter flogen durch die Luft, während der Weihnachtsbaum zu Boden stürzte.

Und als wäre das nicht genug, geschah gleichzeitig ein weiteres Drama: Buddy, der tollpatschige Hund, befand sich genau unter dem umstürzenden Baum und wurde unter einer Lawine aus Christbaumschmuck und Tannennadeln begraben. Sein lautes Geheul vermischte sich mit Sophies Schreien, als sie versuchte, Misou aus dem Engelshaar zu befreien.

Und so fand sich die Familie in einem wahrhaften Weihnachtschaos wieder, mit einem umgekippten Baum, zerrissenen Lichterketten, zerbrochenen Weihnachtskugeln, einem verschütteten Hund, einer verhedderten Katze und einem von der Leiter gefallenen, glücklicherweise nicht verletzten Vater. Es war sicherlich nicht das, was sie sich für ihren besinnlichen Weihnachtsabend vorgestellt hatten.

Nach all dieser Verwirrung, Komik und dem Drama raufte sich die Familie zusammen. Sie schuf mit Unternehmergeist ein Werk aus alternativem, selbst gebasteltem

Christbaumschmuck und alten Wachskerzen, das sie nie mehr vergessen würden. Es war nicht der perfekte Baum, nicht der makellose Schmuck, aber es war ihr Baum, ihre Weihnachtstradition und ihre Familie. Es war, als würde der Baum in seiner neuen Pracht all ihre Sorgen auflösen, und an seiner Spitze glänzte ein funkelnder Stern aus Weihnachtspapier und Engelshaarresten.

Da sagte Sophie, die Teenagerin, mit einem Lächeln: «Es geht nicht darum, wie perfekt unser Weihnachtsbaum ist, sondern wie perfekt er für uns ist.» (Noch nie zuvor hatte Sophie so viele Likes und Kommentare erhalten wie für das auf allen Kanälen gepostete Foto mit dem kreativen Gemeinschaftswerk).

Und so feierte diese Familie ein einzigartiges Weihnachtsfest, das von Lachen, Chaos, gegenseitiger Unterstützung, Achtung und Liebe erfüllt war.

«Liebe ist das Einzige, was sich verdoppelt, wenn man es teilt», sagte einst Albert Schweitzer.

Mit diesem Zitat und einem Schmunzeln wünsche ich dir frohe und erholsame Festtage,

● Dein Unternehmergeist

Faszination WIR

144 Seiten «Faszination WIR»

89 Jahre sind seit der Gründung der WIR Bank Genossenschaft vergangen. Das Buch «Faszination WIR – Resistent gegen Krisen, Spekulationen und Profitgier» beleuchtet Aspekte einer spannenden Firmengeschichte, setzt dazu bereits beim Börsencrash von 1929 ein und zeigt die Zukunftschancen der Komplementärwährung WIR auf. Das Buch ist im Buchhandel erhältlich, kann zu einem Vorzugspreis, aber auch über die Bank WIR bezogen werden.

Das WIR-System der Bank WIR unterstützt die Schweizer Binnenwirtschaft und ist in seiner Grösse und Nachhaltigkeit weltweit einzigartig: Was 1934 als Netzwerk von 300 Firmen und Privaten begann, umfasst heute über 20000 KMU, die unter sich jährlich einen Mehrumsatz von mehreren Hundert Millionen CHW generieren. In seinem Buch «Faszination WIR» zeigt Hervé Dubois auf, wie diese spannende Erfolgsgeschichte möglich war, welche Hürden dabei genommen werden mussten und was auch in Zukunft der ökonomische Nutzen einer Komplementärwährung in einer von Wachstums- und Profitdenken geprägten Wirtschaftsordnung ist.

Hervé Dubois wurde in La Chaux-de-Fonds geboren und wuchs in Zürich auf. Nach der Matur studierte er Wirtschaftswissenschaften und Publizistik an der Hochschule St. Gallen. Während 20 Jahren war Dubois in der Region Basel als Redaktor bei Tageszeitungen, bei der Schweizerischen Depeschagentur und als Radiojournalist tätig.

1995 wechselte er zur WIR Bank Genossenschaft, wo er bis zu seiner Pensionierung 2014 als Kommunikationsleiter tätig war. Heute lebt Hervé Dubois im Wallis.

Faszination WIR – Resistent gegen Krisen, Spekulationen und Profitgier. 144 Seiten, Hardcover, Leinenstruktur mit Prägung

Erhältlich ist das Buch in allen Buchhandlungen (ISBN 978-3-03781-075-0) zum Preis von 34 CHF (Richtpreis).

Das Buch kann – solange der Vorrat reicht – auch über die Bank WIR zum Vorzugspreis von 20 CHF oder 20 CHW bezogen werden, und zwar

- per Post mit dem unten stehenden Talon*
- per E-Mail (s. Talon)*
- in den Filialen und Agenturen der WIR Bank

* Portokosten werden nicht verrechnet



TALON

Bitte senden Sie mir Exemplar(e) des Buchs «Faszination WIR» zum Preis von 20.–/Exemplar an diese Adresse:

Firma:

Vorname/Name:

Strasse:

PLZ/Ort:

Unterschrift:

Ich bezahle mit WIR. Bitte belasten Sie mein WIR-Konto Nr.

Ich bezahle mit CHF. Bitte belasten Sie mein
Kontokorrentkonto Nr. Sparkonto Nr.

Ich bezahle mit CHF nach Erhalt einer Rechnung (Lieferung nach Zahlungseingang)



Talon einsenden an **Bank WIR, Marketing, Auberg 1, 4002 Basel**. Oder bestellen Sie das Buch per E-Mail: faszination@wir.ch (bitte gewünschte Anzahl Bücher, Adresse und Zahlart mit Kontonummer angeben).

Neue WIR-Teilnehmer

Die tagesaktuellen Angaben zu allen neuen und bestehenden WIR-Teilnehmern finden Sie auf wirmarket.ch

AG

Clean & Care Service Jordi flex

Spittelhofring 12, 4665 Oftringen
M 076 257 27 76
Allgemeine Gebäudereinigung

Holzbau Hürbin AG 3%

Gerstenweg 3, 4310 Rheinfelden
T 061 831 54 95
www.huerbinag.ch
Holzbau, Zimmerei

Suter-Siegrist Reinigung 50%

Samantha Siegrist
Letziweg 9, 4663 Aarburg
M 079 676 07 81
Allgemeine Gebäudereinigung

BE

Fidanz AG flex

Ernst-Schüler-Strasse 74, 2502 Biel/Bienne
M 078 812 96 39
Activités des marchands de biens immobiliers

Spycher Burger Gang AG flex

Ey 9, 3063 Ittigen
www.spycherburgergang.ch
Leasing von geistigem Eigentum und ähnlichen Produkten (ohne Copyrights)

Viva Caravan flex

Stephan Mutti
Eichenweg 5, 2556 Schwadernau
M 079 251 23 50
Handelsvermittlung und Grosshandel mit Automobilen mit einem Gesamtgewicht von mehr als 3,5 t

BL

PM Baubedarf GmbH flex

Zelgliweg 3, 4452 Itingen
info@pekerholding.ag
Grosshandel mit Baustoffen

Waldhaus beider Basel AG 25%

In der Hard, 4127 Birsfelden
T 061 313 00 11
www.waldhausbeiderbasel.com
Hotels, Gasthöfe und Pensionen mit Restaurant

FR

allesrundumshaus.ch 20%

François Nyfeler
Bundtels 11, 3186 Düringen
M 079 677 87 94
www.allesrundumshaus.ch
Vermittlung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

NE

CHOCTEC Sàrl 10%

avenue Daniel-Jeanrichard 2a, 2114 Fleurier
T 032 861 22 12
www.choctec.ch
Commerce de gros d'autres machines et équipements

SG

ARTARIS AG flex

Oberer Graben 8, 9000 St. Gallen
T 071 447 88 90
www.artaris.ch
*Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung; Buchführung;
Treuhandgesellschaften*

Bernhard Uka Reinigungen flex

Zürcherstrasse 33, 8730 Uznach
M 079 309 90 75
www.bernhard-reinigung.ch
Allgemeine Gebäudereinigung

Grobau Wattwil AG 10%

Bahnhofstrasse 13, 9630 Wattwil
T 071 988 20 25
*Kauf und Verkauf von eigenen Grundstücken, Gebäuden und
Wohnungen*

SO

PSJ-Holding AG flex

Oberwaldstrasse 16, 4573 Lohn-Ammannsegg
T 032 665 40 21
Andere Holdinggesellschaften

SZ

AC Mächler AG flex

Schwendi 3, 8857 Vorderthal
T 055 446 14 64
www.acmaechlerag.ch
Allgemeiner Hochbau

Crescendo Holding AG flex

Untere Paulistrasse 6b, 8834 Schindellegi
T 044 303 38 38
Investmentgesellschaften

Gebrüder Schmid AG flex

Hagrütistrasse 4, 8862 Schübelbach
T 055 440 14 75
Allgemeiner Hoch- und Tiefbau ohne ausgeprägten Schwerpunkt

Trachsler Media flex

Zeughausstrasse 37, 8854 Galgenen
T 055 210 53 53
www.trachslermedia.ch
Webportale

TG

Attiger Dienstleistungen GmbH 5%

Golfpanorama 2, 8564 Lipperswil
T 052 723 05 50
Sonstige Bauinstallation

Bodenbau X GmbH flex

Rietwiesstrasse 4, 8505 Dettighofen
www.bodenbau-x.ch
Verlegen von Fussboden

Krone Bürglen flex

Sulgerstrasse 10, 8575 Bürglen TG
M 079 753 90 63
www.gasthof-krone.ch
Restaurants, Imbissstuben, Tea-Rooms und Gelaterias

SWOBAG Group AG

flex

Zürcherstrasse 281, 8500 Frauenfeld
 T 052 723 07 07
www.swobag.ch
 Architekturbüros

VD**GROUP EDISON SA**

50%

Chemin de Budron A 14, 1052 Le Mont-sur-Lausanne
 T 021 637 37 37
www.groupedison.com
Autres activités auxiliaires de services financiers, hors assurance et caisses de retraite

VS**Cave des Jumeaux Sàrl**

100%

Rue des Finettes 61, 1920 Martigny
 M 079 344 58 38
www.cavedesjumeaux.ch
Culture de la vigne

Me Lionel Marguet

flex

Etude Fumeaux & Marguet
 Avenue du Midi 9, 1950 Sion
 T 027 322 50 36
www.etudefumeauxmarguet.ch
Études d'avocats, de notaires

Netkum AG

flex

Weidenweg 227, 3902 Glis
 T 027 722 77 77
www.netkum.ch
Erbringung von sonstigen Dienstleistungen der Informationstechnologie

Nil Peinture GmbH

flex

Untere Zellstrasse 20, 3970 Salgesch
www.nil-peintures.ch
Malerei und Gipserei ohne ausgeprägten Schwerpunkt

ZH**Malergeschäft Tobler GmbH**

3%

Oberdorfstrasse 1, 8340 Hinwil
 T 055 284 19 75
Malerei

Surprise Kultour AG

20%

Rudolfstrasse 37, 8400 Winterthur
 T 052 235 10 00
www.kultour.ch
Reiseveranstalter

«Die perfekte
Location für Ihr
Netzwerk.»

Laurence Stamm, Hôtel Beaulac,
Neuenburg, WIR-Netzwerkerin

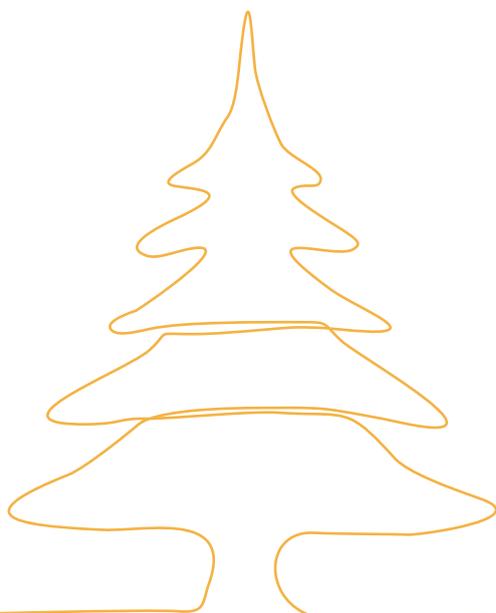
Jetzt
KMU-Paket
eröffnen



WIR-Networks

9 eigenständige WIR-Networks bilden das grösste Business-Netzwerk der Schweiz. Sie bieten spannende Referate, Besichtigungen und Reisen an – ideale Gelegenheiten, potenzielle Geschäftspartner kennenzulernen und die Geschäftstätigkeit auszuweiten!

Einen Überblick über alle Anlässe inkl. Anmeldemöglichkeit gibt es unter www.wir-network.ch oder den nachfolgend aufgeführten direkten Links auf die regionalen Networks.



FROHE

Weihnachten

WÜNSCHT

WIR ne+work
Ostschweiz

Frohe Festtage und einen guten Rutsch ins neue Jahr
an alle Mitglieder und WIR-Teilnehmer!

Wir freuen uns schon jetzt auf das Vereinsjahr 2024.

«Wer clever einkauft,
spart schon beim
Wechselkurs.»

In 2 Min.
Demokonto
eröffnen

Skiferien Arosa

**** Waldhotel Arosa

Freuen Sie sich auf 8 Tage herrlichen Winterzauber in Arosa.

Im Preis inbegriffen:

1x Skifahren mit Skilehrer an einem Morgen in einer Gruppe.

1xEisstockschiessen an einem Vorabend

1x Kutschenfahrt

1x Fondue- oder Raclette-Abend

Willkommensapéro

7 Übernachtungen/Halbpension

Frühstück-Buffer

5 Gang Abendessen

Benützung Spa Bereich auf 1100m²

Es können auch einzelne Übernachtungen gebucht werden.



Jetzt
anmelden
& Ferien
machen

27. Januar - 3. Februar 2024

**** Waldhotel – Arosa

Angebot , Details siehe linke Spalte

- Doppelzimmer mit Halbpension bei 2 Personen, je ca. CHW 1900.-
- Doppelzimmer zur Einzelbenutzung mit Halbpension ca. CHW 2165.-

Die Anmeldung: www.wir-netz.ch

Eine Mitgliedschaft beim WIR-Network-Zürich ist erforderlich

Ski- und Badespass im Engadin

- Welcome-Apéro
- Alpiner Schlemmerbrunch bis 10:30 Uhr
- Zvieri im Hotel Belvedere
- 4-Gang Gourmet-Nachtessen
- Engadin Bad Scuol: täglich unbeschränkte Eintritte in die Bäder und Saunalandschaft
- GuardaVal Wellnessbereich: mit Sauna, Dampfbad, Ruheraum
- Skipass für das Skigebiet Scuol an allen Tagen (inkl. Anreisetag und Abreisetag)
- Kurtaxe und Parkplatz
- Postauto in der ganzen Region Unterengadin und Dreiländerfahrt

Konsumationen können im Hotel mit 100% WIR bezahlt werden.



GuardaVal
Engadiner Boutique-Hotel



Skipass
für das
Skigebiet
Scuol
inbegriffen

Sonntag, 17. März - Freitag, 22. März 2024

**Engadiner Boutique-Hotel, GuardaVal,
Vi 383, 7550 Scuol/Engadin**

Die Anmeldung: Anmeldung bis 31. Januar 2024 nur möglich unter www.wirnetwork-gr.ch oder s.gall@wirnetwork-gr.ch

Die Kosten: Preis pro Person im Doppelzimmer 1'290.00 mit 100% WIR für Mitglieder inkl. Begleitperson.
Preis pro Person im Doppelzimmer 1490.00 mit 100% WIR für Nicht-Mitglieder inkl. Begleitperson

«Hier reift
der Erfolg.»

Simon Tornay, BTB Boucherie-
Traiteur-Boissons, Orsières,
WIR-Netzwerker

Nachhaltig
und solide
finanzieren



Disclaimer – Rechtliche Hinweise

Keine Gewähr

Alle Berichte, Kommentare, Hinweise, Berechnungen oder sonstigen Angaben («Inhalte») des WIRinfo dienen der Information und der Meinungsbildung des Lesers. Die Bank WIR übernimmt keine Gewähr für Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der bereitgestellten Inhalte. Der Leser nimmt im Weiteren zur Kenntnis, dass Kommentare externer Autoren nicht unbedingt die Meinung der Bank WIR wiedergeben. Hinweise auf vergangene Entwicklungen oder Performances sind keine Garantie für zukünftige Entwicklungen.

Keine Handlungsanweisungen

Die Inhalte des WIRinfo stellen teilweise Werbung dar, sind aber weder als Empfehlungen bzw. Handlungsanweisungen noch als Entscheidungshilfen für Anlageentscheidungen, Rechtsfragen, Steuerfragen oder dergleichen aufzufassen. Die Inhalte sind auch nicht als Aufforderung zum Kauf von Produkten oder zur Inanspruchnahme bestimmter Dienstleistungen der Bank WIR oder Dritter zu verstehen.

Inserate

Es werden nur Inserate veröffentlicht, die den einschlägigen Inseratebedingungen der Bank entsprechen. Für den Inhalt der Inserate und die angebotenen Produkte und Dienstleistungen ist allein der Inserent verantwortlich, und allein der Inserent hat für allfällige Ansprüche einzustehen.

Konditionen

Die genannten Konditionen und Tarife beziehen sich auf den Stand bei Redaktionsschluss und können jederzeit und ohne Vorankündigung geändert werden.

Nachdruck

Der Nachdruck von Beiträgen aus dem WIRinfo ist nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Bank und unter Angabe der Quelle gestattet.

Haftungsausschluss

Jegliche Haftung der Bank WIR (Fahrlässigkeit eingeschlossen) für Schäden irgendwelcher Art, die sich aus der Nutzung oder Nichtnutzung der im WIRinfo enthaltenen Inhalte bzw. durch die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Inhalte ergeben können, ist ausgeschlossen.

Impressum

WIRinfo – Dezember 2023, 90. Jahrgang, Nr. 1135
Das Magazin für Genossenschafter und Genossenschafterinnen der Bank WIR und Schweizer KMU
Herausgeberin: WIR Bank Genossenschaft, Basel

Redaktionsteam: Daniel Flury (Chefredaktor), Patrizia Herde, Shirin Mogtader, Volker Strohm (Leiter Corporate Communication); wir.ch/kontakt

Fotografen: siehe Bildhinweise

Foto Titelseite: Paul Haller

Übersetzungen: Daniel Gasser, Yvorne

Konzeption und Gestaltung: Schober Bonina AG, Basel

Layout: Vogt-Schild Druck, Derendingen

Druck: Cavelti AG, Gossau

Gedruckt auf Schweizer Recyclingpapier mit Ecolabel. eu. Gekennzeichnet werden Konsumgüter, die sich durch besondere Umweltverträglichkeit und vergleichsweise geringe Gesundheitsbelastung auszeichnen.

gedruckt in der
schweiz



Der Umwelt zuliebe!

Erscheinungsweise: monatlich auf Deutsch und Französisch

Gesamtauflage: 25 555

Inserate: siehe letzte Seite

Abo-Preis: 20.40 CHF (inkl. MwSt.)

Adressänderungen und Abonnemente:

Bank WIR, Beratungszentrum, Postfach, 4002 Basel oder T 0800 947 947

Standorte der Bank WIR

Hauptsitz Basel

WIR Bank Genossenschaft
Auberg 1
4002 Basel

Filiale Lugano

WIR Bank Genossenschaft
Riva Caccia 1
6900 Lugano

Filiale Zürich

WIR Bank Genossenschaft
Schaffhauserplatz 3
8006 Zürich

Filiale Bern

WIR Bank Genossenschaft
Helvetiastrasse 35
3000 Bern 6

Filiale Luzern

WIR Bank Genossenschaft
Obergrundstrasse 88
6005 Luzern

Filiale Chur

WIR Bank Genossenschaft
Alexanderstrasse 24
Postfach 699, 7001 Chur

Filiale Lausanne

WIR Bank Genossenschaft
Av. Louis-Ruchonnet 16
1006 Lausanne

Filiale St. Gallen

WIR Bank Genossenschaft
Blumenbergplatz 7 (ab 18. Dez.
Zwinglistrasse 2) 9000 St. Gallen

Filiale Siders

WIR Bank Genossenschaft
Av. du Général Guisan 4
3960 Siders

Kontakt und Social Media

Telefon (Mo–Fr, 07.30–18.00)
0800 947 947

Fax
0800 947 942

E-Mail
info@wir.ch



WIR-Messen

WIR-Expo Zürich

François Cochard
Regina-Kägi-Strasse 11
8050 Zürich

T 043 818 26 36
info@wir-expo.ch
wirexpo.ch

WIR-Messe Ostschweiz

Walter Sonderer
Konstanzerstrasse 35
9512 Rossrüti

T 079 207 81 26
wsonderer@bluewin.ch
wsmarketing-rossrueti.ch

WIR-Messe Rothrist

Andy Bühler
Weidweg 1
4852 Rothrist

T 079 224 27 08
info@gaertneri-buehler.ch
triibhuus.events



Werbemöglichkeiten im WIR-Netzwerk

Mit dem WIRinfo, den WIRmailings und mit der Plattform WIRmarket.ch stellt die Bank WIR den WIR-Kunden drei Werbekanäle zur Verfügung. Sie sind ebenso Teil des WIR-KMU-Pakets wie die jährliche Werbegutscheft von 500 CHW. Auch über die WIR-Partner-Networks und an WIR-Messen können Sie Ihre Sichtbarkeit erhöhen.

Ihre Vorteile auf einen Blick

- Die ersten 500 CHW schenken wir Ihnen
- Hoher WIR-Anteil im WIRinfo
- Gezielte Ansprache mit WIRmailings (Direct Mailings an WIR-Teilnehmer)
- Geringer Streuverlust
- Jahresrabatt ab einem Werbeumsatz von 2500 CHW/CHF
- Unkomplizierte Verrechnung und detaillierte Belastungsanzeige

WIRmarket.ch

Auf WIRmarket.ch können Sie unbeschränkt gratis **Inserate** schalten (Pinnwand), Ihre Produkte im **Shop** anbieten und **Ausschreibungen** publizieren.

Zudem haben Sie die Möglichkeit, Ihre Firma, Inserate, Shopartikel und Ihre Ausschreibungen mit **Toplistings** zu bewerben. Die Anzahl Views und Klicks können Sie jederzeit unter «Profile» überprüfen. Preis Toplistings: 10 CHW/Tag

Ihr erster Schritt auf wirmarket.ch sollte aber die Aktualisierung und Vervollständigung Ihres Firmeneintrags sein. Nutzen Sie dazu aussagekräftige Fotos und Texte. Auch mit den folgenden Gratis-Instrumenten erhöhen Sie im WIRmarket die Aufmerksamkeit:

- **Zusätzliche WIR-Annahmesätze** z.B. für spezielle Angebote
- **Aktionen:** temporäre Erhöhung des WIR-Annahmesatzes

WIRinfo – das Schweizer KMU-Magazin

Das WIRinfo erscheint zu Beginn jedes Monats in einer Auflage von rund **26000 Exemplaren**. Sie erreichen damit **alle WIR-Kunden (KMU) und deren Angestellte mit WIR-Konto**.

Inserateschluss: i.d.R. der 10. des Vormonats, bei Sonn- und Feiertagen der letzte Werktag davor. Richten Sie Ihre Inserate oder Fragen an: inserate@wir.ch

Inseratepreise im WIRinfo (WIR-Anteil 75%)

Grösse	Schwarzweiss	Farbig
2. U-Seite	4090.–	4700.–
3. U-Seite	3890.–	4470.–
4. U-Seite	4290.–	4930.–
Inhalt	Schwarzweiss	Farbig
1/1 Seite	2980.–	3460.–
1/2 Seite	1490.–	1730.–
1/4 Seite	745.–	865.–
1/8 Seite	370.–	430.–
pro 1/48 Seite	62.–	72.–

Im WIRinfo sind Chiffre-Inserate möglich; Gebühr: 8.50 CHW/CHF



WIRmailing

Mit einem WIRmailing gelangen Sie ohne Streuverlust an die WIR-Teilnehmer Ihrer Wahl und erweitern Ihren Kundenstamm.

So funktioniert's:

Sie liefern uns Ihre verpackte oder unverpackte Werbesendung zur Adressierung und informieren uns, wen Sie anschreiben möchten:

- Ausgewählte Postleitzahlen (max. 20 Stück)
- Ausgewählte Kantone
- Ausgewählte Branchenteilnehmer
- Ausgewählte Sprache der Teilnehmer
- Alle WIR-Teilnehmer
- Selbstgewählte Kombination von Auswahlmöglichkeiten

Geben Sie auf der Drucksache einen WIR-Annahmesatz an, der nicht tiefer als Ihr im WIRmarket publizierter Satz ist.

Wählbare Versandarten:

- A-Post (1 Tag)
- B-Post (2 Tage)
- B2-Post (3–6 Tage)

Die Kosten werden Ihrem CHW- bzw. Ihrem CHF-Konto belastet:

- 0.22 CHW inklusive MwSt. in CHW (pro Adresse)
- Portotaxe inklusive MwSt. in CHF

Vorab benötigen wir 1 Musterexemplar zur internen Prüfung. Ihr Material (inkl. 20 Zusatzexemplare für den Probedruck) müssen Sie uns 14 Tage vor Versand anliefern.

Kontakt

Wollen Sie eine Offerte für ein WIRmailing einholen? Wir beraten Sie gerne. Kontaktieren Sie uns via E-Mail: wirmailing@wir.ch

Rabatt auf Jahresumsatz

Ihre Werbe-Umsätze auf dem WIRmarket, im WIRinfo und mit WIRmailings werden im Inseratesystem der Bank WIR laufend addiert und berechtigen ab einer Höhe von 2500 CHW/CHF zu einem Jahresrabatt, der Ihnen Ende Jahr gutgeschrieben wird.

Das sind die Rabattstufen:

Umsatz	Rabatt
ab 2500.–	4%
ab 7500.–	6%
ab 15 500.–	8%
ab 35 000.–	9%
ab 50 000.–	10%



Impression von der WIR-Messe Ostschweiz im Stadtsaal von Wil.

Mediadaten WIRinfo

Inserateaufgabe und Beratung

inserate@wir.ch

Geschäftsbedingungen

Siehe www.wir.ch/agb-de

Inserateannahmeschluss: Bitte beachten Sie den Inserateschluss für das WIRinfo Januar 2024: Freitag, 8. Dezember 2023, 12.00 Uhr.

Datenübernahme Druckunterlagen WIRinfo

Beim Erstellen der PDF-Datei bitte in den Farbeinstellungen das Profil «ISOnewspaper» auswählen und exportieren. Handschriftlich verfasste oder gefaxte Textinserate können nicht entgegengenommen werden.

Programme

Mac

Win

QuarkXPress
InDesign
MS Word
PDF Acrobat
Illustrator
Photoshop

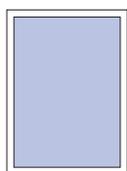
•
•
•
•
•
•

•
•
•
•
•
•

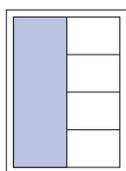
Wichtig: Bei offenen InDesign-, Illustrator- und Photoshop-Dateien müssen Schriften immer mitgeliefert werden (keine TrueType-Schriften). Die entsprechenden Zeichensatzkoffer und PostScript-Fonts bitte gezippt mitgeben. Bei PDF- und EPS-Dateien müssen Logos und Schriften eingebettet (mitgeliefert) sein. Die Datei muss mit den Originalbilddaten (Tiff oder EPS) geschrieben sein. Keine Layout-Bilddaten verwenden. Die PDF-Datei muss Acrobat-4-kompatibel sein (Version 1.3) und mit einer Auflösung von 240 dpi erstellt werden.

Datenträger: CD, DVD, Zip (100/250)

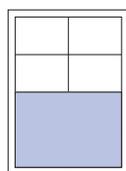
Inseratgrößen und Inseratepreise (alle Preise inkl. 7,7% MwSt., WIR-Anteil 75%)



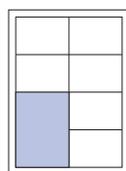
168x248 mm
1/1 Seite Inhalt



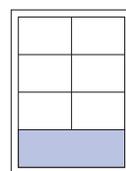
82x248 mm
1/2 Seite hoch (2-sp.)



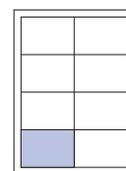
168x122 mm
1/2 Seite quer (4-sp.)



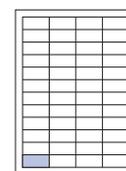
82x122 mm
1/4 Seite hoch (2-sp.)



168x59 mm
1/4 Seite quer (4-sp.)



82x59 mm
1/8 Seite quer (2-sp.)



39x17 mm
1/48 Seite

Mass für randabfallende Umschlagseiten: 210 x 297 mm + je 5 mm Beschnitt = 220 x 307 mm

Inseratepreise

Inhaltsseiten	Schwarzweiss	Farbig
pro 1/48-Seite	62.-	72.-
1/8-Seite	370.-	430.-
1/4-Seite	745.-	865.-
1/2-Seite	1490.-	1730.-
1/1-Seite	2980.-	3460.-
Umschlagsseiten		
2. U.-Seite	4090.-	4700.-
3. U.-Seite	3890.-	4470.-
4. U.-Seite	4290.-	4930.-

Rabatt auf Jahresumsatz (WIRinfo, WIRmarket, WIRmailing)

4%	ab 2500.-
6%	ab 7500.-
8%	ab 15500.-
9%	ab 35000.-
10%	ab 50000.-

Chiffregebühr: 8.50